

ilGiornale

del Turismo
magazine

SPECIALE
BMT 2021

Campania
terra di mille colori

I FEEL
SLOVENIA

SLOVENIA. SENTIRE LA NATURA A MODO MIO.

#ifeelsLOVEnia
#myway

www.slovenia.info

I FEEL
SLOVENIA





Sommario

EDITORIALE

- 5 BMT è la prima fiera in presenza in Italia
Tutti a Napoli per la ripartenza del turismo *Angioletto de Negri*

IN COPERTINA

- 6 Campania, terra di mille colori
- 8 L'isola di Arturo diventa Capitale
- 10 Sostegno ai comuni per promozione
- 10 Codice unico per le strutture ricettive

BMT

- 12 Welcome back to Italy
- 14 Fiavet, un anno in prima linea
- 16 Turismo a caccia della normalità Ezhaya:
la troveremo solo nel 2024
- 18 Sailing Challenge alla BMT porta i buyers in barca a vela

REPORTAGE

- 20 La Sicilia gioca d'anticipo
- 22 Basilicata, un'esperienza da vivere
- 26 Viaggio nella Calabria pop

TOUR OPERATOR

- 30 MSC e il futuro: siate affamati, visionari e folli
- 32 Idee per Viaggiare con Lubrano
nelle adv di Campania e Molise
- 33 Visit Brussels e KKM Group con la programmazione in BMT
- 34 Italia e Mediterraneo per Volonline
- 35 Il cuore musulmano di Gerusalemme

ENTI DEL TURISMO

- 36 La Thailandia riparte dalla BMT

HOTEL

- 37 Tutti a scuola di manager con Palmiro Noschese

INCOMING

- 38 Laghi di Garda, d'Iseo e d'Idro

TRASPORTI

- 42 Trenitalia avvicina nord e sud più collegamenti per l'estate

ASSICURAZIONI

- 45 Le novità Ergo Assicurazione Viaggi
per il trade che si rimette in moto
- 46 I4T riorganizza la rete al Sud

Per valorizzare un territorio non basta un'impresa. Ce ne vogliono tante.



Made4Italy

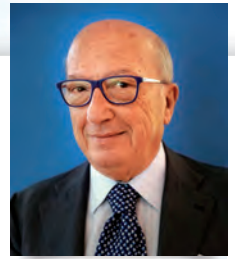
Il programma di UniCredit per lo sviluppo dei territori e delle risorse locali.

C'è un'Italia fatta di luoghi da guardare, esplorare e assaporare. È l'Italia delle imprese che amano la loro terra proprio come noi. È a queste imprese che UniCredit mette a disposizione competenze e occasioni di networking, nonché **5 miliardi di euro di nuova finanza** nel triennio 2019-2021, per sviluppare iniziative locali e business sostenibili. Perché in UniCredit crediamo in un sistema integrato turismo-agricoltura che valorizza il meglio che l'Italia ha da offrire.

unicredit.it

La banca
per le cose che contano.





BMT è la prima fiera in presenza in Italia Tutti a Napoli per la ripartenza del turismo

Alla Mostra d'Oltremare di Napoli si riunisce la GRANDE FAMIGLIA DEL TURISMO, con tante tante novità... Novità nel layout della fiera, novità nella posizione degli espositori perché ci sarà anche chi ha preferito esporre in BMT OPEN AIR. Novità nella presenza più nutrita delle Regioni italiane che saranno a Napoli a presentare i loro territori anche in prospettiva della stagione 2022.

Novità anche per la presenza all'inaugurazione della BMT dell'Onorevole Ministro del Turismo Massimo Garavaglia con la Sua prima visita di una fiera del turismo nazionale ed internazionale, che non a caso 24 anni fa ho deciso di posizionare nel più fertile territorio italiano, sia per quanto riguarda il turismo Incoming che per quello outgoing, dove oggi si mette in vetrina l'offerta di quasi tutte le Regioni del Centro Sud e buona parte di quelle del Nord Italia.

In occasione del suo insediamento, il Ministro Garavaglia rilasciò una dichiarazione che rimase impressa nella mente degli imprenditori del nostro settore dicendo che ci sarebbe voluta una fiera alle porte del periodo delle vacanze... quale miglior periodo questo del 18, 19 e 20 giugno 2021 e della BMT?

Lo disse come se avesse avuto il presentimento di quanto sta avvenendo in queste ore, evidentemente immaginava noi operatori pronti alla linea di partenza di una grande maratona in attesa del fatidico sparo a salve per la ripartenza.... con noi tutti vincitori di una sfida durata quasi 18 mesi.

BMT 2021 sarà una borsa che passerà alla storia, perciò, mi auguro che tanti possano cogliere l'opportunità di esserci non solo per ricostruire insieme il nuovo modo di fare turismo ma anche per incontrare nuovamente le Agenzie di Viaggio e ripartire sicuri di ritornare più forti di prima.

Ci saranno tutte le Associazioni di categoria, da ASTOI che terrà in questa sede il consiglio nazionale finalmente in presenza fino a FTO, FIAVET, AIDIT etc.

Tante le domande che vorremmo rivolgere al nostro Ministro che solitamente è ben disponibile ad ascoltare ed a rispondere a tono su ogni argomento che riguarda il nostro delicato momento.

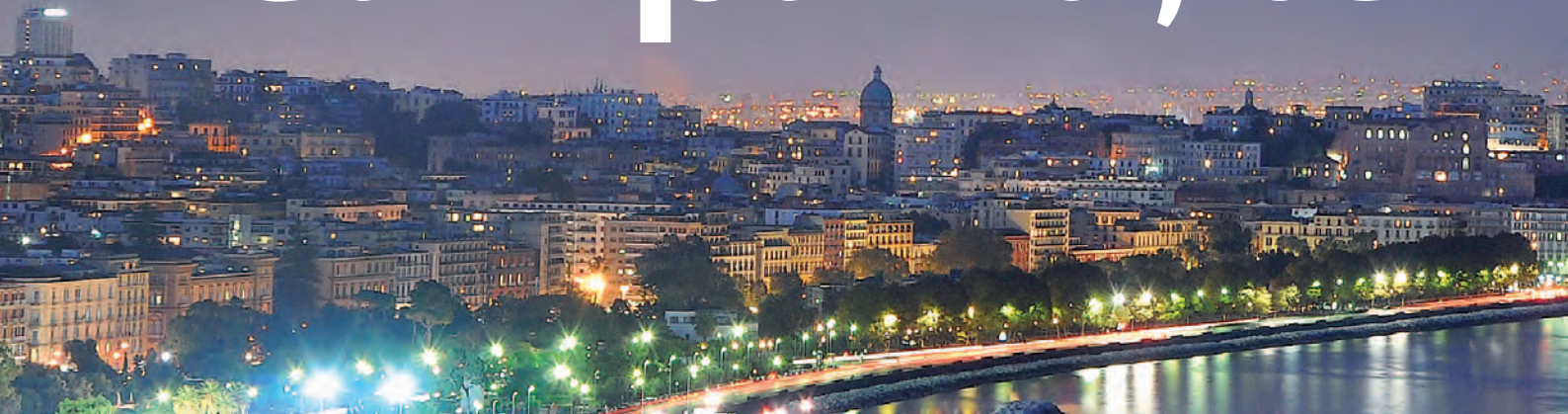
Gli agenti di viaggio, sempre protagonisti alla BMT, arriveranno da tutte le Regioni presenti grazie alle facilitazioni concesse da Progetta con le tariffe agevolate ottenute da A.V. FF.SS. Italiane e per coloro che si sono accreditati per primi ci sarà anche il pernottamento gratuito di una notte.

BMT 2021 sarà un vero GRANDE RADUTO DEL MONDO DEL TURISMO... dove sapremo fare rumore, dopo circa 18 mesi di silenzio assordante e deprimente, sotto tutti i punti di vista.

Vi aspetto numerosi

Angioletto de Negri

Campania, terr



Regione multiforme e desiderata, pronta alla ripartenza. L'assessore Casucci: rilancio attraverso il Piano Turismo 2021 ma con il contributo di tutti per sprigionare autenticità e bellezza

Un viaggio meraviglioso dal Garigliano al Golfo di Policastro attraverso una terra che cattura il cuore per la dolcezza del clima, la bellezza delle coste, la ricchezza dell'arte e della storia, per i tesori e le tradizioni dei territori interni.

È tutto questo la Campania, meta turistica amata, terra di sole, di mare e di colori con le sue tante perle universalmente riconosciute. Per il turista che arriva c'è solo l'imbarazzo della scelta, fra Napoli ed il Vesuvio, Capri con i suoi Faraglioni e la Grotta Azzurra, Ischia e la penisola sorrentina, Con l'area flegrea a nord che corre verso i confini sul litorale domitio.

O Caserta con il suo patrimonio storico, E ancora, volgendo invece lo sguardo a sud, la Costiera Amalfitana e Salerno fino a raggiungere il Cilento. Senza trascurare le aree interne con i colori ed i sapori del Sannio e dell'Irpinia. E poi Procida, la più piccole delle tre isole del Golfo di Napoli che nel 2022 splenderà di luce propria come Capitale Italiana della Cultura. Un evento che permetterà a tutto il mondo di conoscere meglio il piccolo gioiello del Golfo e la sua storia tutta da raccontare.

All'indomani dei fatti che per mesi hanno allontanato i turisti dalla Campania e da tutte le altre destinazioni

turistiche mondiali, ora si cerca di recuperare il tempo perduto. La voglia di tornare a viaggiare è tanta e già si vedono i primi voli atterrare nell'aeroporto di Capodichino. Anche la Campania, come le altre regioni italiane, ha riaperto le sue porte per accogliere i turisti da tutto il mondo, consapevole di quanto l'Italia e le sue regioni siano al primo posto fra le destinazioni desiderate da tanti mercati stranieri. Quali le attese in Campania? Lo abbiamo chiesto all'assessore regionale al Turismo, Felice Casucci.

Come si sta preparando la Campania alla ripartenza del turismo? Quali sono le linee essenziali del piano di promozione regionale, anche in termini di sostegno agli operatori?

“La Campania si è preparata alla ripartenza nel pieno dell'ondata pandemica, normalizzando il metodo di lavoro con gli operatori del settore turistico, costituendo tavoli di ascolto (14 tavoli per oltre 200 portatori di interessi) e andando sui territori, incontrando gli enti locali, quelli sovracomunali, gli operatori, le persone. Sono stati sei mesi di attività intensa, che hanno consentito di avvertire i bisogni ma anche consentito di cogliere le criticità e le opportunità di un mondo produttivo ricchissimo e in continuo divenire. La conclusione di questo grande sforzo, anche fisico, è stato il Piano Turismo 2021. La ripartenza attraverso, dunque, la realtà, e non può concentrarsi in un pacchetto di aiuti al settore, ma deve garantire una spinta dal basso, di cui tutti devono essere partecipi e a cui tutti devono contribuire, ciascuno per la propria parte, altrimenti non si sprigiona autenti-

a di mille colori



Felice Casucci



cità e bellezza. Il sostegno attraversa la filiera classica (ricettività, intermediazione e professioni), lo spirito della ripartenza è affidato, però, a una promozione territoriale più ampia, penso alle eccellenze nel campo enogastronomico, e declina un'estensione della prospettiva, muovendo da analisi della domanda, innovazione dell'offerta, brand unico ed articolato per punte di emersione: le isole del Golfo di Napoli, la Penisola Sorrentina, le Costiere Sorrentina, Amalfitana e Cilentana, ma anche le Zone Interne, che grazie alle loro grandi potenzialità sono in grado di offrire un nuovo linguaggio dell'accoglienza, nel senso del benessere e della sicurezza, che in tempi di pandemia non è cosa da poco”.

Nel 2022 la Campania giocherà sul tavolo del turismo la carta di Procida Capitale Italiana della Cultura; quanto vale turisticamente questa opportunità e come si sta preparando il territorio anche rispetto alla necessaria ricettività?

“Procida è il paradigma della ripartenza turistica della Campania, una coincidenza così perfetta non sarebbe stata selezionabile neppure a cercarla con il lanternino. La perfezione della coincidenza sta nel fatto che ci si è mossi da punti di partenza diversi ad obiettivi comuni e tutto questo lo si è fatto avvertendo le necessità dei territori, che chiedevano e chiedono un turismo meno invasivo e più incline al tempo del ritrovarsi. Tutto quello che esprime il Piano Turismo 2021 sposa la filosofia del modello Procida, il suo sistema di valori, la sua forza espressiva, che vuole un turismo coccolante ma disciplinato, in cui ciascuno

resta se stesso, perché alla base di quel modello c'è il rispetto delle persone, delle tradizioni e della cultura, per fare del turismo campano un'esperienza unica, irripetibile. La ricettività per Procida sarà affidata anche all'isola di Ischia, ai Campi Flegrei, all'area vesuviana e napoletana. Ci stiamo preparando”.

La Campania è stata la Regione che più ha spinto affinché si mettessero in sicurezza prima di tutte le destinazioni turistiche. A che punto è l'immunizzazione e quali eventuali ulteriori azioni si riserva la Regione per rassicurare gli ospiti e gli operatori del turismo?

“La sicurezza sanitaria delle destinazioni turistiche campane è stato il grande obiettivo 2021 del Presidente De Luca. Non solo si è realizzato in tempi brevi (e non era facile dato il periodo), ma ha avuto una eco internazionale di cui ha beneficiato tutta la Campania. Ora bisogna garantire, di là da questo risultato, che il sistema di monitoraggio e di sicurezza sanitaria funzioni. Ci stiamo preparando da gennaio, esaltando le buone pratiche delle 'bolle' (crocieristiche e di alcuni 'corridoi' territoriali) e le linee guida europee, nazionali e della nostra Unità di Crisi. Il privato, penso al mondo confindustriale, a Federalberghi, al mondo dell'extralberghiero, ha risposto bene. Sono molto fiero di questa risposta all'unisono in un momento di grande difficoltà. Tutto ciò mi consente di dire che siamo pronti. Buona stagione turistica in Campania a tutti coloro che la sceglieranno come meta del loro viaggio. Gusteranno un frutto di seducente sapore”.

IN COPERTINA

L'isola di Arturo diventa Capitale



Numerosi progetti culturali ed eventi per 330 giorni: Procida si prepara al 2022

Procida



La Cultura non Isola. È il grido festoso di Procida che il 18 gennaio è stata eletta Capitale Italiana della Cultura per il 2022. Ma è soprattutto il tema del dossier di Procida che spiega come la terra isolana sia luogo di esplorazione, sperimentazione e conoscenza, modello delle culture e metafora dell'uomo contemporaneo. "Potenza di immaginario e concretezza di visione ci mostrano Procida come capitale esemplare di dinamiche relazionali, di pratiche di inclusione nonché di cura dei beni culturali e naturali" si spiega nel dossier della candidatura.

L'isola ha poco più di 10.000 abitanti e, come ha spiegato Stefano Baia Curioni, presidente della Commissione valutatrice del MiC, ha prevalso sulle altre località candidate non per il numero di eventi previsti o per le sue innegabili bellezze, quanto per la sua trasversalità progettuale che pone la cultura alla base dello sviluppo sociale ed economico dell'isola da qui ai prossimi cinque anni.

"L'isola di Procida è uno dei luoghi più suggestivi e caratteristici della Campania per le bellezze ambientali, per la sua storia e le sue storie, per i suoi borghi e le sue spiagge. È un luogo assolutamente affascinante che sottolinea le molte bellezze della nostra terra - ha commentato il presidente della Regione Campania Vincenzo De Luca subito dopo la nomina dell'isola - Ha vinto un progetto bellissimo, di valorizzazione dell'isola e della Campania, a cui Regione e Comune hanno creduto.

È un'occasione straordinaria di proiezione della nostra Regione sul piano internazionale sulla scia del grande successo delle Universiadi 2019".

Procida è chiamata l'Isola di Arturo dal romanzo che Elsa Morante scrisse nel 1955 nel giardino dell'Albergo Eldorado e che nel 1957 vinse il Premio Strega. Un'isola con le sue case colorate incastonate nella roccia della Corricella, con i giardini segreti di limoni, dei premi letterari, la spiaggia a forma di Luna, le tradizioni millenarie intatte, le lampare e le processioni, dove il tempo sembra fermarsi e scorrere più lento.

Cinque i temi proposti intorno a cui saranno declinate le numerosissime attività previste per il 2022: Procida inventa, Procida immagina, Procida ispira, Procida include, Procida impara.

Il programma culturale è nato da una serie di sessioni che hanno visto il coinvolgimento attivo della popolazione e abbraccia, tra l'altro, 44 progetti culturali, 330 giorni di programmazione, 240 artisti, 40 opere originali e 8 spazi culturali rigenerati.

Sostegno ai comuni per promozione

La Regione Campania, con l'Assessorato alla semplificazione amministrativa e al Turismo per il tramite della Direzione Generale per le Politiche culturali e il turismo, e l'Anci Campania (in particolare la struttura del Dipartimento Turismo e Cultura), hanno siglato un protocollo d'intesa con lo scopo di accompagnare e supportare i comuni nell'attuazione dei programmi finanziati con le risorse della linea di azione POC Campania 2014/2020 in maniera di turismo. Nelle scorse annualità, dal 2016 al 2020, sono stati circa 800 gli eventi organizzati capillarmente su tutto il territorio regionale. Il protocollo ha ad oggetto proprio forme di collaborazione utili all'accelerazione delle procedure necessarie alla realizzazione e alla rendicontazione degli eventi effettuati dei Comuni beneficiari. L'obiettivo è quello di costruire programmi regionali unitari di eventi nell'ambito di itinerari te-

matici o territoriali finalizzati alla messa a sistema delle peculiarità dei territori - dai luoghi d'arte alle bellezze naturalistiche e paesaggistiche, dalle tradizioni alle produzioni tipiche - sulla base di percorsi che, tra l'altro, hanno consentito la costruzione di relazioni tra territori, rafforzandone l'identità e ampliandone le conoscenze di residenti e visitatori.

"Un altro tassello che va nella direzione auspicata da questo Assessorato sin dall'inizio, secondo le linee di indirizzo contenute nel programma di governo del Presidente De Luca - spiega l'Assessore Felice Casucci - Con questo protocollo semplifichiamo attraverso una collaborazione istituzionale sovracomunale che mette a regime le prassi amministrative più virtuose già sperimentate in passato. Sosteniamo un'offerta unitaria, che coinvolge i territori di destinazione turistica nella definizione di percorsi di 'Viaggio sostenibile e partecipato' di natura inclusiva per i territori. Si intende passare da un criterio di finanziamento per singolo evento o attività a un criterio di promozione integrata, declinata sugli asset definiti nel nostro Piano Turismo 2021. Oggi - conclude Casucci - la Campania, grazie allo sforzo prodotto dal Presidente De Luca con le isole covid-free, si presenta sul mercato internazionale come una destinazione sicura e unica. Per questo c'è bisogno di costruire progetti di rete dettati dal rigore e dalla coerenza con alcuni principi ispiratori, per una nuova logica di governo dell'economia turistica che la emergenza sanitaria ha evidenziato e ha reso indifferibile".



Positano

Codice unico per le strutture ricettive

Al fine di garantire la qualità dell'offerta turistica e lottare contro l'abusivismo ricettivo la Giunta Regionale della Campania ha approvato le modalità di generazione, attribuzione e rilascio del Codice Unico Identificativo delle Strutture Ricettive (CUSR), alle strutture ricettive turistiche della Campania da parte dei Comuni territorialmente competenti attribuendo i compiti attuativi all'Agenzia Regionale per la promozione del Turismo 'Campania Turismo'. Le strutture ricettive turistiche ubicate in Campania sono obbligate ad utilizzare il CUSR in tutte

le attività di commercializzazione, comunicazione e promozione, nonché per ricevere i contributi regionali. La generazione e l'attribuzione del CUSR alle strutture ricettive è effettuata dai Comuni dove è ubicata la struttura ricettiva, attraverso l'utilizzo del sistema della Regione Campania denominato 'Turismo Web' nella sezione destinata ai Comuni. I Comuni - aggiunge l'Assessore - sono tenuti a rendere pubblico, attraverso il proprio sito istituzionale, l'elenco costantemente aggiornato delle strutture ricettive presenti sul territorio di competenza con relativo CUSR.

BMT 2022

BORSA MEDITERRANEA DEL TURISMO
XXIV EDIZIONE MOSTRA D'OLTREMARE NAPOLI

18 | 19 | 20 MARZO 2022



www.bmtnapoli.com

Per informazioni: tel. +39 081 7640032 • info@progetta.org

Welcome back to Italy



Giorgio Palmucci

L'Italia riapre le porte, ma che estate sarà? Ne abbiamo parlato con il presidente dell'ENIT, Giorgio Palmucci nell'imminenza della ripartenza del turismo internazionale.

"Anche se è ancora presto per sbilanciarsi sulle cifre - spiega Palmucci - i monitoraggi social restituiscono l'immagine di un Paese che è in testa alla classifica delle destinazioni predilette".

L'approvazione da parte dell'Unione Europea del Progetto Green Pass intanto è un ulteriore tassello sulla strada della ripresa. "È una notizia importante che tutti aspettavamo. Ora sarà più facile veder ripartire i flussi turistici che sono mancati nell'ultimo anno e mezzo. Tutto quello che è stato fatto dal Ministro Garavaglia e dal Governo, dalla campagna vaccinale al Green Pass, permetterà di viaggiare con maggiore tranquillità". Per quanto riguarda le previsioni sugli arrivi dall'estero, la stagione che si annuncia più lunga rispetto all'anno

scorso favorirà un miglioramento dei risultati soprattutto per il turismo balneare, dei laghi e della montagna con una crescita interessante del turismo di prossimità con l'arrivo dall'estero soprattutto di tedeschi, austriaci e svizzeri. "Il turismo di prossimità copre il 30% degli arrivi internazionali e l'Italia - anticipa Palmucci - sarà la seconda destinazione per i tedeschi dopo la Croazia".

Grazie al Green Pass tornano gli stranieri: si rivedono i tedeschi in attesa della riapertura delle rotte intercontinentali che riporteranno americani ed asiatici nel nostro Paese

Per le città d'arte, spiega il presidente dell'ENIT, bisognerà aspettare la riapertura delle rotte aeree intercontinentali. Solo allora si potrà risollevarsi un segmento di mercato che vive soprattutto di turismo americano ed asiatico. Proprio da oltreoceano arrivano buoni segnali. L'associazione dei tour operator statunitensi ha fatto sapere all'ENIT che l'Italia è in cima ai desideri dei futuri viaggiatori americani.

Le previsioni sul tempo necessario affinché si possa tornare a numeri abituali di presenze turistiche straniere in Italia è diventata una sorta di lotteria a chi indovina l'anno. Quale è la visione dell'ENIT in questo senso? "L'Ufficio studi ha valutato che per tornare ai livelli del 2019 occorrerà attendere il 2023 mentre per il turismo domestico la ripresa sarà più rapida. Inoltre nel 2023 si prevede un'espansione del turismo anche superiore dell'almeno 3 per cento".

Quali strascichi lascerà la pandemia? La necessità o l'esigenza di spazi e di sicurezza come modificherà le scelte del turista?

"Il viaggio è un piacere irrinunciabile che tutti devono potersi concedere e le formule di viaggio consentiranno come prima di poter viaggiare ma con modalità più sicure. Il bisogno di sicurezza e spazi ampi rimodulerà l'offerta. Il covid ha trasformato il turista ancora di più in viaggiatore consapevole che punta alla sicurezza, alla sostenibilità e a vivere i luoghi entrando nel tessuto connettivo e nei modi di vivere locali. Il viaggio come esperienza a 360 gradi".

Sulla base delle previsioni di tendenza, anche l'ENIT nel frattempo ha modellato un nuovo messaggio promozionale e numerose azioni per raggiungere il potenziale turista in ogni parte del mondo.

Per rendere l'idea di come ENIT sia attiva nella promozione dell'Italia basta snocciolare qualche cifra: 689 progetti di comunicazione implementati, 5.674.440 contatti b2b, 983.225.381 contatti b2c, oltre 1 miliardo di impressions sui social di italia.it, 9652 uscite stampa, 131.471.775 impressions per adv e campagne digitali, coinvolti 170 influencer e oltre 1 milione di interazioni generate per brand equity, 14 fiere onsite, 8 fiere virtuali, 8 workshop online, 7 sessioni formative per 9 mercati, 14 viaggi in Italia per 21 mercati, coinvolti 67 istituzioni, 882 aziende, 5524 buyers, formazione su mercati esteri con 9 mercati di riferimento, 7 webinar con 1.347

partecipanti totali e 453 ore di formazione.

“In particolare - aggiunge Palmucci - l'anno scorso ENIT ha preso parte alle principali fiere internazionali in modalità virtuale, unica forma di partecipazione in emergenza Covid. Anche nel 2021, nonostante le difficoltà e le restrizioni dettate dalla contingenza, parteciperemo a tutte le maggiori fiere. Inoltre ENIT elabora e diffonde, da oltre un anno, i dati ufficiali sul turismo in un bollettino periodico completo che offre agli stakeholders e ai media un efficace strumento di monitoraggio ed evoluzione della situazione in tempo reale”.

Le attività dell'Agenzia vanno anche oltre. Per rimediare all'impossibilità di viaggiare dei mesi scorsi, sono stati inaugurati l'Archivio Storico del turismo italiano e la Mostra Virtuale permanente "ENIT e l'Italia una gran bella storia" con la digitalizzazione di oltre 160mila ritrovamenti e l'Open library che accorpa e rende fruibili a tutti le foto delle regioni italiane.

ENIT ha sottoscritto in questi mesi anche numerosi protocolli di valorizzazione come Valore Paese Italia con Ministero del Turismo e Mibact, Demanio e Difesa Ser-

vizi per mettere a sistema i beni abbandonati e inutilizzati e inserirli nel circuito turistico. A livello europeo, prende parte e coordina progetti come Eco Tandem per promuovere lo sviluppo del turismo sostenibile attraverso la cooperazione transnazionale e il networking del know how degli imprenditori che operano nel comparto viaggi. “Inoltre si incoraggiano le piccole e medie imprese del turismo tradizionale ad entrare in contatto con le startup e gli innovatori del settore con i pionieri di altri comparti, per una società di mutuo beneficio”. Fra le altre iniziative, l'Agenzia Nazionale per il Turismo ha partecipato a grandi eventi e tra questi c'è stato il Giro d'Italia per rilanciare l'immagine del Paese anche attraverso la riscoperta dei territori meno noti dalla prospettiva sostenibile e slow della bicicletta. L'ecosistema digitale del Giro d'Italia con ENIT ha registrato 4.176.396 impressions. Quanto alla comunicazione, oltre alla quotidiana attività sui social e sul web con uno dei siti più visitati al mondo, Italia.it, ENIT ha di recente introdotto un nuovo strumento per la promozione del turismo italiano all'estero ovvero la web radio Visit Italy con 28 sedi nel mondo e in 13 lingue.

iSOLE TREMITI



area marina protetta



La Tua prossima Vacanza?
Scegli un Paradiso made in Italy!

www.infotremiti.com

Fiavet, un anno in prima linea



Ivana Jelinic

Ivana Jelinic racconta l'impegno di questi mesi: dialogo istituzionale, ricerca di supporto economico e partnership per ripartire

“BMT rappresenta da sempre un appuntamento concreto ed importante cui Fiavet non può mancare soprattutto quest'anno”. Ivana Jelinic, presidente Fiavet sarà presente all'appuntamento di Napoli per confermare il valore delle agenzie di viaggio e degli operatori turistici in questo momento di ripresa.

“Le prenotazioni sono ancora lontane da quello che

potavamo sperare prima della pandemia, ma ormai un solco è stato tracciato e siamo proiettati in un altro mondo dove nulla sarà come prima, e chi saprà guardare a questo futuro risulterà vincente dal punto di vista della programmazione”.

Fiavet ha cercato in questo lungo periodo di avere uno stretto dialogo istituzionale e una partecipazione alle attività normative, ed oggi più che mai è impegnata su temi caldi come il green pass, e il bonus vacanze. Fino alla certezza del primo luglio, in cui avremo delle regole omologate in tutta Europa tutto il mondo del turismo si muove con grande cautela.

“I problemi principali di cui abbiamo risentito, oltre a una oggettiva mancanza di liquidità per cui sono stati richiesti sostegni istituzionali, risiedono nella mancanza di prodotto, di offerta, e nell'incertezza sulle modalità di riapertura”.

La politica di Fiavet si è quindi mossa in due direzioni: ricerca di supporto economico, sollecitazione di normative chiare e partnership per creare un'offerta il più ampia possibile, partendo collaborazione con gli enti del turismo per ampliare l'offerta e con alcune tipologie di turismo che si prestavano al concetto di sicurezza richiesto dal mercato, come le crociere.

In questo quadro hanno avuto luogo un viaggio in Egitto per conoscere la situazione, e successivamente la presenza in Spagna, a Fitur, per dialogare di persona con i vari rappresentanti territoriali, cercare una cooperazione nel Mediterraneo.

Anche la Turchia ha aderito a Fiavet in vista di una proficua collaborazione futura, incentrata su aspetti culturali, mentre la Grecia ha voluto Fiavet come ospite d'onore assieme a una grande delegazione di agenzie di viaggio per l'apertura ufficiale del turismo nel Paese. Qui rappresentanti di Alitalia, di MSC e personaggi come Alessandro Cecchi Paone hanno seguito FIAVET in questo processo di collaborazione nell'ottica di contribuire, tutti insieme, alla rinascita dell'economia turistica.

BMT subito dopo questa missione è il coronamento di questa serie di collaborazioni per condividere con le agenzie di viaggi del Centro Sud, sempre numerose in questa fiera, il cammino che si è intrapreso.

“Fiavet quest'anno compie 60 anni, ma è come se fosse rinata, ha in sé la forza della sua storia, ma guarderà avanti dando ai suoi associati un futuro reale” conclude la presidente.

DA OLTRE 100 ANNI LA NOSTRA PASSIONE PER L'ITALIA



#treasureItaly italia.it enit.it

Siamo presenti alla BMT
Pad. 5 Stand 5026 - 5027



Turismo a caccia della normalità Ezhaya: la troveremo solo nel 2024

Elletto presidente di ASTOI Confindustria Viaggi meno di un anno fa, Pier Ezhaya si è trovato al timone dell'associazione che raggruppa la quasi totalità dei tour operator italiani nel momento peggiore della storia del turismo. Non c'è guerra che tenga, o torri gemelle o tsunami. È bastato un virus, dalla grandezza infinitesimale, per radere al suolo in pochi giorni certezze ed economie in tutto il mondo ed il turismo ne è stato schiacciato. Mesi di tribolazioni, paure e poi riunioni, incontri, sostegni che non arrivano mai e quando arrivano non sempre sono quelli immaginati o promessi. E ora la ripartenza per tornare al più presto, si spera, a qualcosa che assomigli alla vecchia normalità. La normalità, anche e soprattutto economica... quando sarà?

"In questo anno - spiega Ezhaya - abbiamo imparato ad avere purtroppo una visione dinamica e flessibile spostando progressivamente le previsioni di pareggio dei volumi del 2019 prima al 2022, poi al 2023 mentre oggi tutti sembrano concordare sul fatto che questa crisi ha toccato così in profondità interi settori economici che solo nel 2024 si potrà tornare alla vera normalità. L'augurio è quello di non dover ulteriormente posticipare questo timing già molto severo".

Il turismo si sta rimettendo in moto e si parlerà di turismo addirittura nella prima fiera in presenza dopo la seconda fase del covid. Al di là del significato beneaugurale, quali sono i temi ancora caldi e da affrontare nel rapporto fra operatori ed istituzioni e, se ce ne sono, fra tour operator e partner della distribuzione sul mero piano del business?

"Bisogna imparare a concepire il Turismo come un asset a 360°. Troppo spesso si parla solo di alberghi o di Italia che rimane l'obiettivo primario, sia ben chiaro; ma il turismo è qualcosa di molto più ampio e complesso e non si può non tenere conto di una filiera che anche attraverso attività di outgoing prevede occupazione di personale italiano e contribuzione al PIL nazionale nonché il pagamento di tasse al nostro paese. Vorremo una maggior consapevolezza da parte delle

istituzioni di tutto il Sistema Turismo e non solo di una parte. Sul rapporto tra Produzione e Distribuzione io credo che questa pandemia abbia accorciato le distanze che c'erano prima del Covid e che, francamente, erano incomprensibili perché siamo due facce della stessa medaglia. Certo quello a cui stiamo assistendo va però nella direzione della selettività, sia dalla produzione alla distribuzione sia nel verso opposto. Si cerca di "riconoscersi" per fare dei percorsi comuni". **Come stanno affrontando questa particolare situazione i tour operator italiani fra scelte che potremmo definire obbligate nella programmazione e la necessità di modulare l'offerta ed i servizi tenendo conto dell'arrivo di una clientela che si porta dietro stress, paure e condizionamenti causati da tutto quello che stiamo ancora vivendo?**

"La pandemia si è rivelata uno 'stress-test' per tutti gli attori della filiera. Molti hanno dovuto potenziare le mete che già facevano e che sono rimaste le uniche praticabili, altri hanno dovuto riconvertire le proprie programmazioni che magari prima erano concentrate solo sul lungo raggio. La clientela non è in realtà così stressata, almeno quando arriva in vacanza che rappresenta il più importante "break emotivo" da questa terribile pandemia che ha condizionato le nostre vite. Semmai gli operatori che gestiscono hotel hanno dovuto implementare molte misure sanitarie che prima della pandemia non erano previste. Le normative sono spesso in evoluzione e in molti casi sono ancora regionali il che complica di molto la fluidità delle informazioni e la semplificazione delle misure da adottare".

Secondo quanto risulta all'osservatorio Astoi, qual è il quadro delle prenotazioni degli italiani che andranno in vacanza? Quali le mete? Che turismo sarà?

"Da diverse settimane sono ripartite progressivamente le richieste di prenotazioni. La meta preferita resta ad oggi l'Italia, in particolare la vacanza mare in destinazioni quali la Puglia, Calabria, Sicilia, Sardegna ma anche la Toscana ed Emilia-Romagna rientrano da quest'anno nelle richieste di prenotazione attraverso la filiera organizzata e i tour operator. Molto buona anche la domanda per la montagna come avvenuto già lo scorso anno, così come il turismo di prossimità. Positiva anche la richiesta per destinazioni europee come le isole della Grecia (in particolare Rodi, Creta e le Isole

Il presidente ASTOI fa il punto della situazione dopo l'annus horribilis del settore: serve maggior consapevolezza del Sistema da parte delle istituzioni

Cicladi) a seguito di un'ottima campagna vaccinale fatta dal Paese ellenico e poi per la Spagna, con Canarie e Baleari, e per i Paesi del Nord Europa. Restano però purtroppo ferme le prenotazioni per destinazioni extra Schengen e lungo raggio, come da disposizioni governative, mete strategiche ed essenziali per molti operatori. Il turismo organizzato per ripartire realmente ha bisogno di riaprire le frontiere anche dei Paesi extra Schengen, almeno attraverso corridoi turistici con destinazioni come Stati Uniti, Maldive, Egitto, Tunisia, Seychelles e Emirati Arabi che hanno attuato un programma vaccinale molto intenso”.

La possibilità di uscire dai confini che è legata al green pass, ha modificato in qualche modo la tendenza nelle scelte? Verso quali destinazioni?

“Il sentiment percepito è diverso rispetto allo scorso anno grazie anche al procedere della campagna vaccinale nel nostro Paese e nel mondo: gli italiani hanno un forte desiderio di vacanza e di viaggiare e un cauto ottimismo in un ritorno, anche in autunno, ad una vita e spostamenti sempre più vicini a quelli pre-pandemia. Purtroppo, si rileva ancora un clima di incertezza



Pier Ezhaya

e confusione su alcune tematiche: dai protocolli di sicurezza per le strutture ricettive ai tempi della campagna vaccinale così come sul green pass nazionale a quello europeo, il Digital Covid Certificate, che rendono meno fluide e immediate le prenotazioni e hanno portato gli italiani a preferire mete più “sicure” nel nostro Paese. In questi giorni si stanno delineando e confermando tutte le direttive europee e nazionali in merito al Pass europeo che ci auguriamo porterà nelle prossime settimane ad un incremento delle prenotazioni verso le destinazioni europee sia del Mediterraneo come Grecia e Spagna sia del Nord Europa”.

**È IL MOMENTO
DI GODERTI
L'ESTATE.**

**NICOLAUS CLUB
BORGO RIO FAVARA
SICILIA - LOC. ISPICA (RG)**

**nicolaus[®]
club**

CORRI IN AGENZIA O SCOPRI DI PIÙ SU NICOLAUS.IT

Sailing Challenge alla BMT porta i buyers in barca a vela



Sailing Challenge, agenzia specializzata in regate ed eventi velici per aziende in Italia e all'estero, per l'edizione 2021 della Borsa Mediterranea del Turismo ha proposto i propri servizi di supporto al workshop MICE offrendo la regata velica per i partecipanti alla fiera. "Crediamo che il modo migliore per promuovere la regata velica sia farla provare in prima persona e l'accordo con Progetca, l'organizzatore di BMT, è vincente per entrambi: offrire un'attività unica e adrenalinica nel Golfo di Napoli a fianco della fiera e consentire di vivere questa esperienza ad alcune delle aziende e maggiori agenzie MICE italiane ed estere. Gli Experience Test sono sicuramente un acceleratore per la scelta di un fornitore sicuro ed affidabile, infatti nei prossimi mesi, abbiamo scelto di investire in numerosi eventi promozionali come questo di Napoli". Con queste parole Oliviero Cappuccini, Chairman di Sailing Challenge, ha illustrato i piani



della società per la promozione degli eventi aziendali in barca a vela. Sailing Challenge dal 2001 ha organizzato più di 260 eventi in barca a vela con oltre 10.000 ospiti imbarcati. La barca a vela, in particolare la regata velica, è forse il mezzo outdoor più efficace per raggiungere gli obiettivi di un evento. Team building, incentive o semplice intrattenimento, Sailing Challenge propone programmi su misura per tutte le tipologie di aziende.



GRIMALDI LINES

dal 1 giugno



NAPOLI
CAGLIARI
PALERMO

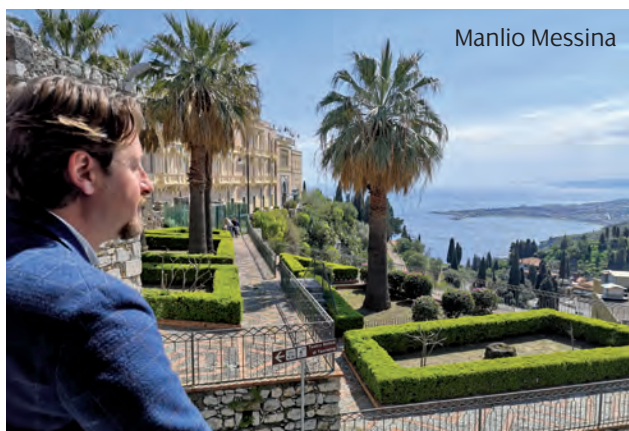
Novità



grimaldi-lines.com

Le navi Grimaldi Lines ti portano in Sicilia, Sardegna, Spagna, Grecia e Tunisia.

La Sicilia gioca d'anticipo



Manlio Messina

La Regione punta sulla sua capacità attrattiva per accelerare sulla ripresa e lancia il piano di promozione See Sicily che prevede un pacchetto di servizi per chi arriva sull'isola per le vacanze

La Sicilia ha tutte le potenzialità per agganciare la ripartenza prima di altri grandi competitors internazionali, sfruttando a pieno le potenzialità che sono intrinseche alla storia e al Dna della nostra terra. Accoglienza, beni culturali e paesaggistici unici al mondo (la Sicilia detiene il 15% del patrimonio Unesco in Italia), la straordinaria eterogeneità di esperienze che possono essere vissute, dal turismo lento al turismo culturale, passando ai luoghi e le strutture adatte a famiglie e sportivi.

Il nostro auspicio è che con l'avanzare della campagna vaccinale, che in Sicilia veleggia su numeri costantemente importanti, le restrizioni di contrasto alla pandemia possano cessare al più presto, dando modo all'economia del turismo siciliano di liberare tutte le proprie risorse, trasmettendo messaggi rassicuranti soprattutto nei confronti del mercato estero. Ovviamente, l'eccessiva lentezza sulle riaperture e delle modalità su come potranno tenersi i grandi spettacoli all'aperto, hanno inciso negativamente sulle prenotazioni di primavera, specie dall'estero.

Tuttavia, il Governo Regionale, per ciò che è di propria competenza, ha fatto e sta facendo tutto il possibile per rimettere in moto l'economia ed in particolare il turismo, il quale nel suo complesso rappresenta quasi il 10% del pil della Regione. Campagna vaccinale, Isole minori covid free, il progetto 'See Sicily' di cui vi accennerò, sono le direttrici principali per il rilancio della destinazione Sicilia.

Certo, sarebbe poco credibile gettarsi oggi in previsioni che alla luce di fattori instabili potrebbero rivelarsi per nulla oggettive, ma siamo fiduciosi. Abbiamo delle stime di importanti istituti demoscopici che ci dicono che rispetto all'anno scorso la Sicilia potrebbe avere un incremento di presenze intorno al 15%, e quindi posso certamente affermare che se da Roma ci permetteranno di riaprire presto in sicurezza e di dare una ulteriore accelerata alla campagna vaccinale, certamente la Sicilia potrà attrarre gran parte del turismo interno (che anche quest'anno sarà largamente maggioritario) e quel che resta del mercato estero.

Per quanto concerne le misure di sostegno al settore, come accennavo, è in partenza il piano di promozione See Sicily, che prevede un pacchetto di servizi per chi arriva nell'Isola, compresa una notte gratis ogni 3 di soggiorno.

See Sicily, che prevede investimenti per circa 75 milioni



di euro, punta a rilanciare strutturalmente il settore dopo un anno critico a causa dell'emergenza sanitaria. Il pacchetto turistico di See Sicily, oltre ad una notte ogni tre pagata dalla Regione siciliana, comprende anche visite guidate gratuite, ingressi ai musei, ai parchi archeologici, siti di interesse. Da ottobre l'offerta promozionale si amplierà anche ai viaggi aerei con l'obiettivo di invogliare i turisti ad arrivare in Sicilia pure dopo l'estate. Stiamo puntando anche sulla destagionalizzazione,

siamo già proiettati all'autunno riempiendo la Sicilia di eventi che partiranno da ottobre, come la Fiera del Turismo sportivo, un festival dedicato a Vincenzo Bellini fino ad un grande progetto per Natale. Dobbiamo avere sempre più la consapevolezza che il turismo è un'industria in competizione nel mercato globale. Insomma, non mi resta altro che dirvi: vi aspettiamo in Sicilia!

Manlio Messina



**VI ASPETTIAMO
ALLO STAND DI**

TOKYO

PAD. 5 STAND 5049

ALLA FIERA

BMT

18-20 GIUGNO 2021

WWW.GOTOKYO.ORG/IT
TOKYOTOKYO.JP



Basilicata, un'esperienza da vivere



Antonio Nicoletti

Una regione che coniuga un mix di 'turismi', in grado di trasformare in risorsa la sua straordinaria ricchezza di diversità

La Basilicata rappresenta fra le regioni italiane una delle più piacevoli scoperte, o riscoperte, degli ultimi anni. Merito del suo patrimonio naturale, culturale, storico ed enogastronomico ed anche della grande visibilità di un territorio scelto come location per importanti produzioni cinematografiche. Ancor di più merito del ruolo di Matera Capitale Europea della

Cultura che nel 2019 ha fatto accendere i riflettori su quello che fisicamente è anche il cuore dell'Italia Meridionale. Ora che si torna a viaggiare, anche la Basilicata si prepara a riaprire le sue porte al turismo.

Il direttore generale dell'Agenzia di Promozione Territoriale di Basilicata, Antonio Nicoletti, ci spiega come sarà affrontata una stagione che è stata definita come quella del turismo di prossimità.

"La Basilicata si caratterizza già per un consolidato rapporto con i mercati di prossimità; questo ha consentito negli anni anche di strutturare un'offerta diversificata.

Geograficamente al centro del Sud, siamo una destinazione che coniuga un mix di 'turismi', in grado di trasformare in risorsa la sua straordinaria ricchezza di diversità (culturali, paesaggistiche, enogastronomiche, ...). L'offerta di soggiorno viene impreziosita dall'integrazione di prodotti - natura e adrenalina, cultura e gastronomia, borghi e mare - affiancati da una peculiare e diffusa vocazione all'accoglienza".

La domanda turistica è in deciso cambiamento, oggi si guarda molto di più all'aspetto esperienziale. Quali possibilità offre la Basilicata?

"Anche lo stesso concetto di esperienza si va ampliando ed evolvendo, e questo non solo perché siamo in un'epoca caratterizzata dalla ricerca di 'si-

curezza'. In quest'ottica la Basilicata mette insieme l'offerta esperienziale già strutturata, come ad esempio i grandi attrattori adrenalinici immersi nella natura (ponti tibetani, voli dell'Angelo e dell'Aquila ecc...), con la qualità, il fascino di una natura estesa ed un paesaggio fruibile anche per gli spazi che offre, diciamo così, senza particolari 'assemblamenti'.

Oggi la Basilicata in sé è una bella esperienza da compiere, anche perché conserva il suo fascino di scoperta che rimane una caratteristica peculiare del nostro territorio.

Ma c'è di più. Mesi di restrizioni e di chiusure hanno modificato profondamente il rapporto che abbiamo con il viaggio, il modo con cui formiamo le nostre preferenze e le nostre priorità. Forse è arrivato il momento di sperimentare nuove forme di turismo, di superare il turismo dell'esperienza. Non di abbandonarlo, ma di arricchirlo, con un riferimento a quanto di più intenso possiamo cercare di vivere nella nostra vita: le nostre passioni. In Basilicata abbiamo iniziato a lavorare proprio sulla concretizzazione di questo modello e sulla declinazione in una strategia di sviluppo di medio lungo periodo del turismo regionale, con il contributo fondamentale di Giancarlo Dall'Ara, il padre del turismo diffuso".

Cosa resta dell'esperienza di Matera Capitale Europea della Cultura?

"Resta tanto, a partire dalla notorietà e dal cosiddetto 'valore del brand', una reputazione straordinaria. È certamente vero che il Covid si è rivelato in tutta la sua drammaticità proprio a poche settimane dalla chiusura del 2019 e questo ha colpito inevitabilmente una destinazione all'apice della sua traiettoria di crescita. C'è però da dire che la reputazione di Matera oggi è più che consolidata, e consente di far ben sperare per la ripresa. Grandi player internazionali della comunicazione turistica ormai inseriscono Matera e la Basilicata tra le mete principali di viaggio, si pensi

alla classifica dei luoghi più belli del pianeta di Lonely Planet, che vede Matera al 44mo posto, e all'elenco delle travellers choice 2021 di Tripadvisor, con Matera presente in qualità di destinazione di tendenza. Con il 2019 si è compiuta un'inversione di paradigma, cosicché se prima Matera era la "Cappadocia di Occidente", oggi troviamo titoli in cui la Cappadocia è 'la Matera d'Oriente'."

Per favorire gli arrivi in una fase così complicata, sono state predisposte strumenti di incentivazione per tour operator e/o consumer?

"Le misure di sostegno al turismo e agli operatori sono di diversa tipologia. In Italia abbiamo visto come questa materia sia in continua evoluzione e ci si doti di strumenti sempre nuovi e vari. Tutti siamo stati colti da uno tsunami a cui abbiamo dovuto far fronte senza modelli pregressi di riferimento e per questo rimane necessario un confronto costante tra categorie, affinché le varie esigenze possano integrarsi in soluzioni e strumenti adatti alle difficoltà del mercato. Questo avviene anche in Basilicata, con l'attenzione che in particolare la Regione Basilicata sta mettendo in una programmazione che è duplice: da un lato un impegno straordinario e continuativo nel sostegno alle imprese che hanno perso mercato e fatturato a causa della pandemia; dall'altro con un piano straordinario di sostegno alla ripresa, voluto in particolare dall'assessorato alle Politiche di Sviluppo, che prevede un investimento di 4,5 milioni di euro in azioni definite, per la prima volta, in modo partecipato insieme a tutte le associazioni e le rappresentanze di settore".

Come si articolerà la prossima campagna di promozione e comunicazione?

"È già in atto una campagna multicanale che progressivamente ha accompagnato la riapertura con claim che richiamano la libertà di movimento e la caratteristica di regione dai paesaggi ampi e incontaminati.

È un'attività di promozione e comunicazione legata a strategie di posizionamento che si avvalgono di azioni in continua evoluzione, che abbiamo definito nei mesi scorsi "adattive". Per il periodo che stiamo vivendo, sono azioni e "messaggi" in costante adattamento, per essere "in tempo" e "in sintonia" con quanto accade intorno a noi.

Per quanto quest'ultimo anno abbia rallentato il turismo, infatti, si tratta pur sempre di un ambito nel quale ciò che si raccoglie oggi è stato seminato nel

tempo ed i suoi frutti sono anche risultato di costanza e strategia.

Da oltre due mesi siamo presenti nelle grandi stazioni italiane con campagne mirate a presentare una Basilicata dai grandi spazi all'aperto ('Basilicata liberi di muoversi' e 'Basilicata senza confini' sono i nostri payoff). La libertà di muoversi per le proprie attività di fruizione della natura è la caratteristica peculiare dei nostri messaggi, veicolati con strumenti e con linguaggi tutti nuovi.



Qual è la validità degli strumenti e delle piattaforme digitali attualmente in uso per sopperire alla possibilità di eventi in presenza e quanto ritenete necessario tornare alle tradizionali forme di promozione?

Per quanto riguarda il digitale, ormai possiamo dire che non esiste più una netta demarcazione tra strumenti, poiché viviamo in un'epoca digitale e dunque tutto ciò che si fa non può più prescindere da una tecnologia pervasiva, entrata ormai nella nostra quotidianità. Per questa ragione, la politica di promozione dell'Apt e della Basilicata turistica rimane e rimarrà legata all'integrazione tra strumenti, tra tecniche e mezzi di distribuzione che consentano di raggiungere le varie tipologie di potenziali viaggiatori che invitiamo a venire in Basilicata".



Giappone, dove inizia il tuo sogno d'amore.



JNTO

Ente Nazionale del Turismo Giapponese

Padiglione 5 - stand 5048

Viaggio nella Calabria pop

Questa regione è terra di terre.
È luogo di luoghi, ben oltre il luogo
comune. Una terra multicolore che sazia
gli occhi e favorisce il movimento.
Ogni località è un'esperienza,
ogni luogo una connessione.
Niente da spiegare, tutto da vivere

Mio nonno vive a Toronto da più di mezzo secolo ormai. I suoi figli sono nati laggiù, però lavorano in California. Hanno un ristorante. Italiano, ovviamente. Anche se loro preferiscono dire Calabrese. Per loro la Calabria è una terra lontana solo geograficamente. Nonno gliene parla ogni giorno. Gli fa vedere vecchie fotografie in bianco e nero. “Prima o poi vi porto al paese”, gli dice. “Vi farò vedere il mare al mattino, la montagna al pomeriggio. Poi a cena andiamo al borgo storico”. Insieme. Padri e figli. Madri e figli. “Torneremo”. Sono il nipote e sono tornato.

STREET ART E KITESURF, UN GRANDE AMORE

C'è sempre il sole a Diamante. Il venticello che viene dal fiume Corvino lo attenua a malapena. Passeggio per ore con il naso all'insù. Dietro ogni angolo, ogni arco, una scoperta. Questo borgo marinaro è su uno sperone di roccia che si tuffa nel Tirreno, in provincia di Cosenza. È una galleria di street art a cielo aperto. Oltre 200 opere dipinte sui muri del centro storico e della frazione Cirella, realizzate a partire dal 1981 da pittori e artisti di fama internazionale. Quarant'anni di arte nel cuore della Riviera dei cedri.

Il mio viaggio lungo la costa tirrenica della Calabria mi porta a Gizzeria. Sono venuto sin dall'America del Nord per fare kitesurf in uno degli spot più belli d'Italia. I miei amici vanno in Australia. Super atleti e campioni affermati scelgono ormai da dieci anni questa ventosa area del lametino per le loro spettacolari evoluzioni. Quest'anno l'appuntamento clou è a luglio: “Kite Foil World Series”, un mondiale con un centinaio di atleti. Si articola in quattro tappe che si disputano in tutto il mondo. Una di queste è Gizzeria. Di certo non ho intenzione di perdermela.

Del mare di Tropea nonno mi ha parlato tante volte e ogni volta era come avere una cartolina turchese negli occhi. Poi mi sono guardato alle spalle e la parte antica del paese, a picco sul mare degli Dei, toglie il fiato. Una sensazione difficile da spiegare, sembra di volare. Di fronte c'è l'isolotto con la Chiesa di Santa Maria dell'Isola. Il mio profilo Instagram è pieno di foto, basta seguire l'hashtag #tropea. Non potete non metterci il cuore. “Il Borgo dei Borghi 2021” è un'icona. Nonno aveva ragione. A Tropea ci si innamora.

Saluto Tropea e Vibo Valentia non fa fatica a rimettermi in riga. L'antica colonia greca Hipponion, che nel 182 a.C. divenne municipio romano con il nome di Valentia, è la “Capitale italiana del libro 2021”. Una città dalla storia antica, che decido di sfogliare come un romanzo. Pagina dopo pagina. L'architettura urbana, dominata dall'imponente castello normanno-svevo. E poi il centro storico lastricato con grossi blocchi di pietra lavica, con le geometrie del borgo medievale intatte e i pa-



Calabria Terra dei Padri 2023



Intervista all'assessore regionale al Turismo Fausto Orsomarso

“In questo progetto c'è l'anima dei calabresi”

“Dobbiamo raccontare una Calabria nuova, quella dei cento marcatori distintivi”. Si coglie tutta la passione per la sua terra nelle parole dell'assessore regionale al Turismo Fausto Orsomarso. Nel prossimo biennio, fino al 2023, la Regione ha scommesso sulla forza delle radici. Per andare oltre giudizi e pregiudizi. Il progetto ha un nome evocativo: “Calabria Terra dei padri 2023”.

Assessore, cosa accadrà nei prossimi due anni?

C'è l'anima dei calabresi in questo che deve essere un people project. Non a caso lo abbiamo affidato a un calabrese importante come il manager Lucio Presta. Per dirlo in parole semplici, è un festival dei festival, un richiamo alle radici. Perché di una cosa sono convinto: il futuro sta nelle radici. Di questo parleremo di qui ai prossimi anni.

Si sente un sussulto di sano orgoglio nelle sue parole...

Dobbiamo avere l'orgoglio di dire che siamo il Sud Italia. Un Sud che accoglie. Il messaggio che deve passare nei prossimi due anni ce l'abbiamo chiaro: la terra dei tuoi padri e delle tue madri è pronta ad accoglierti.

Come andare oltre il racconto che i media fanno di questa terra?

Con una fortissima consapevolezza di noi. Siamo i nipoti di Pitagora, di Gioacchino da Fiore. Abbiamo una storia millenaria, una fortissima identità. Ci aspettano due anni importantissimi: dobbiamo organizzare il racconto ma anche l'accoglienza, i servizi. Vorremmo fare della Calabria la prima meta turistica, muovendo anche la leva identitaria. Per centrare l'obiettivo è necessario il contributo di tutti. Per questo “Terra dei padri” è un progetto di tutti.



lazzi monumentali in tufo giallo.

Per scendere da Vibo lungo la costa, direzione Reggio Calabria, faccio zig zag. Tappa a Pizzo per fare yoga sulla spiaggia e colazione in piazzetta. Cosa ho intenzione di ordinare non ve lo dico. Qualcuno ha detto tartufo affogato?

A Reggio Calabria si cammina. Tanto. Cinque, dieci, venti vasche su e giù per il lungomare con le statue giganti opera dell'artista romana Rabarama. Sculture dalle sembianze umanoidi che ne avrebbero di storie da raccontare. Non posso dirlo, ma con una ci ho parlato. Mi ha detto delle mille vite vissute con uno sguardo sulla Sicilia, così vicina che pare di toccarla.

DIECI, CENTO, MILLE ANNI FA

Quando la Calabria smette di essere mare e diventa collina, cambia tutto. I colori si fanno ovattati, quasi soffici. Il verde della macchia mediterranea si ingiallisce un po'. Sembra un viaggio indietro nel tempo quello che porta a Pentecostato, un paesino fantasma, costruito tra le rocce del Monte Calvario. Si chiama così perché ha la forma delle dita di una mano ciclopica, che sembra venir fuori dalla terra. Il paesaggio in questa parte di Calabria è meravigliosamente complesso. Gerace ne racchiude tutta l'essenza. È il borgo medievale nella Ilocride dove vedere all'opera gli ultimi maestri vasai. Un'esperienza fantastica.

NON SERVE GOOGLE MAPS SE HAI IL SOLE

In Calabria a dirti dove sei è il tramonto. Sulla costa tirrenica, con lo sguardo a ovest, il sole annega nel

mare fino a scomparire, prima rosso, poi arancione, infine turchese. Sulla costa ionica riemerge, in un tripudio di giallo e cobalto. Sì, perché la Calabria è terra di luce, è terra di colori e connessioni. Vedi il verde delle montagne della Sila e senti il richiamo del Pollino, vedi le Serre e torna in mente l'Aspromonte. Sono Parchi incontaminati, tra i più importanti del sud Italia. Di quelli che puoi camminare tra i filari di lavanda al calar del sole, fare rafting in gommone, andare a cavallo, salire su un treno a vapore oppure girovagare in bici senza fretta, lungo la ciclovia: più di 500 chilometri che sono un tuffo al cuore.

Per guardare l'alba a Le Castella, cittadina di mare a due passi da Crotona, in uno dei tratti più belli dell'Area marina protetta Capo Rizzuto, punto la sveglia alle cinque. Nelle orecchie le cuffie dell'iPhone, negli occhi il mare dei greci. Vedo, pian piano, il Castello Aragonese uscire dall'ombra della notte. Il suo ingresso in scena è così intenso da fermare il tempo. E poi Cosenza, l'Atene della Calabria, la città dei Bruzi, dei grandi filosofi e del Ponte di Calatrava, il primo del sud Italia. Crotona, culla di Pitagora e del campione olimpico Milone. Catanzaro, con il suo suggestivo centro storico.

È questa la Calabria che ricordo. La Calabria delle radici. La Calabria terra di terre. Terra gota e sveva, greca e spagnola, normanna e saracena, calcedese e romana. È la terra delle cinque lingue: l'albanese (Arbëreshë), il grecanico (Greco di Calabria), l'occitano, il calabrese e l'italiano. La Calabria è casa. La Calabria è ieri ma anche oggi. La Calabria è pop.

Taste Of Thailand



The Best 10 numeri
per ripartire

1 luglio
PHUKET
riapre al turismo
internazionale

ERIOS

Rivista ufficiale
dell'Ente del Turismo Thailandese in Italia
Anno 7 - Giugno 2021



amazing
THAILAND

MSC e il futuro: siate affamati



#MSCSeashore

“Un consiglio agli agenti di viaggio ed ai professionisti del turismo nel momento di questa ripartenza storica? Siate affamati, siate folli. Soprattutto folli”. Leonardo Massa fa suo l’invito che Steve Jobs, il fondatore di Apple, rivolse nel giugno del 2005 ai laureandi dell’Università di Stanford e ne

Massa: per riprendere bene bisogna saper buttare il cuore oltre l’ostacolo. Estate con 6 navi nel Mediterraneo, una nel nord Europa ed a luglio arriva MSC Seashore

ravviva il senso per dare la sua visione di quello che dovranno essere i prossimi mesi. “Siano tutti affamati di successi e folli perché per riprendere bene bisogna saper buttare il cuore oltre l’ostacolo.

Lo ha fatto MSC Crociere un anno fa, ripartendo ad agosto. È quello che MSC ha fatto navigando tutto l’inverno quando le regioni erano rosse e poi annunciando le navi per l’estate. Lo ha fatto nelle settimane scorse mettendo una nave in nord Europa con il charter dall’Italia”.

“È un momento in cui se vai per ragionamenti razionali non ti muovi - prosegue il country manager MSC Crociere - bisogna buttare il cuore oltre l’ostacolo perché devi far ripartire una macchina che è ferma da troppo tempo. Se tu aspetti che ci siano tutte le condizioni ottimali, allora riparti nel 2027”.

In questo bisogna essere un po’ visionari quindi? “Certo. Ho la fortuna di lavorare in un’azienda che ha capacità visionarie ed essere affamati e un po’ folli in questa azienda, ci sta”.

famati, visionari e folli

E se dovessi dare un consiglio agli agenti di viaggio, per esempio, protagonisti dei risultati di MSC Crociere così come di tante altre aziende?

“Gli agenti di viaggio devono ritrovare positività ed ottimismo. Hanno vissuto malissimo questo periodo e sono in posizione di grande difficoltà sul mercato. Devono ritrovare la forza per essere i primi a trasmettere ottimismo ai clienti, ritrovare la voglia di vendere e promuovere il prodotto turistico come sanno fare solo loro. Devono tornare ad essere agenti di viaggio con la A maiuscola”.

“Per un anno e mezzo sono stati costretti in una situazione che non ha permesso loro di fare gli agenti di viaggio - ammette Massa - ma adesso devono essere la benzina verde di questo mercato con entusiasmo e la loro professionalità”.

Il comparto crocieristico, pur con le sue limitazioni, ha dato già da qualche mese segnali di risveglio o, quantomeno, ha rappresentato la voglia di tornare a viaggiare. “Il mercato si sta riprendendo, il lavoro di questi mesi sta dando i suoi frutti”.

Ed allora in cosa si concretizza la sana follia e lo sguardo visionario di MSC Crociere per l'estate ed i mesi a venire?

“Per l'estate abbiamo posizionato ben 6 navi nel Mediterraneo, una nave nel nord Europa con charter dall'Italia ed una nave in Inghilterra. A fine luglio vareremo la nuova ammiraglia MSC Seashore, la più grande unità mai costruita in Italia da Fincantieri che dal 1° agosto effettuerà il classico giro del Mediterraneo che tocca Genova, Civitavecchia, Napoli, Malta, Barcellona e Marsiglia.

E poi arriverà l'inverno e la partenza sarà ancora più rimarcata perché avremo gli itinerari nel Mediterraneo, avremo gli Emirati Arabi e la grande novità dell'Arabia Saudita oltre ai tradizionali programmi sui Caraibi”.

Come procedono le prenotazioni? “In questo momento la domanda è fortemente concentrata sulle partenze estive. Da quando abbiamo annunciato il charter sul nord Europa abbiamo visto una buona risposta mentre i crocieristi incalliti stanno già prenotando le crociere sull'Arabia, un itinerario molto interessante e novità assoluta a livello crocieristico e turistico”.

Nei mesi scorsi uni dei temi predominanti delle di-

scussioni attorno al turismo riguardava le misure di sicurezza su cui MSC Crociere per prima si è impegnata ed ha investito fino a creare un protocollo diventato una delle best practices sul tema. Con l'adozione delle nuove misure internazionali, a partire dal Green Pass, cosa cambierà?

“Tutto ciò che semplifica gli spostamenti fra gli Stati è un facilitatore di viaggi. I nostri protocolli sanitari variano con lo svilupparsi della situazione pandemica, per esempio i vaccinati non dovranno fare il test 96 ore prima dell'imbarco e non mi sorprenderei se nelle prossime settimane il miglioramento della situazione generale potrà rendere ancora più semplice imbarcarsi per una crociera”.

Antonio Del Piano

Leonardo Massa



Idee per Viaggiare con Lubrano nelle adv di Campania e Molise



Pasquale Lubrano

New entry nell'area commerciale del tour operator romano dove dal 1° giugno è arrivato anche Crida per il Triveneto



Massimo Crida

Nuovi arrivi nel reparto commerciale di Idee per Viaggiare. Dopo l'ingresso di Massimo Crida, nel ruolo di Responsabile Commerciale per l'area del Triveneto, dal 1° giugno è operativo Pasquale Lubrano in qualità di Key Account Manager per Campania e Molise.

L'ingresso di Lubrano ha come obiettivo quello di dare continuità al presidio sul territorio campano, nonché aprire nuove collaborazioni in un'area strategica e dalle grandi potenzialità, soprattutto per il target honeymooners.

Fabio Savelloni, Direttore Generale di Idee per Viaggiare, commenta: "Con Crida prima e Lubrano ora, abbiamo aggiunto altre due figure strategiche che ci consentiranno di essere sempre più competitivi e vicini agli agenti di viaggio. Abbiamo inserito persone dalla grande professionalità con cui condividiamo obiettivi, prospettive e atteggiamenti di vita, dove la loro voglia di mettersi in gioco si sposa con l'ambizione di collocare l'azienda ad un gradino più alto nel settore del turismo".

"Pasquale - continua Savelloni - è un grande professionista nel settore da oltre vent'anni e volto noto e apprezzato dalle agenzie campane. L'obiettivo del suo ingresso in squadra è quello di stringere un rapporto ancora più solido con gli agenti di viaggio, ampliando ulteriormente il nostro share di mercato in un'area che esprimeva già risultati importanti".

Visit Brussels e KKM Group con la programmazione in BMT

Sulla scorta delle buone notizie legate al Green Pass Europeo e alla progressiva ripartenza dei flussi turistici, Visit Brussels sceglie BMT per incontrare gli operatori del settore e presentare un'anteprima della programmazione sviluppata nel corso degli ultimi mesi in collaborazione con KKM Group. "Quando lo scorso ottobre abbiamo lanciato il progetto 'Collegati per Vincere' - dichiara Ursula Jone Gandini, Direttore Italia Ufficio del Turismo di Bruxelles - avevamo già chiari due obiettivi: mettere al centro delle proposte di viaggio il cliente e le sue aspettative e offrire strumenti di vendita al trade, per consentirgli di intercettare una domanda profondamente modificata dalla pandemia. Nel 2021 questa necessità è ancora più evidente: proponiamo city-break tematizzati di 2 o 3 notti sfruttando tutti gli asset competitivi di Bruxelles, così da riavvicinare i viaggiatori alla destinazione, nel rispetto dei più stringenti protocolli di sicurezza".

I pacchetti, commercializzati a marchio Enjoy Destinations sono segmentati in base al tipo di esperienza proposta e possono essere personalizzati con un'ampia gamma di escursioni e attività organizzate in collaborazione con Visit Brussels.

Riflettori puntati sul pacchetto di 3 notti in occasione del Gran Premio di Formula 1 del Belgio del 29 agosto, proposto in esclusiva da KKM Group in qualità di rivenditore ufficiale delle attività Formula 1 Experiences®. Oltre ai voli dall'Italia e alla sistemazione per 3 notti in hotel, l'offerta include i trasferimenti privati per il circuito di Spa Francorchamps, il biglietto per assistere alla gara con posti in tribuna e la possibilità di arricchire l'esperienza con: ingresso al paddock, visita della corsia dei box, giro guidato della pista, incontri informali con i piloti e molto altro ancora. I veri appassionati, poi, potranno scoprire Autoword di Bruxelles, la più importante collezione di auto al mondo, con oltre 250 esemplari che raccontano la storia dell'automobile, dalle origini ad oggi. Decisamente più classico, ma sempre molto apprezzato, il combinato 'birra e cioccolato', con un tour nei più rinomati birrifici della città e una dolce parentesi dedicata alle cioccolaterie storiche che circondano la Grand Place e inebriano la vista e l'olfatto

con 'manon', 'orangette', tartufi e decine di altri capolavori del gusto. Imperdibile a questo proposito una sosta da Jean Neuhaus, sotto le arcate delle Gallerie Reali Saint-Hubert, dove sono state inventate le praline nel lontano 1902.

Tra le proposte da segnalare rientra anche l'anteprima sui mercatini di Natale, in programma dal 21 novembre al 3 gennaio, mentre chi viaggia con i bambini può optare per una visita alla Mini Europe, parco a tema ai piedi dell'Atomium, caratterizzato dalla riproduzione di tutti i monumenti e i simboli più significativi della storia del Vecchio Continente: oltre ad ammirare il Big Ben di Londra e le gondole di Venezia, si può assistere all'eruzione del Vesuvio e alla caduta del muro di Berlino.

Coppie e piccoli gruppi interessati alla cultura e alla frizzante vita artistica della città possono visitare i musei, i quartieri emergenti e le installazioni disseminate in tutta la capitale, come i murales e la street art contemporanea, approfittando di una serie di agevolazioni: Brussels Card, tour 'hop-on e hop-off' e percorsi guidati a piedi o in bicicletta.

"Insieme a Visit Brussels e ai nostri programmatori di Enjoy Destinations abbiamo creato un prodotto esclusivo, personalizzabile in ogni dettaglio per poter raggiungere una sempre più ampia fascia di clientela. - dichiara Andrea Cani, Presidente KKM Group - La sinergia con EnjoyNet ci permette di approfittare di una rete di vendita consolidata ed in costante crescita che potrà contribuire al successo dell'iniziativa. Inoltre, siamo in grado di diffondere il progetto anche sulla piattaforma di formazione a distanza Lerni, per renderlo accessibile in tempo reale a tutte le agenzie interessate".



Ursula Jone Gandini

Italia e Mediterraneo per Volonline



Michele Guardascione

“**C**rediamo molto nella BMT: abbiamo colto subito l'occasione di incontrare finalmente dal vivo i nostri partner per presentare il prodotto estivo e, soprattutto, i progetti che ci vedranno coinvolti nei prossimi mesi. Il mercato del sud per noi ha un valore strategico importante e un ottimo potenziale di crescita - dichiara Michele Guardascione, Direttore Vendite Sud Italia Volonline - Per questo, abbiamo riconfermato le partenze speciali da Napoli in alta stagione, a cui si affiancano il dynamic packaging di Volonclick e le proposte tailor made a marchio Volonline”.

Volonclick, che poteva già contare sul prodotto delle principali bed bank e OTA nazionali ed internazionali, è

stato recentemente implementato con un hub XML specializzato in DMC e Tour Operator italiani ed è pertanto da pochi giorni in grado di proporre molti contratti diretti e prodotto in esclusiva.

Volonline sceglie BMT per inaugurare la stagione della ripresa e presentare le ultime novità messe a punto per l'estate 2021

“In questa fase abbiamo deciso di integrare in Volonclick 12 fornitori italiani, tra DMC e TO - prosegue Guardascione - riuscendo in questo modo ad ottimizzare ulteriormente sia il prodotto Mare Italia in Sicilia, Liguria, Puglia, Campania, Isole Minori e Riviera Adriatica, sia il prodotto montagna, con resorts, case e ville esclusive”.

Per quanto concerne i pacchetti a date fisse, disponibili sempre a marchio Volonclick, il tour operator propone una collection di partenze da Milano e dai principali aeroporti italiani in alta stagione su tutto il bacino del Mediterraneo: Italia, ma anche Malta, Cipro, Baleari, Canarie e, come sempre, un ampio ventaglio di proposte sulla Grecia. Per il mercato del sud sono disponibili anche le partenze speciali da Napoli Capodichino per la Sicilia e la Sardegna, a cui si affiancano Abruzzo, Puglia, Basilicata e Calabria in solo land. Chiude il prodotto 'à la carte' per chi cerca soluzioni esclusive con itinerari su misura e sistemazione in strutture particolari, come castelli, agriturismi, masserie, chalet, boutique hotel e tenute. Quanto alle destinazioni, l'offerta abbraccia l'intera Penisola e buona parte del corto raggio, dalle località più famose ad angoli più intimi e ancora da scoprire.

A tutela della sicurezza dei viaggiatori e della tranquillità degli agenti di viaggio, Volonline ha predisposto la copertura Volonlock, che comprende assistenza h24, blocco adeguamenti e un'assicurazione medico/bagaglio annullamento 'all risks', valida anche in caso di eventi pandemici. Al momento della prenotazione, inoltre, si può stipulare la polizza "Be Free" per cancellare senza penale fino a 30 giorni prima della partenza.

“La biglietteria aerea, da sempre uno dei nostri asset strategici - con particolare riferimento al segmento etnico - non si è mai fermata - spiega Luigi Deli, CEO e Founder Volonline, tracciando un bilancio sull'andamento della stagione - Per quanto concerne i pacchetti, al momento l'Italia è la protagonista assoluta delle vendite: a inizio giugno abbiamo raggiunto il budget base che c'eravamo proposti a inizio stagione e oggi puntiamo a traguardi ottimistici. Ogni giorno registriamo una graduale crescita delle prenotazioni di Grecia e Spagna, con partenza tra luglio e agosto, mentre siamo nelle mani della politica per la ripartenza del lungo raggio. Ci aspettiamo una ripresa dell'operatività in autunno, ma confidiamo nell'apertura anticipata di alcune destinazioni già da quest'estate”.

Il cuore musulmano di Gerusalemme

Il 23 maggio Israele ha riaperto le proprie frontiere con importanti novità per il Turismo. I cosiddetti 'Accordi di Abramo' siglati tra Israele ed Emirati Arabi Uniti lo scorso anno, hanno immediatamente alimentato nuovi flussi turistici diretti verso entrambe le direzioni che subiranno un significativo aumento nel prossimo futuro.

La One People Travels, agenzia di viaggio specializzata in turismo religioso, per prima ha ideato una **proposta di viaggio spirituale per musulmani in Terra Santa** che rispondesse alle esigenze di questo nuovo viaggiatore-tipo.

La proposta vuole offrire un'esperienza immersiva facendo dialogare la dimensione religiosa e quella storico - culturale.

Si tratta di un **prodotto turistico all inclusive**, strutturato in tour per piccoli gruppi e basato su una filosofia **person centred**: è il singolo individuo al centro

dell'esperienza di viaggio.

Alla base di questo nuovo progetto ci sono la lunga esperienza nel settore del **turismo religioso e del pellegrinaggio**, la profonda conoscenza del mondo islamico e la volontà di creare servizi inclusivi e trasversali attraverso solide collaborazioni.

"La riapertura al turismo in Israele non segna dunque solo una ripartenza, ma un nuovo inizio di più ampio respiro che coinvolge sempre più persone desiderose di riscoprire i luoghi della fede e della cultura" dichiara la Country Manager per l'Italia Sara Sampieri.

Al via un progetto di Tour Tailor-Made possibile a sole 11 agenzie di viaggio in Italia. "One People" è tra queste!

info@onepeopletravels.it - www.onepeopletravels.it

riscopri il vecchio Israele dalle mille novità!

Israele nel Cuore
onepeopletravels.it

ONE PEOPLE

La Thailandia riparte dalla BMT



La BMT di Napoli segna una spinta propulsiva rigenerante per le attività di promozione dell'Ente Nazionale per il Turismo Thailandese in Italia che sarà presente con una nuova grande area progettata per il 'debutto' nel padiglione 5, stand E18-E21.

L'attività di contatto con il mercato e le sinergie non si sono mai fermate anche nel periodo pandemico, ma il ritorno al rapporto in presenza con agenti e operatori turistici è un punto di svolta a cui l'Ente si presenta con due novità importanti.

Il nuovo stand nasce dalla collaborazione tra Ente Nazionale per il Turismo Thailandese e Qatar Airways che, in questa occasione condivideranno gli spazi come preludio ad una partnership che prenderà sempre più vigore in futuro. Un'area interna sarà interamente dedicata al golf. Si tratta di un vero e proprio green in versione ridotta ideato per agenti e operatori del settore che potranno interagire in maniera

Il ritorno al rapporto in presenza con agenti e operatori turistici per l'Ente del Turismo è un punto di svolta

più attiva con il mondo thai sfidandosi per aggiudicarsi, oltre ai premi giornalieri, due biglietti per il Paese del sorriso messi in palio da Qatar Airways.

Il focus principale dell'attività

delle prossime settimane dell'Ente per il Turismo Thailandese in Italia è senza dubbio la riapertura di Phuket ai turisti internazionali che abbiano completato il percorso vaccinale. Dal 1° luglio, Phuket sarà infatti la prima destinazione thailandese a spalancare le sue porte ai turisti stranieri revocando i requisiti di quarantena nell'ambito del programma "Phuket Sandbox". Il protocollo stabilisce che tutti i viaggiatori in arrivo saranno, comunque, tenuti a sottoporsi a un tampone d'ingresso e a soggiornare in una struttura ricettiva certificata *Amazing Thailand Safety and Health Administration (SHA) Plus* per non meno di 14 notti. In seguito, potranno viaggiare per visitare altre destinazioni thailandesi. La BMT rappresenta l'occasione migliore per lanciare la campagna di comunicazione legata a questo importante evento e per presentare il protocollo che il governo thailandese ha predisposto per la riapertura. Il medesimo percorso verrà, poi, esteso nel corso dell'anno a tutte le altre mete turistiche. L'isola iconica per eccellenza del turismo nel sud-est asiatico diventa quindi il simbolo del nuovo inizio per riavviare i contatti con il mondo, per stimolare l'economia locale, per riprendere a godere di nuove esperienze e riempire quel cassetto dei ricordi che avevamo temporaneamente chiuso.

Tutti a scuola di manager con Palmiro Noschese

Come intraprendere la carriera lavorativa nel mondo del turismo puntando al successo: lo spiega Palmiro Noschese, manager di primo piano dell'hospitality internazionale, nel libro "I segreti dell'ospitalità", recente pubblicazione in distribuzione per i tipi di Edizioni Zerotre.

Il libro è stato presentato dall'autore a Roma, nei saloni del St Regis Hotel alla presenza del presidente ENIT Giorgio Palmucci, di Alfonso Iaccarino, owner del ristorante Don Alfonso 1890 di Sant'Agata dei Due Golfi, dell'amministratrice di Edizioni Zerotre Enza Di Giovanni e del presidente dell'AIPD - Associazione Italiana Persone Down, Anna Gotardi.

I proventi dei profitti di 'I Segreti dell'Ospitalità' saranno destinati proprio all'AIPD per la costituzione di una borsa di studio per ragazzi Down che desiderano accedere a posizioni lavorative nel mondo dell'ospitalità.

IL PROFESSIONISTA

Palmiro Noschese è laureato in Turismo per i beni culturali con Master in Corporate Management all'Ecole hôtelière di Lausanne, in General Management alla Cornell University di Ithaca e in Scienza dell'economia e della gestione aziendale con master al Sole 24 ore alla LUISS e alla Bocconi.

Ha un'esperienza di oltre 30 anni come Area Director, Direttore delle Operations, General Manager nel settore turismo e hospitality.

IL LIBRO

Nella prima parte di "I segreti dell'ospitalità", racconta la sua storia per testimoniare il percorso virtuoso che lo ha portato alle posizioni di successo che ne hanno segnato e ancora ne segnano la carriera professionale. Nella prefazione, l'amministratore delegato di FS Gianfranco Battisti rivolge parole di vera stima verso l'autore: "Che Palmiro Noschese possa essere un esempio per tutti noi, un modello che ci faccia crescere e realizzare tutti i nostri sogni".

Realizzare i sogni è quindi l'obiettivo da raggiungere attraverso una crescita che Noschese vuole ispirare con la sua opera, che nella seconda parte si propone come un vero manuale per l'hôtellerie che accom-



pagna l'aspirante manager in un percorso formativo e di informazione sugli aspetti nuovi e antichi di una professione che sa essere anche arte, e che oggi impone un preciso comportamento per il raggiungimento delle migliori performance professionali.

Una lezione autobiografica che spazia dal marketing alle vendite, dalla gestione dello stress alla costruzione di un gruppo di lavoro. E ancora, leadership, planning, situazioni critiche e soluzioni innovative. Ci sono tutti gli elementi della miglior gestione alberghiera professionale post-Covid.

"Il Coronavirus ha cambiato le nostre abitudini e ci ha confinati in casa - racconta Noschese -. Non potendo viaggiare con il corpo, l'ho fatto con la mente, e ho trascorso le ultime settimane del 2020 a lavorare sul libro. Non ho dimenticato di dedicare qualche riga ai Millennial e ai metodi con cui è possibile bilanciare gli approcci tradizionali con quelli innovativi, per raggiungere gli obiettivi prefissati. Il giusto equilibrio tra vecchio e nuovo, tra innovazione e conservazione sta alla base del buon funzionamento di qualsiasi impresa. Desidero che la mia semplice storia porti a rispondere alla domanda: general manager si nasce?".

Un manuale sull'hôtellerie e sugli aspetti nuovi e antichi dell'hospitality. Dai profitti del libro una borsa di studio per ragazzi Down che vogliono impegnarsi nel campo dell'ospitalità

Laghi di Garda, d'Iseo e d'Idro



Tre laghi, tre differenti modi di vivere la vacanza: con le loro diverse anime, i laghi di Garda, Iseo e Idro - perle dell'Italia settentrionale in provincia di Brescia - rappresentano tre differenti modi di intendere la vacanza. Unici e stupendi, vicini ma diversi per peculiarità, colori, panorami e attività da praticare. Bellezze naturali unite al fascino della storia, spiagge attrezzate, sport acquatici, camminate e pedalate in mezzo alla natura, eccellente enogastronomia sono solo alcune delle suggestioni di luoghi perfetti per fare una ricarica di energia e di emozioni, per vacanze ritempranti, divertenti, tutte da ricordare. Da tutti e tre si raggiunge in breve tempo Brescia, città moderna e vibrante, trendy e contemporanea. Un museo diffuso da scoprire vagabondando senza fretta in un itinerario (sicuramente sorprendente) fra piazze, palazzi e straordinari tesori storico artistici,

**Unici e stupendi,
vicini ma diversi per
peculiarità,
colori, panorami e
attività da praticare**

inframezzato da shopping in eleganti boutiques, tappe in gallerie d'arte e antiquari, aperitivi nei locali di tendenza, soste gourmet in ristoranti di grido. Straordinari sono i suoi tesori, ad iniziare dalla Vittoria Alata, simbolo stesso della città, rarissimo bronzo ro-

mano di grandi dimensioni risalente alla prima metà del I sec. d.C. Lo si ammira nel Tempio Capitolino, cuore di Brixia, il parco archeologico di rovine romane più esteso e meglio conservato del Nord Italia, con resti degli edifici simbolo della vita civile ed economica (il Teatro, il Foro e la Basilica). Per la sua unicità, Brixia è Patrimonio UNESCO con il vicino Museo San Santa Giulia, complesso espositivo unico nel suo genere in cui si legge la storia della città dall'Età del Bronzo ai giorni nostri, con resti di domus romane, chiese, chiostrì e tesori come la Croce di Desiderio, preziosissima oreficeria longobarda.

L'ELEGANZA DEL LAGO DI GARDA

Con i suoi 370 km quadrati di superficie, il Garda è il più grande lago d'Italia. Una sorta di piccolo mare, incastonato fra le ultime propaggini delle Alpi e la pianura padana. La sua bellezza veramente eccezionale, gli straordinari panorami, il clima mediterraneo e la connaturata ospitalità hanno incantato personaggi quali Goethe, Mann, Kafka. Oggi la sua atmosfera glamour, il suo fascino senza tempo mixato a un ricchissimo caleidoscopio di proposte sportive e di vita attiva, divertimenti e attività per grandi e piccoli, ne fanno una delle destinazioni italiane più amate dai turisti.

Le sue rive, bacciate da un clima mite e mediterraneo, sono punteggiate da stupende spiagge sia libere che attrezzate, caratteristici borghi e incantevoli cittadine (quali Sirmione, Desenzano, Salò, Gardone Riviera, Limone sul Garda) e da una straordinaria serie di tesori d'arte e storia, dai resti delle ville romane di Sirmione (le famose Grotte di Catullo), Desenzano e Toscolano Maderno al Vittoriale e agli edifici liberty di Gardone Riviera, dal complesso monumentale della Rocca di Lonato con la casa Museo del Podestà alle pievi romaniche di Maderno, Sirmione e Padenghe, a venerati luoghi di culto come il Santuario di Montecastello l'Eremo di San Valentino a Gargnano o l'Abbazia di Maguzzano a Lonato. Straordinaria la sua vegetazione mediterranea, lussureggiante di olivi, limoni, palme, oleandri, viti e di assoluta qualità i prodotti che ne derivano e per i quali il Garda è noto a livello internazionale, ad iniziare da olio e vino. Per il benessere, le storiche Terme di Sirmione sono fra le più importanti realtà termali italiane. Alle suggestioni del mare il Garda unisce il fascino della montagna e della natura intatta del suo entroterra, protetta per larghi tratti da parchi e riserve. Fra le novità che accolgono questa estate i visitatori, innanzitutto gli eventi legati al Centenario del Vittoriale, la dimora che Gabriele D'Annunzio si fece costruire nel 1921 a Gardone Riviera, oggi museo fra i più visitati in Italia, stupefacente complesso di edifici, vie, piazze immerso in stupendo parco di 10 ettari con un panoramico teatro all'aperto. E poi la Sala immersiva alla Rocca di Lonato (che avvolge i visitatori con straordinarie immagini del castello e di luoghi del lago con insediamenti medievali) e le visite virtuali al complesso della Fondazione Ugo Da Como con occhiali Artglass, che fanno fare ai visitatori un viaggio all'indietro nel tempo, facendogli scoprire storia e vita quotidiana con la guida di personaggi d'eccezione: a narrare la Rocca è Isabella d'Este, mentre la Casa del Podestà è raccontata da Ugo Da Como, con rimandi alle sue collezioni e alla storia dell'edificio. Un terzo percorso porta a scoprire il Museo Ornitologico, con i suoi esemplari ambientati nel loro habitat naturale. I magnifici giardini di Villa Cavazza sull'Isola del Garda dal 10 luglio al 14 agosto fanno da cornice alla mostra open air In Wonder(is)land, con 9 installazioni multimediali di grandi dimensioni e la partecipazione speciale di Pipilotti Rist: un nuovo mondo, ricolmo di colori, suoni e luci accoglierà chi avrà il desiderio di scoprire le meraviglie di un universo parallelo. Ispirata ad Alice nel Paese delle Meraviglie, è la prima mostra del MAI Museum, l'open air museum creato da Vera Uberti, artista italo-brasiliana radicata in Italia (dalle ore 20 alle ore 23 con partenza in barca dal porto di Portese e possibilità di fare un picnic gourmet sotto le stelle).

IL FASCINO DISCRETO DEL LAGO D'ISEO

È noto in tutto il mondo come il lago di Christo, da quando, nell'estate 2016, il celeberrimo artista l'ha scelto per la sua installazione "The Floating Piers": una passerella lunga 3 km, in grado di unire in larghezza le due sponde del lago, grazie 200 mila cubi di polietilene ricoperti di tessuto giallo dalia, che per due settimane ha collegato la cittadina di Sulzano con Monte Isola e l'isoletta di San Paolo. Così il fascino romantico del lago e l'unicità di Monte Isola, la più alta isola lacustre d'Europa e la più grande di tutta l'Europa centro-meridionale, sono stati scoperti e apprezzati da visitatori giunti da ogni angolo del mondo. Ogni lago è un mondo a sé e quello d'Isèo è tra i più affascinanti e romantici per la mutevolezza del suo paesaggio, per l'anfiteatro dei monti, per Monte Isola che ne spezza la liquida continuità e s'innalza verdissima sulle acque. Pescosissimo a conferma della purezza delle sue acque (che raggiungono i 251 metri di profondità), il lago - su cui spira una brezza costante - è l'ideale per chi ama la vela e lo windsurf, il parapendio e il deltaplano, ma anche per chi da una vacanza chiede sport, relax e natura intatta. Natura e servizi sono complementari: hotel di charme e piccole pensioni, tradizione gastronomica, atmosfera familiare e discreta.





Moltissimi, e per tutte le esigenze, i percorsi per passeggiate e bike. Una delle escursioni più spettacolari e panoramiche si snoda nella Riserva Naturale delle Piramidi di Zone: questi maestosi pinnacoli sormontati da un macigno sono le piramidi di erosione più imponenti d'Europa. Per chi ama il camminar lento, l'antichissimo tracciato della Via Valeriana conduce alla scoperta di inaspettati tesori storico-artistici e scenari unici. Agli appassionati delle due ruote, sono assicurate pedalate indimenticabili sul tratto lacustre della Ciclovia dell'Oglio (ciclabile più bella d'Italia agli Italian Green Road Awards 2019): particolarmente scenografico il tratto fra Vello e Toline. Poco oltre, verso la Franciacorta, trovano spazio campi da golf, vigneti da cui proviene l'omonimo e prestigioso vino, re italiano fra i vini rifermentati in bottiglia, e il fascino romantico del Monastero di San Pietro in Lamosa, affacciato sulla Riserva naturale delle Torbiere, che ci riporta alle atmosfere dell'Anno Mille. A 5 anni da "The Floating Piers", da questa estate il Lago d'Iseo torna protagonista dell'arte contemporanea con Mirad'Or, un piccolo padiglione su palafitte progettato a Pisogne da Mauro Piantelli e destinato ad accogliere opere e installazioni d'artisti di fama internazionale. Grazie alla sua posizione e alla sua conformazione, è fruibile di giorno e di notte dal lungolago di Pisogne così come dalle sponde opposte, dall'esterno, dall'interno, dall'acqua. Si parte con quattro opere luminose di Daniel Buren (fino al 30 settembre).

LAGO D'IDRO, NATURA INCONTAMINATA, SPORT E PLEIN AIR

Amatissimo dai giovani e dagli sportivi, a 368 metri d'altitudine, il Lago d'Idro è il più alto tra i laghi prealpini lombardi e rappresenta la meta ideale per chi alla

movida preferisce le vacanze en plein air nella natura incontaminata lontano dalla folla, fra camping e villaggi attrezzati anche per il glamping, le passeggiate nel verde, sport slow ed estremi, attività all'aria aperta. Un luogo ideale per le vacanze di questa estate, improntate a natura e plein air. Con in più il valore impagabile dell'autenticità di un luogo che ha mantenuto tradizioni, stili di vita, prodotti gustosi e genuini, che condivide con semplicità con gli ospiti, per un'esperienza che arricchisce il soggiorno. Incastonato fra le montagne della Valle Sabbia e le Prealpi, è accarezzato da un vento costante che permette di praticare vela, surf e kitesurf. Non solo sport acquatici: qui si possono trovare numerosi campeggi e luoghi ideali per chi ama la vita all'aria aperta, la pesca e le lunghe passeggiate nel verde. Le montagne che lo circondano sono la palestra ideale per gli amanti di mountain bike, ferrate sulla roccia, parapendio, canyoning e attività all'insegna della dinamicità e dell'adrenalina. Tra gli itinerari escursionistici più interessanti, l'Alta Via dei Forti che ripercorre le linee di fortificazione della Prima Guerra Mondiale tra trincee e gallerie scavate nella roccia lungo il periplo del lago. Divertente per grandi e piccoli, il Parco delle Fucine di Casto tra ruscelli e cascate con rocce a strapiombo, offre itinerari con ponti tibetani, pareti per arrampicate, percorsi attrezzati per trekking e mountain bike. Da non perdere, quest'anno che si celebra il bicentenario della morte di Napoleone, una visita alla Rocca d'Anfo, possente complesso di fortificazioni a strapiombo sul lago, che si estende per ben 50 ettari: la rocca più antica è quella veneziana, a sud; l'altra napoleonica, che orla la parte settentrionale della montagna, è la più grande fortezza napoleonica d'Italia. Per informazioni: www.visitbrescia.it

aboh AIRONE BOUTIQUE HOTELS

Morelli
SUITE
morellisuite.it

napolichiaia
bed & breakfast

bbchiaia32.com



napolichiaia
de luxe residence

bbchiaia32.com



aironehotel
★★★superior

aironehotelnapoli.com



villa regina
luxury villa




CASALE SILVIA
casalesilvia.com

Nelle nostre strutture ricettive diffuse tra l'Umbria e la Campania sono racchiuse la storica passione per il turismo ed il tradizionale stile italiano



Trenitalia avvicina nord e sud più collegamenti per l'estate

Oltre 150 fermate al giorno in più per le *Frecce* dedicate al traffico turistico estivo, con 230 collegamenti quotidiani per le città d'arte, il mare, la montagna. Nuove fermate *Intercity*, circa 1.200 collegamenti regionali verso il mare e 400 verso le mete della natura, oltre a circa 1.400 collegamenti per le città d'arte, per un totale di oltre 5.800 corse regionali al giorno a cui si aggiungono i circa 1.000 treni regionali al giorno di Trenitalia Tper. E, fra le principali novità, per la prima volta il *Frecciarossa* viaggia di notte fra Milano e Reggio Calabria.

Con l'orario estivo 2021, Trenitalia (Gruppo FS Italiane) rafforza il proprio impegno per il turismo del Paese e per consentire alle persone di programmare le proprie vacanze e spostarsi in piena sicurezza e in modo sostenibile preferendo il treno agli altri mezzi di trasporto.

L'offerta prevede, oltre ai collegamenti già attivi, nuove tratte, sia durante la settimana sia nel weekend, sulle direttrici e le rotte a maggiore valenza turistica da Nord a Sud d'Italia confermando anche la nuova filosofia dell'alta velocità del Gruppo FS Italiane: *Frecce* che collegano non solo i grandi centri urbani, ma anche località medio-piccole dalla grande attrattiva culturale e paesaggistica accorciando l'Italia.

IN FRECCIAROSSA DI NOTTE

Per la prima volta il *Frecciarossa* viaggia di notte con due collegamenti notturni fra Milano e Reggio Calabria. La partenza da Milano Centrale è alle 21.20 con arrivo a Reggio Calabria alle 8.03. La partenza da Reggio Calabria è alle 21.37 e arrivo a Milano alle 8.22. Ottimizzate anche le connessioni con le navi Blu Jet alla fermata di Villa San Giovanni, per raggiungere la Sicilia. Il *Frecciarossa* notturno fermerà anche a Milano Rogoredo, Reggio Emilia AV, Bologna, Firenze, Paola, Lamezia, Rosarno e Villa San Giovanni.

Le Frecce aumentano corse e fermate e per raggiungere mare e montagna confermati i collegamenti regionali Line e Link

AL MARE CON TRENITALIA

Da Milano a Reggio Calabria in meno di nove ore. Per l'estate Trenitalia potenzia anche i collegamenti diurni con il Sud d'Italia e introduce due collegamenti *Frecciarossa FAST* Milano-Calabria con tempi di percorrenza di 7 ore e 20 minuti per Lamezia Terme e 8 ore e 40 per Reggio Calabria. Fermate intermedie a Bologna Centrale, Roma Termini, Napoli Afragola, Salerno, Paola, Lamezia Terme, Rosarno, Villa San Giovanni (con connessioni ottimizzate per raggiungere la Sicilia). In totale nel periodo estivo sono 16 le *Frecce* fra Roma e la Calabria, 2 fra Venezia e la Calabria, 8 fra Milano e la Calabria e 2 tra Bolzano e la Calabria. Più collegamenti anche per la costa Adriatica. Per la prima volta Brescia sarà direttamente collegata con la Riviera romagnola e le Marche con una coppia di *Frecciarossa* Brescia-Milano-Ancona, disponibile tutti i giorni e con fermate intermedie a Milano Centrale, Bologna Centrale, Rimini, Riccione e Pesaro. Nei weekend disponibile anche il nuovo collegamento *Frecciarossa* Bolzano-Ancona con fermate a Trento, Rovereto, Verona, Bologna, Rimini, Riccione, Cattolica, Pesaro e Senigallia. Incrementata anche l'offerta *Intercity* da Bologna a Lecce con 6 collegamenti al giorno con il prolungamento, su Lecce, di una coppia di *Intercity* Bologna-Bari. Fra Bari e Lecce l'*Intercity* ferma anche a Polignano a Mare, Monopoli, Fasano, Ostuni e Brindisi. Incrementata anche l'offerta *Intercity* da Milano a Livorno con 10 collegamenti al giorno per effetto del prolungamento di una coppia di *Intercity* Milano - La Spezia su Livorno e fermate a Pisa, Viareggio, Massa Centro e Carrara Avenza. Presto disponibili anche 4 nuovi collegamenti *Frecciarossa* tra Milano e il Ponente Ligure, con fermate a Pavia, Voghera, Genova, Savona, Finale Ligure, Albenga, Alassio, Diano, Imperia, Sanremo, Ventimiglia. Si estende anche il network *FRECCIALink*, che offre ai viaggiatori un biglietto integrato Freccia + autobus per raggiungere la destinazione finale. Per il mare, disponibili 6 nuovi collegamenti al giorno nel weekend per l'Argentario (Porto Santo Stefano e Porto Ercole) dalla stazione di Orbetello. Disponibili anche collegamenti *FRECCIALink* per Sorrento da Napoli Afragola, per Piombino Marittima e Cecina da Firenze Santa Maria Novella e per la costa del Salento grazie alla partnership fra Trenitalia e Ferrovie del Sud Est.



IN VACANZA CON LINE E LINK

Confermati i collegamenti regionali Line e Link, speciali servizi estivi attivati per soddisfare le esigenze per turismo o per svago e invogliare così le persone a scegliere il treno per i loro spostamenti durante le vacanze. I 17 servizi Line sono collegamenti in treno che toccano le maggiori località turistiche italiane. I 28 Link sono collegamenti intermodali treno + autobus o treno + traghetto, grazie ai quali è possibile raggiungere la destinazione finale acquistando con un unico biglietto l'intero viaggio.

Possibile raggiungere in particolare le tante località di mare sul versante tirrenico con Cilento Line (da Napoli a Sapri) e il porto di Civitavecchia con il servizio Express dedicato. In Calabria oltre a Tropea Line da Lamezia a Rosarno, dal 18 luglio è attivo il Soverato Line da Lamezia a Soverato. Sulla stessa costa tirrenica, è possibile raggiungere le mete scelte anche con i Link: Costiera Link e Cilento Link in Campania ed Elba Link in Toscana. Sul versante adriatico i viaggiatori potranno scegliere fra il Piceno Line da Ascoli a San Benedetto del Tronto, il Marche Line da Piacenza alla costa marchigiana, il Trabocchi Line per ammirare da Pescara a Vasto i suggestivi trabocchi, oltre al Conero Link e, più a sud, il Tremiti Link insieme alle tante località della Puglia (San Giovanni Rotondo, Vieste, Grotte di Castellana, Monopoli, e le zone dei Trulli e del Salento) fino alla Basilicata con il Matera Link. Sulle Isole sono disponibili Barocco Line da Siracusa a Donnafugata, Cefalù Line da Punta Raisi a Cefalù, Taormina Line da Catania a Letojanni e i Link per Taormina

ed Etna, in Sardegna, il Golfo Aranci Line da Olbia a Golfo Aranci. Infine, sono tante le altre località da poter raggiungere grazie al trasporto regionale del Gruppo FS Italiane. Fra le soluzioni, il Trasimeno Line da Perugia a Chiusi, Assisi Link, Piediluco Link e Marmore Link in Umbria, Urbino Link e Fermo Link nelle Marche. Nel Lazio i collegamenti intermodali permettono di raggiungere le Ville di Tivoli, l'Abbazia di Montecassino o Castel Gandolfo e le Ville pontificie. Lo stesso anche in Campania con il Caserta Link e il Pompei Link.

IN TRENO IN MONTAGNA, COLLINE, BORGHI E CITTÀ D'ARTE

Aumentano i collegamenti per Valle d'Aosta, Trentino-Alto Adige e Lago di Garda per consentire agli amanti della montagna di raggiungere le principali mete turistiche in piena comodità. Durante l'estate, nuovi collegamenti *Frecciarossa* nel weekend tra Milano, Trento e Bolzano, con partenza al mattino dal capoluogo lombardo e rientro serale, con tappe intermedie a Brescia, Peschiera del Garda, Verona, Rovereto, Trento e Ora. In totale l'orario estivo prevede 10 Frecce al giorno fra Roma e Bolzano e 2 Frecce al giorno fra Milano e Bolzano.

Due nuovi collegamenti - una coppia di *Frecciarossa* andata e ritorno - nel weekend da Napoli, Roma, Firenze, Bologna, Reggio Emilia e Milano per Oulx e Bardonecchia.

Il *Frecciarossa*, questa estate, viaggia per la prima volta senza cambi anche tra Firenze e la Puglia, e tra Ca-



serta e Benevento e Firenze, Bologna e Milano. Novità dell'orario estivo 2021 è la nuova fermata AV di Orte, che rappresenta un'opportunità di sviluppo per tutta la provincia di Viterbo, della Tuscia e del Lazio. Saranno due i *Frecciarossa* che collegheranno le principali città italiane con Orte, intercettando così i flussi di viaggiatori da altre realtà come Terni, Orvieto, Todi e Spoleto. Già inseriti nel circuito dell'Alta Velocità i territori di Frosinone e Cassino, mentre ritorna nell'orario estivo la fermata *Frecciarossa* di Chiusi-Chianciano Terme in Toscana per raggiungere le colline del Sud della regione, la Val d'Orcia e il Chianti senese. Per l'estate disponibili anche quattro collegamenti *Frecciarossa* no stop Milano Centrale - Roma Termini con tempi di percorrenza di 2 ore e 59 minuti.

INTERMODALITÀ: COLLEGAMENTI CON PORTI E AEROPORTI

Scegliendo i treni regionali sarà possibile raggiungere direttamente o con integrazione treno+bus 15 aeroporti e 17 porti in tutta Italia.

Collegamenti diretti per gli aeroporti di Trieste, Roma Fiumicino, Cagliari Elmas, Palermo Punta Raisi, Ancona Falconara e Catania Fontanarossa e per i porti di Palermo Giachery, Genova, Trieste Marittima, Messina Marittima, Piombino Marittima, Genova, Villa San Giovanni, Cagliari, Golfo Aranci, Salerno, Savona, Bari, Termoli e il Terminal Crociere di Venezia.

La soluzione intermodale treno+bus permette di raggiungere facilmente e senza necessità di usare l'auto privata gli aeroporti di Treviso, Pisa, Firenze, Roma Ciampino, Lamezia Terme, Napoli, Verona, Olbia e Alghero e i porti di Civitavecchia, Napoli e Formia. mobilità integrata

Trenitalia potenzia l'integrazione del treno con diverse modalità di trasporto per garantire lo sviluppo del turismo sostenibile e della mobilità urbana. Con un unico biglietto combinato Trenitalia + SNAV è possibile raggiungere Napoli in treno e imbarcarsi sulle navi veloci SNAV per le isole Eolie e le isole del Golfo di Napoli.

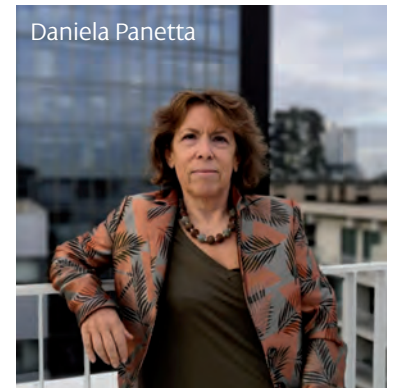
Le novità Ergo Assicurazione Viaggi per il trade che si rimette in moto

Una timida ripartenza del settore turistico senza dubbio c'è. Anche se Ergo Assicurazione Viaggi non si è mai fermata in questi mesi, è proprio ora che vuole dimostrare la sua vicinanza, con prodotti dedicati, ad agenzie di viaggio e tour operator che si stanno apprestando ad una lenta ripresa.

A Napoli, in occasione della Borsa Mediterranea del Turismo, Ergo Assicurazione Viaggi si presenta con un'offerta di prodotto rinnovata ed aggiornata rispetto alle mutate esigenze dei viaggiatori. 'Maggiore sicurezza' è la richiesta che negli ultimi mesi il mercato ha sollecitato a gran voce, che si è tradotta nella necessità di affiancare al servizio di viaggio una copertura assicurativa, anche per vacanze all'interno del nostro Paese. "La pandemia ha messo finalmente in luce il valore e l'importanza della polizza assicurativa quando si organizza un viaggio, non solo in situazioni particolari e di emergenza ma sempre. - commenta Daniela Panetta, Direttore Commerciale Ergo Assicurazione Viaggi - E questo non può che far bene al settore del turismo, perché introduce un elemento di sicurezza e tranquillità, anche quando si tratta di viaggi domestici". In fiera, inoltre, la compagnia assicurativa presenta la rinnovata piattaforma trade, razionalizzata nell'offerta di prodotto, con tariffe mirate e una miglior facilità di navigazione e di gestione. Sarà anche l'occasione per ribadire al mercato che tutti i prodotti includono oggi le coperture legate al Covid-19, comprese nel costo della polizza e non soggetti ad alcun sovrapprezzo.

All'offerta per le agenzie di viaggio c'è anche il prodotto Multiviaggio Annuale, che consente, con un'unica polizza, di assicurare un numero illimitato di viaggi durante l'anno, ad un costo particolarmente conveniente per chi effettua almeno due/tre viaggi nell'arco di 12 mesi.

"Il mercato trade ha per noi un ruolo privilegiato - aggiunge Panetta - con prodotti offerti in esclusiva alle agenzie di viaggio, tariffe ridotte, un meccanismo automatico che consente di scontare le commissioni in caso di clienti a cui si desidera offrire una tariffa ridotta e facilità di emissione. Stiamo inoltre lavorando alla creazione di nuovi prodotti per i quali intendiamo aprire 'cantieri' selezionati, coinvolgendo i partner che in questi mesi ci hanno dato fiducia. Siamo entusiasti di incontrare il mercato, in particolare quello del Sud, e siamo oltremodo felici di poterlo fare, finalmente, in presenza".



Daniela Panetta

"Il mercato trade ha per noi un ruolo privilegiato - aggiunge Panetta - con prodotti offerti in esclusiva alle agenzie di viaggio, tariffe ridotte, un meccanismo automatico che consente di scontare le commissioni in caso di clienti a cui si desidera offrire una tariffa ridotta e facilità di emissione. Stiamo inoltre lavorando alla creazione di nuovi prodotti per i quali intendiamo aprire 'cantieri' selezionati, coinvolgendo i partner che in questi mesi ci hanno dato fiducia. Siamo entusiasti di incontrare il mercato, in particolare quello del Sud, e siamo oltremodo felici di poterlo fare, finalmente, in presenza".

Offerta rinnovata e aggiornata e c'è anche il prodotto Multiviaggio Annuale per assicurare con una sola polizza un numero illimitato di viaggi

Periodico di informazione per il turismo

Registrazione al Tribunale di Napoli n° 8 del 23 febbraio 2005.
Iscrizione al ROC (Registro degli Operatori di Comunicazione) nr 13996

Editore: Angioletto de Negri

Direttore Responsabile: Antonio Del Piano
direttore@ilgiornaledelturismo.com

Edizione e amministrazione:
Progetta Srl - Via Vannella Gaetani, 27
80121 Napoli - tel. 081 7640032

Realizzazione grafica: Simona Postelli

Sales & Marketing Coordinator:

Emanuela Vadacca
vadacca@ilgiornaledelturismo.com

Stampa: Effegi Srl - Portici (NA)
tel. 081 7769160

Numero chiuso 14 giugno 2021

CSST CERTIFICAZIONE EDITORIA SPECIALIZZATA E TECNICA

IFABC A member of IFABC International Federation of Audit Bureaus of Circulations

CSST Testata volontariamente sottoposta a certificazione di tiratura e diffusione in conformità al Regolamento CSST Certificazione Editoria Specializzata e Tecnica Per il periodo 01/01/2013-31/12/2013

Periodicità: mensile
Tiratura media: 9.206 Diffusione media: 9.197
Certificato CSST n. 2013-2431 del 26/02/2014
Società di Revisione: PKF Italia

SINCERT

A.N.E.S.
ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA PERIODICA SPECIALIZZATA

I4T riorganizza la rete al Sud

I4T, player di riferimento nazionale nell'offerta di soluzioni assicurative legate al turismo, sceglie BMT per debuttare ufficialmente in una fiera di settore e incontrare finalmente 'dal vivo' partner e agenti di viaggio. Un'occasione importante anche per presentare ufficialmente il nuovo assetto della rete commerciale per il centro sud, potenziata nel corso degli ultimi mesi con l'inserimento di Valeria Arena in qualità di Area Manager per la regione Campania.

Alla BMT per incontrare in presenza partner e agenzie di viaggi di un mercato che sta dando importanti soddisfazioni

Valeria Arena risponde a Ilaria Bortolato, responsabile centro/sud Italia, e si affianca a due volti noti per le agenzie del territorio: Emanuela Terrizzi,

Area Manager Lazio, e Giuseppe Morsello, Area Manager Calabria e Sicilia.

"Il mercato del centro sud Italia ci sta dando importanti soddisfazioni e ha dimostrato una grande reattività nei confronti delle nostre soluzioni assicurative contro gli eventi pandemici - dichiara Giovanni Giussani, direttore commerciale I4T - Abbiamo quindi deciso di migliorare ulteriormente la penetrazione sul territorio in previsione di ulteriori novità che lanceremo nel corso dei prossimi mesi. Il ruolo del commerciale è fondamentale per un prodotto complesso come quello assicurativo, specie alla luce del nuovo contesto, nel quale la polizza e le sue condizioni assumono un valore imprescindibile per il cliente e occorre conoscerle nel dettaglio".

Oltre ad incontrare personalmente i responsabili di Area, gli agenti di viaggio che visiteranno lo stand potranno scoprire tutte le soluzioni assicurative disponibili, ripensate alla luce delle nuove esigenze del mercato, per garantire una copertura completa, tanto del viaggiatore, quanto del business dell'agenzia: spese mediche con massimale fino a 5 milioni di euro, annullamento anche senza motivo, cancellazione volo, protezione del solo soggiorno in hotel, business travel e polizze per i frequent traveller.

Da segnalare anche la copertura degli eventi pandemici, incluso obbligo di quarantena prima o durante il viaggio, Incoming & Schengen, per gli stranieri in visita in Italia e le polizze rivolte agli Operatori: Tutela Legale, Insolvenza e Responsabilità Civile.

Puntando un QR-code riprodotto sulla grafica dello stand, gli agenti di viaggio potranno inoltre accedere al nuovo portale agenti, approfittando della presenza del personale di I4T per chiedere eventuali chiarimenti sulle opzioni di navigazione: oltre ad essere perfettamente in linea con le ultime disposizioni di legge in materia assicurativa, agevola la gestione delle polizze e permette di profilare gli utenti in funzione del loro ruolo e, nel caso di network, all'appartenenza alla sede o ad eventuali filiali.

Giovanni Giussani





i viaggi dell'airone®
since 1975



LO SPECIALISTA DEI VIAGGI DI LUSO,
NOZZE ED INCENTIVE



VIENE A TROVARCI IN BMT

Pad. 5 Stand 5002 - 5003

BOOKING Napoli 081412020
preventivi@iviaggidellairone.com | www.iviaggidellairone.com

VIAGGIA PER L'ITALIA

Vivi al meglio una vacanza tutta italiana!

Alla sicurezza in viaggio dei tuoi clienti ci pensiamo noi.



C'È UN NUOVO MODO DI VIAGGIARE CON GLOBY.

Abbiamo rinnovato i nostri principali prodotti assicurativi per renderli ancora più vicini alle nuove esigenze dei viaggiatori.

Scopri le **novità di Globy** e le nuove coperture per assistenza 24H, spese mediche e annullamento **valide anche in caso di pandemie diagnostiche, come il COVID-19.**

Scopri tutte le novità



Allianz Global Assistance è il brand commerciale di **Allianz Partners**, leader mondiale nell'assistenza, nell'assicurazione viaggi e nei servizi alla persona.

Vieni a trovarci a **BMT - Pad. 6 - stand 6014**

Seguici su



Global Assistance

Allianz