

il Giornale del Turismo magazine

TOUR OPERATOR

MSC Crociere
nuovo record
di passeggeri
in Italia

ASSOCIAZIONI

Operatori Fto:
2024 sarà meglio
dell'anno scorso

CROAZIA
Piena di vita

**Una destinazione
per tutto l'anno**



FAI VEDERE CHI SEI. A TUTTO IL MONDO! SU [ITALIA.it](https://italia.it)

In Italia anche la più piccola attività turistica può rivelarsi un grande capolavoro. Per questo italia.it aiuta gli operatori del turismo a presentarsi e offre l'accesso a iniziative istituzionali, opportunità e servizi per fare sempre meglio. Che aspetti a metterti in mostra? **Iscriviti e fatti trovare.**





Isola di Rab © Zoran Jelaca

Sommario

EDITORIALE

- 5 Sposare il cambiamento per vincere la sfida del turismo del futuro. Parliamone alla BMT *Angioletto de Negri*

- 6 La Croazia tutto l'anno

- 8 Spiagge per tutti i gusti

- 11 La Croazia in vetrina

SPECIALE FIERE

- 12 Le nuove mappe del turismo a BMT: la fiera dal 14 marzo a Napoli

PRIMO PIANO

- 14 Fiavet batte Lufthansa in Cassazione

TOUR OPERATOR

- 16 MSC Crociere, nel 2024 nuovo record con 4,2 milioni di passeggeri in Italia

- 18 Ota Viaggi: il catalogo per l'estate strizza l'occhio alle famiglie *Donatello Lorusso*

ASSOCIAZIONI

- 20 Operatori Fto: 2024 in crescita per il 45% meglio dell'anno scorso

- 22 Il direttore tecnico nelle agenzie figura indispensabile per l'azienda

- 24 Assoviaggi: sfide e incognite del turismo organizzato nel 2024 *Donatello Lorusso*

INCOMING

- 26 Alberghi a misura di bambino La Calabria investe 16 mln di euro

- 28 Borghi Sicani, viaggio affascinante nella Sicilia più autentica *Antonio Del Piano*

- 32 All'ombra del Vesuvio That's Napoli Live Show! *Antonio Del Piano*

30 NEWS DAL TURISMO

TRASPORTI

- 34 Grimaldi Lines, il traghetto si paga a rate con Cofidis

BMT

IL POSTO GIUSTO



**PARTECIPA ANCHE TU ALLA FIERA PIÙ AMATA
DA AGENZIE DI VIAGGIO E TOUR OPERATOR!**

BORSA MEDITERRANEA DEL TURISMO
GIOVEDÌ 14 VENERDÌ 15 SABATO 16 MARZO 2024
XXVII EDIZIONE | NAPOLI Mostra d'Oltremare





Sposare il cambiamento per vincere la sfida del turismo del futuro. Parliamone alla BMT

La ripresa che ha fatto seguito al blocco totale dovuto alla pandemia sembra in costante crescita anche se guardiamo con sospetto e preoccupazione agli eventi in corso nell'Europa dell'Est e in Medio Oriente.

Ciò nonostante, credo sia necessario affrontare subito il nuovo modo di fare turismo, nato dalle riflessioni cui, giocoforza, siamo stati costretti durante il lungo stop del 2020.

Il mio suggerimento rivolto in particolare alle Agenzie più qualificate è quello di adeguarsi alle esigenze del nuovo modo di voler fare turismo richiesto dal consumatore finale.

Noi Tour Operator abbiamo già affrontato il tema allo scopo di favorire le nuove esigenze operative del mercato turistico, sempre più alla ricerca di una maggiore qualità dei servizi, di una qualificata assistenza operativa prima e dopo il viaggio e di una garanzia di prodotto indiscutibile.

Siamo più che pronti e disponibili a fornire tutto questo all'utente finale ed a farlo sempre sia attraverso le Agenzie di Viaggio che grazie alle modalità di acquisto di prodotti turistici con il commercio elettronico e quindi con l'uso delle nostre varie piattaforme e-commerce.

Il sistema tradizionale di Agenzia di Viaggio non reggerà più se non ci si adeguerà velocemente utilizzando i sistemi digitali per coinvolgere il viaggiatore che così si sentirà più protetto, garantito e più soddisfatto.

Reggeranno perciò quelle realtà disponibili ad investimenti diversi o sostitutivi e chi si convincerà che il futuro del trade è l'applicazione della formula commerciale del B2B2C che soddisfa tutti.

Così operando si normalizzerà anche la distribuzione sul territorio e si creeranno più positive realtà operanti per l'outgoing sia nell'intermediazione che per il turismo organizzato.

Di tutto questo fra poche settimane potremo parlare negli incontri della BMT, che si conferma sempre più la Fiera di riferimento per il comparto turistico del Mediterraneo sia per l'outgoing che per l'incoming. Tra i suoi focus cercherà di sviluppare anche il settore ricettivo vista la sempre più numerosa presenza delle Regioni d'Italia, dell'ENIT, dei fornitori di servizi vari, dei CRS e della crescita dei numeri dei quattro workshop storici di BMT: Incoming, Incentive & Congressi, Turismo Sociale e Terme & Benessere.

Le opportunità di sviluppo Incoming di BMT sono note così come quelle legate all'Outgoing su un territorio che abbraccia ben otto Regioni limitrofe a quello della Campania che ospita ogni anno la nostra fiera. Territorio ancora assolutamente poco sfruttato.

Tante le novità di questa ventisettesima edizione: si parlerà del Turismo emergente e del Turismo sostenibile per approfondire la conoscenza dell'innovativo modo di viaggiare esplorando i territori per andare alla scoperta delle comunità locali e dell'ambiente. Un turismo che propone tante nuove formule evidenziate da diverse etichette, come quelle del turismo di prossimità o del turismo esperienziale ed enogastronomico o del turismo responsabile. E così via.

Il mondo travel ha sempre mostrato un grande interesse per BMT, messo in evidenza dall'alto grado di partecipazione di addetti ai lavori, agenti di viaggio in primis e poi dalle aziende che desiderano partecipare alla parte espositiva soprattutto in questa ora di ripresa. E con l'approssimarsi dell'edizione 2024 questo interesse sembra ancora maggiore se guardiamo ai pochi spazi rimasti ancora liberi nei padiglioni espositivi.

Non bisogna dimenticare che la nostra BMT mantiene la sua caratteristica di fiera più affollata dagli addetti ai lavori e anche per il 2024 le pre registrazioni volano, soprattutto quelle delle Agenzie di Viaggio. E mancano ancora parecchi giorni all'alba di questa ventisettesima edizione.

Buona lettura.

Angioletto de Negri

La Croazia tutto l'anno

Una destinazione di qualità con una proposta praticabile non solo nei mesi estivi ma anche in quelli invernali

La Croazia oggi è una meta turistica desiderabile, molto ben posizionata e visibile nel mercato turistico ed è riconosciuta come una destinazione dove tutti gli ospiti possono trovare qualcosa da fare. Tra i punti di forza dell'offerta turistica croata, oltre a tutti i vantaggi come la bellezza e il clima, l'autenticità, l'ambiente, lo stile di vita e il patrimonio culturale e naturale, rientra sicuramente l'offerta enogastronomica che contribuisce a rafforzare l'immagine della Croazia come destinazione di qualità.

In Croazia nel 2023 sono stati realizzati oltre 20,6 milioni di arrivi e 108 milioni di pernottamenti, il che rappresenta una crescita del 9% negli arrivi e del 3% nei pernottamenti rispetto al 2022.

Guardando ai mercati, lo scorso anno il maggior numero di pernottamenti sono stati effettuati da ospiti provenienti dai mercati di Germania (23,6 milioni di pernottamenti), Slovenia (10,6 milioni di pernottamenti), Austria (8,4 milioni di pernottamenti), Polonia (6,7 milioni di pernottamenti), Repubblica Ceca (5,5 milioni di pernottamenti), Italia (4,2 milioni di pernottamenti), Regno Unito (3,7 milioni di pernottamenti), Ungheria (3,6 milioni di pernottamenti), Slovacchia (3,3 milioni di pernottamenti) e Paesi Bassi (3,1 milioni di pernottamenti).

Per quanto riguarda le destinazioni, lo scorso anno il maggior numero di pernottamenti è stato registrato a Rovigno, Dubrovnik, Parenzo, Spalato e Umago.



Viviana Vukelić, direttrice dell'Ente Nazionale Croato per il Turismo in Italia

“L'Italia è un mercato molto importante per noi, che tradizionalmente ha una quota ampia e significativa nei risultati turistici complessivi della Croazia. Un gran numero di turisti italiani visitano ogni anno le destinazioni croate in particolare l'Istria, il Quarnaro, la Dalmazia e Zagabria e i numeri dopo il covid sono sempre in crescita. Sempre più giovani generazioni scoprono le nostre mete turistiche viaggiando verso la nostra costa

L'obiettivo del turismo croato resta quello di proporre una gamma sempre più ampia di attività possibili e differenziate, praticabili non solo nei mesi estivi ma anche in quelli invernali, così da decongestionare i flussi turistici, maggiormente concentrati nei mesi caldi, andando verso una destagionalizzazione del turismo.

Le attività promozionali nel 2024 saranno orientate a posizionare la Croazia come destinazione turistica di alta qualità e di alto valore, inoltre verrà utilizzato un approccio personalizzato nella promozione del mercato, il che significa che verranno messi in risalto i prodotti turistici per i quali viene espresso il maggiore interesse su ciascun mercato estero. Per raggiungere il gruppo target ottimale di ospiti sarà ancora più accentuato l'utilizzo di strumenti e canali di promozione che consentano un targeting quanto più segmentato possibile. Nella pre-stagione ci sarà un workshop a Roma, si organizzeranno anche incontri e presentazioni con gli agenti di viaggio sempre in questo periodo.

La **Croazia** sarà ospite d'onore a **Napoli alla fiera BMT** (14-16 marzo 2024), un appuntamento che da sempre è stato importante per la visibilità e per l'immagine del turismo croato nel mercato italiano per gli operatori e il pubblico presente in quanto si svolge nel cuore della Campania, una regione di grande interesse.

Ryanair e Volotea hanno annunciato i nuovi collegamenti: Ryanair Bari/Dubrovnik 31.03-24.10; Milano Bergamo/Dubrovnik 02.04-26.10; Roma Fiumicino/Dubrovnik 03.04-26.10; Pisa/Zagabria 31.03-23.10. **Volotea** Bari/Dubrovnik 04.07-31.08; Bari/Spalato 05.07-30.08; Napoli/Spalato 31.05-04.10. **Gomo viaggi ha nella sua programmazione:** Ancona/Rijeka 08.06-03.07; Ancona/Spalato 06.07-31.08.

I voli sono soggetti a modifiche e tutte le altre novità saranno comunicate prossimamente.



Kristjan Staničić, direttore generale dell'Ente Nazionale Croato per il Turismo



“Nell'ultimo anno la Croazia ha ulteriormente consolidato la sua posizione come una delle destinazioni europee più ambite – ha dichiarato Kristjan Staničić, direttore generale dell'Ente Nazionale Croato per il Turismo.

Ciò è evidente non solo nei risultati del turismo, ma anche in altri indicatori, come le entrate turistiche, che si prevedono saranno anch'esse da record. Considerando l'attuale situazione dei mercati, nonché la situazione geopolitica e macroeconomica globale, possiamo dire che il 2024. sarà un anno impegnativo. Tuttavia, sarà anche un anno in cui, attraverso l'implementazione delle nostre attività e campagne promozionali, intendiamo mantenere la nostra competitività promuovendo la sostenibilità e la qualità”.

ed isole soprattutto durante il periodo estivo. **Per quanto riguarda i turisti Italiani nel 2023 hanno realizzato in Croazia in totale 981.442 arrivi ovvero 5% di più e 4,2 milioni di pernottamenti cioè 1% in più rispetto dell'anno scorso.** I punti di forza del turismo croato sono un'eccellente posizione geografica, di facile accesso, un'aria di alta qualità, mare pulito. Molto ben posizionata, visibile nel mercato turistico, è riconosciuta come una destinazione dove tutti possono trovare qualcosa da fare, meta per tutto l'anno; è anche ideale per i nomadi digitali, perché, con una rete Internet di alto livello, offre bellezze naturali, valore culturale, clima favorevole e sicurezza, per poter lavorare comodamente da casa. Si guarda al futuro con una vasta gamma di esperienze turistiche di alta qualità a diversi segmenti della domanda turistica. Sottolineeremo ancora di più la nostra qualità, vicinanza, sicurezza, varietà, ma anche un ulteriore sviluppo basato su un approccio sostenibile, ecologico e digitale”.

Spiagge per tutti i gusti

La Croazia ha molte spiagge bagnate dal mar Adriatico, capaci di soddisfare tutti i gusti: ne segnaliamo solo alcune che sembrano fatte apposta per le vostre vacanze. Siete alla ricerca della meta ideale per l'estate con un mare da sogno, vita notturna, cibo delizioso e anche siti archeologici imperdibili? La Croazia è la scelta giusta! È una destinazione sempre più apprezzata sia per la bellezza della sua natura sia per la grande offerta turistica. Scoprite quali sono le migliori spiagge e i motivi per cui una vacanza al mare in Croazia è un'ottima idea.

REGIONE DELL'ISTRIA

Spiaggia Bjeca – Medulin. È la spiaggia più famosa e si estende lungo un kilometro di costa. La spiaggia è di sabbia con facile accesso al mare quindi adatta ai bambini.

Spiaggia Koversada – Vrsar. È la spiaggia del campeggio, attrezzata per i bambini e si possono noleggiare sdraio e ombrelloni.

REGIONE DEL QUARNARO:

Vela plaža, Baška – Isola di Krk. È famosa per essere un luogo splendido, pittoresco, ricco di spiagge di sabbia e di ciottoli, di baie naturali e coloratissimi paesaggi. La città di Baska è situata sulla costa meridionale dell'isola ed è particolarmente popolare per la spiaggia di Vela (Vela Plaza), premiata con la Bandiera Blu, simbolo di qualità e purezza.

Rajska plaža, Lopar – Isola di Rab. La spiaggia di Rajska (Rajska Plaza) sull'isola di Rab significa letteralmente *Spiaggia del Paradiso*. Si estende per circa 2 km, nella parte settentrionale dell'isola di Lopar e la sua sabbia bianca, l'acqua cristallina e la verde vegetazione che abbraccia la spiaggia di Rajska, sono state le ragioni per cui ha ottenuto la Bandiera Blu. **Spiaggia Mali Bok, Orlec – Isola di Cres.** Nota per le sue calette e spiagge segrete, l'isola di Cres nasconde la caletta Mali Bok, situata nel borgo di Orlec, nei pressi di Cres. La spiaggia è bagnata da un mare splendido, mentre le rocce che la circondano offrono un buon riparo dal sole.

Isola Susak (Sansago). Susak ha delle bellissime spiagge di sabbia, mare pulito e sabbia dalle proprietà curative ed è l'isola più endemica del Mediterraneo. Qui ci sono una accanto all'altra due grandi spiagge di sabbia. Da queste calette più vicine al porto nella baia di Dragoc per raggiungere il mare più profondo si deve camminare nelle secche per centinaia di metri. Andando solo un po' più verso est incontriamo un'altra grande spiaggia molto bella nella baia di Bok.

REGIONE LIKA – SENJ

Spiaggia Trincel – Stara Novalja – Isola di Pag. Si trova nella parte settentrionale dell'isola di Pag vicino al paese Stara Novalja. Caratterizzata da una stretta striscia di sabbia che si estende lungo il mare è ideale per i bambini.

REGIONE DI ZADAR

Kraljicina Plaža/Spiaggia della Regina – città di Nin. La spiaggia di Nin sulla costa dalmata della Croazia è conosciuta come spiaggia della Regina. Si tratta di una spiaggia di sabbia con vista sulle montagne e sembra una laguna con le sue acque poco profonde, le dune erbose e i banchi di sabbia che creano delle lingue di sabbia.

Spiaggia Crvena Luka. A circa tre chilometri dal centro di Biograd c'è un'altra bellissima spiaggia, su un golfo sabbioso circondato dalla pineta, all'interno del villaggio turistico locale.

Sakarun – Isola di Dugi Otok. La spiaggia Sakarun si trova nella parte settentrionale dell'isola dalmata di Dugi Otok e con i suoi 800 m di lunghezza di spiaggia di sabbia bianca e acqua cristallina, merita





Isola di Dugi Otok © Aleksandar Gospic

sicuramente una visita. Dietro la spiaggia, una pineta completa la bellezza del paesaggio con i suoi colori verde scuro che offrono riparo all'ombra nelle calde giornate estive.

REGIONE DI SIBENIK

Spiaggia Slanica – Isola di Murter. È una tra le spiagge sabbiose più belle e più visitate.

REGIONE SPALATINO – DALMATIA

Spiaggia di Bacvice – Split. Una spiaggia di sabbia al centro della città, proprio accanto al porto cittadino, un arenile che può accogliere anche diecimila bagnanti a soli quindici minuti a piedi dal centro.

Spiaggia Velika – Omis. Lunga un chilometro è di sabbia ed è molto adatta ai bambini perché il mare è basso ed è la spiaggia cittadina di questa zona.

Lovrecina – Postira Isola di Brač. Spiaggia sabbiosa nella bella baia di Lovrecina completamente immersa in una pineta a est di Postira.

Stiniva – Isola di Vis. Benvenuti in uno dei luoghi più paradisiaci della Croazia! La spiaggia di Stiniva, sull'isola di Vis, è una meta meravigliosa per l'estate. Stiniva si trova nella parte meridionale di Vis, vicino al paesino di Žužec. Questa piccola baia semicircolare di ciottoli è nascosta tra due scogliere alte e strette e l'accesso al mare (largo solo

cinque metri) è una stretta fessura nella roccia. Non ci sono strade che raggiungono la baia ci si può solo arrivare solo a piedi attraverso un sentierino o via mare con uno dei battelli locali, prendendolo nella baia di Rukavac.

REGIONE DI DUBROVNIK E NERETVA

Spiaggia Sunj – isola di Lopud. Bellissima spiaggia di sabbia, si trova sul lato sud dell'isola di Lopud ed ha quasi un chilometro di lunghezza.

Isola di Korčula. Tutta una parte della costa orientale di Korčula nei pressi di Lumbarda si distingue per una pianura sabbiosa. Qui ci sono vigneti dove cresce una sorta di uva autoctona, il *Grk*. Sul lato meridionale e settentrionale di questa piana ci sono grandi spiagge sabbiose nei due piccoli golfi di Bilin Žal e Pržina.

Spiaggia di Saprunara – Isola di Mljet. L'isola di Mljet è una tra le più rurali della Croazia ed è un vero gioiello naturale. La spiaggia di Saprunara si trova su una delle estremità dell'isola. Si estende per circa 1 km ed è circondata da una fitta pineta. La spiaggia è divisa in due parti, la grande Saprunara e la piccola Saprunara.

Per tutte le informazioni:
<https://croatia.hr/it-it/spiagge>

IN COPERTINA

CROAZIA
Piena di vita

La Croazia in vetrina

Il vero tesoro della Croazia è rappresentato dalla sua stessa eterogeneità, e questa si manifesta nel miglior modo possibile se la guardiamo attraverso la diversità delle regioni/città turistiche e della loro ricca offerta.

È per questo che vi presentiamo:

Ente per il Turismo della regione del Quarnaro, Riviera Opatija, Ente per il Turismo della regione di Lika-Senj, Ente per il Turismo della regione di Zadar, Ente per il Turismo della regione Spalantino-Dalmata, Amber Travel – DMC.

Ente per il Turismo della regione del Quarnaro
<http://www.kvarner.hr/it/turismo>

La Regione di Quarnaro è una zona privilegiata dove varie influenze si sono intrecciate per secoli grazie alla posizione geografica delle zone costiere di

Opatija, Rijeka, Crikvenica e Novi Vinodolski, delle isole Krk, Cres, Lošinj e il montuoso Gorski kotar. È considerata una delle 3 regioni turistiche TOP con una combinazione unica di costa, isole e monti. Il Quarnaro è una regione di straordinari incontri: mare e montagna, gioia di vivere e di salute, suggestivi eventi e splendide bellezze naturali. Mare di un blu eccezionale una splendida corona di isole, una costa frastagliata con una ricchissima vegetazione. Il turismo in Croazia è nato qui. Nel Quarnaro la diversità è bella!

Riviera Opatija

www.visitopatija.com/it/opatija-riviera-t217

Opatija è il centro della riviera lunga 30 km che si inserisce tra i verdi pendii dell'Učka e la distesa azzurra del mare. Bellissima località balneare sul mare Adriatico e famosa località termale dell'aristocrazia austro-ungarica del XIX secolo, è considerata la perla del Quarnaro. Il suo clima mite e piacevole e il perfetto equilibrio del paesaggio ne fanno una destinazione perfetta per tutto l'anno. Ricca di storia e di cultura, è un'oasi di tanti bellissimi luoghi d'interesse, monumenti, splendidi parchi e affascinanti ville che attendono solo di essere visitate. Ottimi ristoranti e trattorie tradizionali offrono piatti tipici con prodotti alimentari locali e una vasta scelta di vini completano l'esperienza a tutti i visitatori di questa bella città.



Ente per il Turismo della regione di Lika-Senj
<http://visit-lika.com/>

Con il suo mondo di fiumi, montagne, boschi intatti, laghi, gole e grotte, la regione della Lika-Senj è piena di bellezze naturali. In questo ambiente incantevole spicca il Parco Nazionale dei laghi di Plitvice. Il divertimento per i giovani non manca a Novalja sull'isola di Pag. Ma non ci dimentichiamo anche della cultura, la Lika è nota, tra l'altro, per avere dato i natali a uno dei più grandi inventori del mondo, Nikola Tesla, il cui museo, aperto in occasione del 150° anniversario della sua nascita, può essere visitato a Smiljan, luogo di nascita dell'inventore.

Ente per il Turismo della regione di Zadar
<https://www.zadar.hr/it>

La Regione di Zara è un luogo dove le bellezze naturali e monumenti storici coesistono in armonia da secoli. Zara, una città che vanta un'eccezionale storia di oltre 3000 anni e una preziosa eredità culturale, è il punto di partenza per esplorare la bellezza incantevole della costa lunga e frastagliata ma anche delle cime delle montagne magnifiche. Parchi nazionali e naturali, isole, riserve naturali, boschi, campi, baie e spiagge fanno un incanto meraviglioso, che sicuramente conquisterà il vostro cuore e sveglierà i vostri sensi. Visitate la Regione di Zara e lasciatevi convincere!

Ente per il Turismo della regione Spalantino-Dalmata
<https://www.dalmatia.hr/it/>

Cultura, patrimonio storico e stile di vita: questa è la Dalmazia Centrale. Tutto ciò la rende un luogo da visitare per il proprio svago, riposo e piacere, ma che vanta anche una tradizione antica di ben 1700 anni! Il cuore dell'Adriatico. Una bellissima costa tempestata da una corona d'isole verdi, monti che si specchiano nel mare, un cuore verde smeraldo delle valli dei fiumi Cetina e Jadro. Spalato è la città più bella del mondo, come amano definirla i suoi abitanti, capoluogo della regione, punto di comunicazione e di collegamenti strategici. Il suo centro storico ovvero il palazzo di Diocleziano molto ben preservato fa parte del patrimonio mondiale UNESCO Scegliendo questa regione per le vostre vacanze troverete le isole più famose della Croazia, i siti del patrimonio mondiale, numerosi eventi culturali... e migliaia di altri motivi per visitarla!

Amber Travel – DMC: <https://ambertravel.hr/it/>
La via dell'Ambra, che iniziava sulle coste del Mar Bal-



Zavrathica © Aleksandar Cospic



Isola di Vis © Zoran Jelaca



Isola di Brač © Aleksandar Cospic

tico per arrivare fin giù nell'antica Roma, Grecia ed Egitto, passava esattamente per Kastav, proprio a strapiombo sul Golfo del Quarnaro, dove ora si trova il nostro ufficio. Abbiamo una lunga esperienza nel settore turistico e ci dedichiamo a fornire ai nostri partner le migliori soluzioni pacchetti-viaggio per gruppi, verso le destinazioni più richieste. Siamo qui per capire i desideri dei clienti, aiutare a scegliere insieme l'itinerario per creare una esperienza indimenticabile. Essendo un piccolo team, ci dà la possibilità di fornire un servizio personalizzato e affidabile con un approccio flessibile. Oltre a visitare bellissime attrazioni culturali e naturali, vorremmo far vivere ai nostri clienti autentici momenti wow – tramonti mozzafiato, il rumore delle onde, profumo di fiori, passeggiate rilassanti, degustazioni di specialità locali... esperienze e luoghi dove anche noi stesse abbiamo sentito un'energia positiva... Scoprite con noi la Croazia.

Le nuove mappe del turismo a B

Alla Mostra d'Oltremare la XXVII edizione della Borsa Mediterranea del Turismo

Le nuove frontiere del turismo emergente, inclusivo e sostenibile, saranno al centro della ventisettesima edizione di BMT, la più importante fiera B2B del Mediterraneo, evento strategico per gli operatori del settore e non solo. L'appuntamento, organizzato da Progetca, azienda leader nell'organizzazione di fiere professionali, torna alla **Mostra d'Oltremare di Napoli il 14, 15 e 16 marzo**, con numeri in costante crescita.

cerca di una più alta qualità dei servizi, di una qualificata assistenza operativa, con una garanzia del prodotto che deve essere indiscutibile. Di tutto questo, e di tanto altro, discuteremo a BMT, che si conferma e si rilancia come la fiera di riferimento per il comparto al Centro Sud e in tutto il Mediterraneo'.



“È tempo di riflettere sul futuro – sottolinea **Angioletto De Negri**, patron di Progetca –, su come gli incerti scenari attuali, penso all'emergenza Covid prima e, poi, alle guerre in corso in questo momento nel mondo, abbiano stravolto tutto, incluse le mappe del turismo.

Avvertiamo l'esigenza di promuovere un nuovo modo di operare, attento alle tante opportunità offerte dalla rete. **È tempo di evolversi**, adeguando le offerte delle agenzie di viaggio a richieste tutte nuove, a un consumatore finale sempre più alla ri-

Durante i tre giorni di manifestazione, in sei padiglioni della Mostra d'Oltremare, saranno ospitati 400 espositori e 140 buyers nazionali e internazionali, con seimila agenzie di viaggio accreditate, 220 media, 18 tra eventi tra convegni, presentazioni e corsi di formazione, e quattro workshop b2b tematici.

In particolare, il workshop Incoming ospiterà i migliori buyers internazionali, selezionati dall'Enit, Agenzia Nazionale del Turismo, che saranno presenti ai propri tavoli di lavoro per ricevere in visita

MT: la fiera dal 14 marzo a Napoli

i seller dell'offerta Italiana. **Terme, Benessere & Vacanza Attiva** sarà incentrato sul turismo del benessere, mentre **Incentive & Congressi**, con l'offerta Meeting, Incentive, Congressi, ed Eventi, ospiterà Meeting Planner e PCO delle principali aziende Italiane. Infine, il workshop **Turismo So-**

Forte la presenza istituzionale tra i padiglioni della Borsa Mediterranea del Turismo anche grazie alla Regione Sardegna, che conferma uno stand di 300 metri quadrati e partecipa con gli operatori e le strutture ricettive del territorio.

Sarà la **Croazia** il paese ospite d'onore della ventisettesima edizione di BMT. Presente con uno stand di 110 metri quadrati, si promuoverà istituzionalmente, con la visita del ministro del Turismo Nikolina Brnjac, e commercialmente, con la partecipazione di diversi operatori turistici. Tra le novità del 2024 un accordo strategico tra la Borsa Mediterranea del Turismo e la



ciale avrà come protagonisti Cral nazionali e buyers del turismo di gruppo interessati all'offerta ricettiva italiana: un'occasione unica per diversificare il proprio business con operazioni di gruppo e di destagionalizzazione.

Il racconto dell'Italia, con le sue offerte turistiche variegata, attraverserà l'intero Stivale con la presentazione dei servizi unici delle **Regioni Campania, Toscana, Emilia-Romagna, Trentino, Basilicata, Calabria, Valle d'Aosta, Lazio e Abruzzo**, oltre alla presenza dell'Agenzia Nazionale del Turismo, Enit.

Fagri, **Filiera Agricola Italiana**, presieduta da **Gianfranco Grieci**: nel padiglione Mediterraneo Wine e Food and Travel, dedicato al turismo legato ai prodotti della terra, sarà possibile incontrare oltre 100 aziende provenienti da tutta Italia. Rinnovato e ampliato il Villaggio Astoi, con 20 stand rivolti ai principali tour operator italiani. Raddoppia gli spazi espositivi **Agenzia per Amica**, network privato nato nel Sud Italia e ora diffuso in tutto il paese, e si conferma la partnership con Unicredit, organizzatore di un meeting di presentazione dei principali Its in ambito turistico del Centro Sud Italia.

Fiavet batte Lufthansa in Cassazione

Con sentenza pubblicata il 16 gennaio, la Suprema Corte di Cassazione pone la parola fine al contenzioso avviato da Fiavet-Confcommercio nel 2016, nato a seguito della decisione di Lufthansa di ridurre la commissione di vendita della biglietteria da parte delle agenzie di viaggio IATA dall'1% allo 0,1%, da subito contestata dalla Federazione che da sempre è impegnata a difendere i diritti degli agenti di viaggio.

Fiavet-Confcommercio aveva infatti contestato al vettore di aver ridotto unilateralmente la commissione sulla base della disposizione regolatrice del rapporto di vendita con le

agenzie accreditate IATA, sostanzialmente rendendola simbolica e anti-economica rispetto ai costi ed oneri (il canone annuo, fideiussione, corsi di formazione/aggiornamento, implementazione hardware/software) imposti per mantenere il rapporto di vendita.

Contro la politica della *zero commission* dei vettori, la FIAVET aveva quindi adito le

vie legali, ottenendo due storiche pronunce favorevoli, davanti al Tribunale e alla Corte d'Appello di Milano, che avevano pienamente accolto le domande della Federazione e dell'agenzia associata Fiavet-Confcommercio, Moretti Viaggi di Milano, resasi *porta bandiera* in questa vertenza per l'intera categoria.

Ma la partita si è chiusa solo il 16 gennaio scorso, quando, dopo che Lufthansa era ricorsa in Cassazione per chiedere l'annullamento della sentenza della Corte d'Appello, un ricorso che la Suprema

Corte ha rigettato, dichiarando inammissibili tutti e tre i motivi di censura, in integrale accoglimento delle conclusioni svolte da Fiavet-Confcommercio nel controricorso depositato.

“Con tale pronuncia – commenta l'avvocato Federico Lucarelli, legale di Fiavet che ha patrocinato il giudizio – rimangono, quindi, ferme le sentenze di I e II grado del Tribunale e della Corte d'Appello di Milano, le quali avevano dichiarato la nullità della clausola contrattuale dell'art. 9 del PSAA/IATA (che regola il rapporto di vendita della biglietteria fra le agenzie di viaggio e più di 200 vettori IATA), nella parte che consente ai vettori di modificare senza limiti il regime commissionale dovuto alle agenzie di viaggio venditrici della biglietteria aerea”. “L'effetto pratico – continua Lucarelli – è il diritto degli agenti di viaggio di poter richiedere a Lufthansa, facendo valere le statuizioni giudiziarie ottenute da Fiavet-Confcommercio, la corresponsione della maggiore commissione non percepita a partire dal 01 Gennaio 2016, corrispondente alla differenza tra lo 0,1% e l'1% e applicato prima della comunicazione di riduzione di Lufthansa del 03.06.2015, dichiarata illegittima”.

“È una giornata storica – afferma il presidente di Fiavet-Confcommercio, Giuseppe Ciminnisi – abbiamo portato a compimento, dopo 8 anni di battaglie giudiziarie, un impegno preso con i nostri associati. Avevamo assicurato ai tantissimi Agenti IATA che avremmo difeso i loro legittimi diritti e così abbiamo fatto, con caparbietà e coerenza”. “Questa sentenza della Cassazione – prosegue il presidente di Fiavet-Confcommercio – deve essere un punto di ripartenza e di riflessione con il mondo dei vettori; un punto per ripensare al rapporto di vendita della biglietteria IATA, che non può essere più impositivo e unidirezionale, ma deve avere margini di elasticità e concertazione. Dobbiamo aprire subito un tavolo di confronto con i vettori IATA per rinsaldare un sinergico e profittevole rapporto di collaborazione per entrambe le parti, rispettando i ruoli e gli impegni di ciascuno. Confido che questo mio appello venga raccolto e si archivi la stagione dei Tribunali, che per la Federazione rappresenta sempre ultima spiaggia”.



Illegittima la riduzione di Lufthansa dall'1% allo 0,1% della commissione per la vendita della biglietteria, si apre la strada dei rimborsi a favore delle agenzie di viaggio

CROAZIA
Piena di vita

*Porta la tua curiosità,
alle meraviglie della natura
ci pensiamo noi!*

PHOTOS: PARCO NAZIONALE DEI LAGHI DI PLITVICE (GORAN ŠAFAREK);
PARCO NATURALE DI KOPAČKI RIT (MARIO ROMULIĆ & DRAŽEN STOJČIĆ)



TROVA LA TUA
ISPIRAZIONE
SU croatia.hr



MSC Crociere, nel 2024 nuovo record



Il nostro Paese sempre più al centro delle strategie internazionali della Compagnia anche con gli investimenti nella costruzione di nuove navi

Il 2024 sarà un altro anno record per MSC Crociere. A partire dall'Italia, dove la Compagnia guidata dal Managing Director Italia di MSC Crociere Leonardo Massa registrerà quest'anno un nuovo picco di movimentazione dei passeggeri, che saliranno a 4,2 milioni rispetto ai 4 milioni del 2023 (+5%), effettuando 1.075 scali e operando con ben 16 navi, su un totale di 22 della flotta complessiva,

nei 14 porti toccati lungo le coste del Belpaese. "L'Italia si conferma così sempre più al centro delle strategie internazionali di MSC Crociere. Un paese nel quale il settore crocieristico genera complessivamente una ricaduta economica pari a circa 15 miliardi di euro e dà lavoro a oltre 125.000 persone. In questo contesto, la leadership di MSC si esprime anche con gli investimenti per la costruzione di sei navi *Explora Journeys* con Fincantieri – quantificabili in circa 3,5 miliardi di euro – che a loro volta hanno una significativa ricaduta sull'economia del Paese e sono in grado di assicurare migliaia di posti di lavoro sia nei cantieri che nell'indotto", ha affer-

con 4,2 milioni di passeggeri in Italia

mato Leonardo Massa durante la tradizionale conferenza stampa di inizio anno svoltasi presso il nuovo temporary store "MSC Lighthouse" a Milano. "Abbiamo chiuso un 2023 che ha registrato – in Italia e non solo – numeri record sul fronte dei passeggeri che hanno deciso di trascorrere un'esperienza unica a bordo delle nostre navi.

Nel 2024 abbiamo ulteriormente migliorato l'offerta dedicata al nostro Paese, con la possibilità di scegliere tra 16 navi in partenza da 14 scali in 10 diverse Regioni italiane.

Quest'anno ci sarà poi un'altra importante novità per la Divisione crociere del Gruppo MSC, con l'arrivo in Mediterraneo di Explora I che proporrà itinerari da favola facendo scalo presso numerosi porti italiani. Il nostro obiettivo è garantire la più ampia scelta possibile di soluzioni di viaggio per un mercato che offre ancora tanti margini di crescita, ma che richiede il mantenimento di alti standard nei servizi offerti", ha aggiunto Massa.

Tra le principali novità nella programmazione di quest'anno vi è il ritorno di MSC Crociere nel porto di Cagliari, oltre alla conferma di importanti scali serviti nel 2023. Un'offerta sempre più ampia, resa possibile anche grazie alla proficua collaborazione instaurata con le comunità locali di riferimento, che anche quest'anno permetterà ai passeggeri di visitare alcune delle meraviglie del nostro Paese. L'elenco completo dei porti italiani serviti com-

prende: Genova, Civitavecchia, Napoli, Palermo, Ancona, Bari, Trieste, Cagliari, Messina, Brindisi, La Spezia, Olbia, Livorno e Venezia (Marghera). Guardando al prossimo futuro, MSC Crociere è impegnata per l'ulteriore espansione della flotta che, dopo gli ultimi arrivi di MSC Euribia ed MSC Seascope, accoglierà nel 2025 MSC World America, seconda nave dell'innovativa World Class e terza della compagnia alimentata a Gnl. Per la propria stagione inaugurale, MSC World America avrà come homeport Port Miami, il nuovo terminal del Gruppo MSC, che una volta completato sarà il più grande del Nord America.

Antonio Del Piano



Nuova nomina per Massa

Leonardo Massa, Managing Director Italia di MSC Crociere e di Explora Journeys, ha assunto il nuovo incarico di Vice President Southern Europe della Divisione Crociere del Gruppo MSC, riportando al CEO di MSC Cruises, Gianni Onorato.

La nomina rappresenta il riconoscimento degli ottimi risultati di crescita e del successo ottenuti da Massa, nel corso degli anni, alla guida della Compagnia nel nostro paese. Grazie ad essi, il manager napoletano assume ora anche la responsabilità di Francia, Spagna e Portogallo, continuando a ricoprire la carica di Managing Director per l'Italia. A Leonardo Massa riportano i Country Manager della Francia, Patrick Pourbaix, della Spagna, Fernando Pacheco, e del Portogallo, Eduardo Cabrita.

"Ringrazio MSC per avermi scelto per questo nuovo importante incarico e il team di MSC Crociere in Italia per avermi supportato nel renderlo possibile. Sono molto contento di intraprendere questa nuova sfida professionale e sono convinto che, grazie a questo nuovo modello organizzativo, sarà possibile massimizzare l'integrazione e la sinergia tra i diversi paesi, andando a replicare le best practices di ogni mercato a beneficio dei risultati globali", ha commentato Massa.

Il nuovo incarico internazionale di Massa riguarda anche Explora Journeys, il nuovo brand dedicato ai viaggi di lusso in mare, che già oggi può contare su un'incredibile nave costruita in Italia da Fincantieri. Nel giro di cinque anni Explora Journeys giungerà ad avere una flotta composta da sei unità, con una capacità complessiva di oltre 2.700 suite.

Ota Viaggi: il catalogo per l'estate strizza l'occhio alle famiglie



Nuovo catalogo e nuove sfide per Ota Viaggi, tour operator specializzato su Sardegna e Mare Italia. Il target di riferimento sono le famiglie italiane con strutture capaci di rispondere a tutte le esigenze. Forte, ancora una volta, l'attenzione all'ambiente e alla sostenibilità.

"Nel nuovo catalogo – spiega Massimo Diana, direttore commerciale di Ota Viaggi – abbiamo ampliato ulteriormente la nostra offerta, passando da 74 a 95 strutture, incrementando soprattutto le regioni del Sud Italia. Sardegna e Sicilia però continuano a essere il nostro core business. Il nostro target principale sono le famiglie italiane: tutte le nostre offerte sono calibrate e studiate per accontentare le loro esigenze, sia a livello qualitativo che economico, grazie a pacchetti accessibili".

Obiettivo del catalogo 2024, presentato in anteprima alle agenzie di viaggio alla BIT di Milano, è quello di rendere più rapida la ricerca delle informazioni chiave e dei dettagli più rilevanti per i viaggiatori, facilitando così la scelta della destinazione. Tra le strutture importanti conferme in Sardegna

ed interessanti novità in Sicilia, Puglia, Calabria, Abruzzo e Campania.

"Nel 2024 – continua il direttore commerciale di Ota – ci proponiamo di diventare sempre più il tour operator di riferimento per la destinazione Mare Italia. Crediamo che anche le strutture alberghiere hanno capito quanto sia importante una distribuzione organizzata tramite i partner".

E poi il nodo trasporti con un ampliamento delle partnership con le aziende trasporti, per offrire un pacchetto di soluzioni ancora più completo e flessibile e soddisfare ogni richiesta ed esigenza del cliente finale. "Sicuramente – sottolinea Diana – posso dire che Ota Viaggi è stato tra i primi Tour Operator a contrattualizzare i rapporti con le compagnie Ita Airways, Aeroitalia e Volotea, mettendo sin da subito a disposizione delle agenzie di viaggio la possibilità di poter finalizzare una vendita che comprendesse pacchetti volo già disponibili. La situazione, in generale, probabilmente, sarà molto simile a quella degli scorsi anni".

Ota conferma anche quest'anno la sua linea green, scegliendo di ridurre il numero di copie stampate del catalogo 2024 e prevedendo dei pieghevoli di sintesi con QR code per l'accesso immediato alla versione digitale. Tanta attenzione anche alla *tranquillità* dei viaggiatori.

"Quest'anno ci siamo focalizzati davvero tanto sulla sicurezza grazie ad un lavoro egregio fatto in collaborazione con i colleghi di Allianz. I nostri ospiti potranno scegliere sempre più polizze *ad hoc* andando a selezionare autonomamente quanto e cosa assicurare", conclude il direttore commerciale di Ota Viaggi Massimo Diana.

Donatello Lorusso

Massimo Diana





Egypt

LE TUE
ASPETTATIVE
SONO STORIA

#ExperienceEgypt

Operatori Fto: 2024 in crescita per il 45% meglio dell'anno scorso



VALLETTA (MALTA) – Il 2024 parte con ottimismo per il settore del Turismo organizzato, malgrado alcuni elementi persistenti di preoccupazione. L'indagine di Fto – Federazione Turismo Organizzato di Confcommercio, presentata durante la Convention 2024 dell'associazione, che si è svolta a Malta, evidenzia come, su un campione di circa 200 operatori aderenti, il 45,3% ritenga che l'anno in corso andrà meglio del 2023. Solo uno su cinque, invece, si aspetta un peggioramento. Tracciando un bilancio delle recenti festività, il 39% afferma che il periodo natalizio ha visto un miglio-

Convention dell'associazione a Malta: pesano caro prezzi e incertezze geopolitiche. Il presidente Gattinoni: "Sfide difficili, ma affrontiamo il nuovo anno con ottimismo"

ramento rispetto all'anno precedente dal punto di vista del giro d'affari, mentre solo il 29,7% crede sia andato peggio.

Agenzie di viaggi e tour operator segnalano tuttavia un approccio diverso da parte del cliente nel post pandemia. In particolare, per la maggioranza degli intervistati il viaggiatore è più informato, esigente e richiede servizi personalizzati (62% del campione), il 38% osserva che è aumentata la richiesta di sicurezza e quindi di servizi assicurativi aggiuntivi. Mentre per quasi il 30% i clienti hanno più voglia di esplorare, dunque sono cresciute le richieste per il lungo raggio malgrado l'incremento dei costi. Certo, l'inflazione pesa e per un quarto degli imprenditori del Turismo organizzato i cittadini che viaggiano si orientano di più verso opzioni a basso costo.

Tra le motivazioni che fanno guardare al futuro con ottimismo si segnalano la fine delle paure legate al

Covid, il ritorno della voglia di viaggiare, per qualcuno una migliore organizzazione aziendale o il boom di prenotazioni già in avvio di anno. Mentre tra le note negative pesano soprattutto il caro prezzi, la compressione dei redditi delle famiglie e la difficile congiuntura geopolitica. In particolare, l'aumento dei costi dei servizi è una problematica ritenuta rilevante da quasi l'82% delle agenzie di viaggio e tour operator. Naturalmente due su tre evidenziano il problema correlato dell'erosione del potere di spesa dei viaggiatori, mentre il 42,5% del campione denuncia, tra i problemi dell'anno appena iniziato, i frequenti disservizi nel trasporto aereo. Oltre un quinto segnala infine il nodo della bassa qualità delle prestazioni offerte dai fornitori. Fto, per chiudere, ha voluto sondare il gradimento degli associati rispetto ai propri servizi: il 42% li giudica massimamente positivi e l'86% dà un voto di almeno 8 in una scala da 1 a 10.

Il presidente di Fto, Franco Gattinoni, durante la sua relazione, ha spiegato: "Nel 2023 le imprese del Turismo organizzato hanno mostrato una resilienza sorprendente, con dati di fatturato vicini al 2019. È un segnale positivo, considerando il contesto complesso in cui operiamo. Eppure non possiamo trascurare problemi come la carenza di risorse umane, aggravata dalla pandemia, oppure la forte inflazione che ha inciso sui costi dei servizi e ha pesato sulla capacità di spesa dei consumatori". "Abbiamo poi denunciato a gran voce, ma collaborando a soluzioni concrete, il nodo delle inefficienze sul rinnovo e rilascio dei passaporti – ha proseguito Gattinoni – ma ci preoccupa sempre più pure l'abusivismo nel settore turistico che mina il regime di libera concorrenza. Per questo motivo cooperiamo con le autorità contro queste pratiche illegali, anche in vista del Giubileo 2025. Senza dimenticare la situazione anomala nei cieli italiani, con le low cost che detengono oltre il 60% del mercato, tuttavia non fanno programmazione e spesso rifiutano di collaborare con agenzie di viaggi e tour operator. Ragion per cui abbiamo dovuto aprire una segnalazione all'Antitrust, ancorché non sia nel nostro Dna creare conflittualità nella filiera".

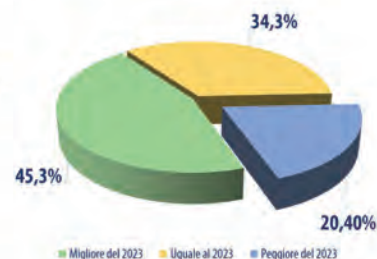
Il presidente Fto, malgrado i nodi da affrontare, ha tirato le somme con soddisfazione circa l'attività della federazione: "Siamo cresciuti a livello locale, italiano e internazionale, arrivando a quasi 2mila soci tra nazionali e territoriali". Poi ecco gli obiettivi per il 2024: "Innanzitutto consolidare il ruolo del

Come sarà il 2024 dei nostri soci?

Trend

Per molte agenzie il 2024 parte già con una marcia in più con prenotazioni già confermate e nuovi accordi di distribuzione. La **paura del covid** è ormai alle spalle ed è percepita la voglia di viaggiare dei clienti.

Le agenzie pessimiste non credono nella ripresa, probabile effetto del **revenge travel** che si sta esaurendo. Persiste la paura per uno scenario economico e geo-politico troppo instabile.



Le problematiche del 2024



Le 3 priorità del 2024



Turismo organizzato, promuovendo la sostenibilità, la destagionalizzazione e la scoperta di nuove destinazioni. Ma bisogna valorizzare la nostra professionalità per invertire il trend di marginalità che oggi penalizza la distribuzione turistica. Quindi è necessario investire in risorse umane e in formazione, per proteggere i nostri dipendenti e il loro benessere. Tuttavia, dobbiamo anche rendere più snella la nostra operatività per consentire al personale di concentrarsi sulle attività a maggior valore aggiunto. Non a caso chiediamo al ministero del Turismo un supporto sulla digitalizzazione. Siamo consapevoli delle sfide che ci aspettano – ha concluso Gattinoni – ma affrontiamo il 2024 con ottimismo e dedizione, contando sulla collaborazione tra associazioni e sul supporto delle istituzioni".

Il direttore tecnico nelle agenzie figura indispensabile per l'azienda

Un libro dell'avvocato Federico Lucarelli per parlare della professione e fare chiarezza sul suo ruolo

L'importanza del ruolo del direttore tecnico nelle agenzie di viaggio: un tema centrale nell'attività dei singoli punti della distribuzione portato sotto la luce dei riflettori dal libro

“La professione di direttore tecnico di agenzia di viaggi e turismo” dell'avvocato Federico Lucarelli, consulente legale Fiavet-Confcommercio presentato alla Camera dei Deputati di Roma alla presenza dell'onorevole Gianluca Caramanna, della X Commissione Attività produttive, Commercio e Turismo e del presidente di Fiavet-Confcommercio Giuseppe Ciminnisi.

“Il direttore tecnico di agenzia di viaggi è una figura indispensabile all'azienda, e questo libro ci aiuta a capire il suo valore, il peso di questa professionalità nel mondo del turismo” ha dichiarato

Ciminnisi in apertura di presentazione – Il direttore tecnico di agenzia di viaggio sovrintende tutte le attività aziendali curandone l'organizzazione, la programmazione e unendo a queste l'impegno per la gestione delle risorse umane”.

Per Fiavet-Confcommercio era necessario uno studio che facesse chiarezza sul ruolo di questa figura essenziale anche per la tutela del consumatore.

Il turismo vede, infatti, da una parte le agenzie di viaggio quali imprese private, e dall'altra parte il pubblico, con il quale si sviluppa la vera interazione fondata sulla fiducia.

Le recenti norme introdotte nell'agosto del 2021 con il Decreto del Ministro del Turismo avvalorano l'esclusività del rapporto lavorativo tra il direttore tecnico e l'Agenzia di viaggi presso cui lo stesso opera.

Gli aggiornamenti sono alla base di una corrente di pensiero europea pro-liberalizzazione che talvolta in passato ha considerato la figura del direttore tecnico quasi come un vincolo burocratico all'apertura di un'agenzia di viaggi: “Ma non è affatto così – ha affermato il presidente di Fiavet-Confcommercio – Il direttore è il deus ex machina dell'impresa, perché fornisce il peso della sua competenza ed esperienza dando garanzie anche e soprattutto al consumatore finale”. Ciminnisi ha poi sottolineato quanto la figura sia associabile a quella di un dirigente d'azienda, piuttosto che a quella di un consulente esterno, e se non coincide con l'imprenditore dovrebbe esserne di sicuro l'alter-ego. Tracciandone il profilo conclusivo, dal lavoro dell'avvocato Lucarelli, si evince la figura del direttore tecnico come quella di un manager che ha una conoscenza vasta del mondo del turismo, uno dei settori economici più affascinanti, ma anche più ricchi di insidie, come si è riscontrato in questi anni, tra pandemia e catastrofi naturali dovute ai cambiamenti climatici. Bisogna sapere far viaggiare le persone, ma anche farle ritornare a casa in qualsiasi situazione, anche la più complessa. L'agenzia di viaggi si è quindi evoluta, divenendo un alleato del consumatore nel realizzare i suoi viaggi che sono sempre più particolari, segmentati, curiosi, ma devono essere anche sicuri.





Il Trenino dell'Albula

Patrimonio mondiale UNESCO
www.rhb.ch/albula



Informazioni e prenotazioni
Tel +41 81 288 65 65
railservice@rhb.ch

ilGIRASOLE
ilgirasoleviaggi.it • VIAGGI E VACANZE SU MISURA

Adrastia Il Trenino Rosso di...
www.treninorosso.it



Assoviaggi: sfide e incognite del turismo organizzato nel 2024

Negli ultimi mesi del 2023 le agenzie di viaggio e i tour operator hanno registrato un certo rallentamento delle prenotazioni, con la clientela condizionata dall'aumento delle tariffe, dai timori per la guerra in Israele e dalle rinunce a viaggiare verso le destinazioni del Medio Oriente. Tuttavia, come certificano dai dati raccolti dal CST Centro Studi Turistici di Firenze per Assoviaggi Confezionatori, nel complesso l'anno appena concluso ha fatto registrare una ripresa del volume di attività,

GIANNI REBECCHI:
“La situazione geopolitica mondiale è preoccupante ma il mercato sarà in grado di assorbire le problematiche grazie ad una ricollocazione dei viaggiatori su altre destinazioni”

confermata da 6 imprese su 10, che hanno attestato una certa corrispondenza tra le attese di inizio anno e il volume di vendite effettivamente realizzato. In termini di fatturato, invece, la stima del CST segna 11,7 miliardi, cioè un valore abbastanza

vicino al pre-pandemia, anche se non ancora sufficiente a eguagliare il dato del 2019.

“Sono tre i fattori principali che influenzeranno il turismo organizzato nel 2024: l'inflazione e l'atteso calo dei tassi BCE, la situazione geopolitica internazionale, la revisione della cosiddetta Direttiva Pacchetti”, spiega il presidente di Assoviaggi Gianni Rebecchi.

“Nel 2023 l'inflazione e l'aumento dei tassi da parte della BCE hanno sostanzialmente fermato gli investimenti e rallentato la spesa e i consumi delle famiglie italiane. Questo, unitamente all'aumento del costo di alcuni servizi turistici, soprattutto voli, trasporti in generale e ricettività, ha portato ad una flessione della domanda nel turismo organizzato per alcuni segmenti di viaggiatori, attenti alla spesa. Il 2024 è l'anno dell'annunciato calo dei tassi BCE e dell'assestamento dell'inflazione, due punti molto rilevanti per il settore”, le parole di Rebecchi.

Altro capitolo importante è dato dai conflitti in corso, soprattutto nell'area mediorientale.

“La situazione geopolitica da ottobre ha determinato un rallentamento, cancellazioni e mancate prenotazioni per destinazioni che fino a quel momento avevano il trend di crescita più alto. Si vedano mete come la Giordania e soprattutto l'Egitto, prodotto best seller in grado di soddisfare un segmento di viaggiatori per l'ottimo rapporto qualità/prezzo. I media parlano spesso di tensioni nel Mar Rosso e questo incide inevitabilmente sul nostro settore, nonostante la distanza notevole tra le aree di tensione e alcune destinazioni di vacanza che hanno subito un calo di richieste. C'è ovviamente anche il timore dell'ampliamento del conflitto. Tuttavia, ad oggi, i viaggiatori stanno scegliendo altre mete rispetto a quelle mediorientali. Penso – continua il presidente di Assoviaggi - che il mercato sarà in grado di assorbire le problematiche grazie ad una ricollocazione dei viaggiatori su altre destinazioni”.

E infine la revisione della Direttiva Pacchetti che potrebbe avere ripercussioni negative sulle imprese del turismo organizzato.

“Come Assoviaggi abbiamo più volte commentato in maniera negativa, anche in audizioni ufficiali, la revisione, così come impostata, della direttiva europea 2302/2015. Ci preoccupa molto l'inasprimento degli obblighi a carico delle imprese del turismo organizzato, e non di altri soggetti della filiera. Se fosse approvato il testo attuale, senza i correttivi proposti da tutte le associazioni di categoria anche a livello europeo, la revisione non sarebbe equilibrata, generando concorrenza sleale, oneri eccessivi e garanzie insostenibili per il turismo organizzato. Ad esempio, noi siamo chiamati ad avere un fondo di garanzia nei confronti dei consumatori in caso di insolvenza o fallimento, altri attori della filiera, ad esempio le compagnie aeree, non hanno questo obbligo, elemento che ha determi-



Gianni Rebecchi

Destinazioni estere top nel 2023 per le agenzie

USA | Egitto | Giappone | Filippine | Vietnam | Malesia
Argentina | Sud Africa | Kenya | Maldive

nato in passato situazioni che hanno danneggiato migliaia di viaggiatori ed imprese.

“E ancora – conclude Gianni Rebecchi – la revisione porta con sé alcuni elementi inconciliabili con il sistema del turismo. Ad esempio, non sarà più possibile per il turismo organizzato incassare l'intera somma del viaggio fino a 28 giorni dalla partenza, quando i fornitori di servizi turistici richiedono ormai spesso il saldo immediato delle prenotazioni. Questo significherà che un'agenzia o un tour operator dovranno anticipare i costi per la prenotazione dei servizi acquistati dal cliente: una situazione insostenibile per le piccole e medie imprese che si troverebbero così a fare da banca al cliente”.

ASSOVIAGGI:
“Con la revisione della Direttiva Pacchetti non sarà più possibile per il turismo organizzato incassare l'intera somma del viaggio fino a 28 giorni dalla partenza: una situazione insostenibile per le piccole e medie imprese”

Donatello Lorusso

OTA
VIAGGI TOUR OPERATOR

**92 DESTINAZIONI
DA SCOPRIRE**

TI ASPETTIAMO AL PAD STAND
VILLAGGIO ASTOI **04 E85**

SFOGLIA IL NUOVO CATALOGO



Alberghi a misura di bambino

La Calabria investe 16 mln di euro

Si chiama Family hotel il programma della Regione Calabria finanziato con 16 milioni di euro dal Pr Calabria Fesr Fse+ 2021-2027 che prevede investimenti per l'ammmodernamento, l'adeguamento e la rifunzionalizzazione di strutture ricettive alberghiere, al fine di conseguire le caratteristiche minime per la realizzazione di strutture per famiglie con bambini e neonati per offrire un'accoglienza su misura alle esigenze delle famiglie in viaggio.



Scilla

L'avviso è stato presentato a Catanzaro dai dirigenti generali della Regione Maria Antonella Cauteruccio (turismo), Paolo Praticò (sviluppo economico), dalla dirigente del settore ricettività alberghiera, Carmen Barbalace, dal presidente di Fincalabria, Alessandro Zanfino insieme alle imprese alberghiere e al partenariato del settore.

La Calabria, proprio per la sua naturale conformazione, si presenta come una destinazione adatta alle esigenze di tutti i membri delle famiglie, sia che si tratti di esplorare paesaggi montani o prendere il sole sulle affascinanti spiagge, o ancora scoprire i piccoli borghi arroccati o degustare le prelibatezze culinarie.

Perciò, per il presidente della Regione, Roberto Occhiuto "la Calabria è una meta turistica dalle straordinarie potenzialità".

"La Giunta regionale – aggiunge Occhiuto – in questi anni sta agendo in due direzioni. Da una parte stiamo promuovendo con ogni mezzo la nostra Regione in Italia e nel mondo. Farci conoscere e raccontare le nostre eccellenze è il modo migliore per attrarre visitatori e investimenti. Dall'altra vogliamo rafforzare i nostri punti di forza, come ad esempio il turismo per le famiglie. Proprio su questo segmento si inserisce l'iniziativa dei *Family Hotel*, un'opportunità – finanziata con un bando da 16 milioni di euro – che la Regione dà a tante strutture ricettive che potranno ammodernarsi e adeguarsi per essere sempre più accoglienti tanto per i grandi quanto per i più piccoli. Una bella occasione per tanti albergatori e per il nostro territorio".

All'Avviso Possono partecipare le micro, piccole e medie imprese gestori di strutture ricettive alberghiere (alberghi, villaggi albergo, residenze turistico alberghiere), già attive alla data di presentazione della domanda e dotate di Codice Identificativo Regionale. Con l'Avviso Family Hotel, la Regione Calabria si propone di trasformare le strutture ricettive in luoghi accoglienti e adatti alle esigenze delle famiglie in vacanza attraverso interventi di ammodernamento per la realizzazione, ad esempio, di aree bebè e parchi gioco, di spazi verdi all'aperto sicuri e anche di interventi per l'eliminazione delle barriere architettoniche.

Il contributo è concesso in conto capitale per un investimento minimo ammissibile di 400.000 Euro e per un massimo di 1.500.000 Euro e deve essere realizzato entro 24 mesi dalla concessione delle agevolazioni. L'implementazione dell'investimento deve essere completata entro 24 mesi dalla concessione delle agevolazioni.

La valutazione delle domande avviene attraverso una procedura a sportello, con le richieste che devono essere presentate esclusivamente tramite l'apposita piattaforma.

La piattaforma dedicata è arrivata dal primo febbraio 2024, le domande verranno valutate in ordine cronologico di presentazione.

È L'ORA DI PRENOTARE!

SCONTO DEL

2



**PRENOTAZIONI
FINO AL 30/04/2024**

**LINEE E PARTENZE
SELEZIONATE
DAL 06/05/2024
AL 30/09/2024**

*diritti fissi,
costi EU ETS
e servizi di bordo
esclusi*

%

Condizioni di applicabilità, limiti e dettagli della tariffa special su
www.grimaldi-lines.com

Borghi Sicani, viaggio affascinante

Un progetto nato grazie a Comuni ed una rete di imprese per accogliere gli ospiti in un territorio ancora oggi sconosciuto ma ricco di cose da vivere e, soprattutto, di gente che si vuole raccontare

Si chiama Sicani Villages, ovvero la rete dei Borghi Sicani ed è un nuovo network di attori dell'accoglienza locale nato con l'obiettivo di unire e raccontare luoghi e persone di una Sicilia ancora inesplorata. Un territorio che dalla costa sud si estende fino ai boschi dell'entroterra, abbracciando un comprensorio di 29 comuni riuniti sotto il Distretto Rurale di Qualità dei Sicani, vasta area geografica tra le province di Agrigento e Palermo. È il volto di una Sicilia che non t'aspetti o quanto meno

I borghi prendono il nome dal primo popolo, arrivato dalla penisola iberica ma di origine africana, che colonizzò la Sicilia circa 4.000 anni fa. Il progetto collegato è stato realizzato dal Gal Sicani, un partenariato pubblico privato che oltre alle 29 municipalità mette in rete 600 fra soggetti e associazioni distribuite fra le due province. Il prodotto è commercializzato da un tour operator americano, che è capofila della rete di imprese.

“Attraverso questo progetto vogliamo raccontare una identità che viene da molto lontano ma che non abbiamo mai svelato anche per quella ritrosia dei siciliani che fino a pochi anni fa non erano inclini a parlare di se stessi – dice Pierfilippo Spoto, local insider del progetto del Gal Sicani – Basta pensare che la gente del luogo, soprattutto la parte più anziana, un tempo chiudeva le porte di casa alla vista di per-



Lago di Prizzi



Argona

quella sconosciuta agli occhi del turismo di massa da sempre affascinato dal richiamo delle località che brillano sulla costa che va da Palermo a Trapani o da Messina a Siracusa. Una Sicilia antica, quella rurale del turismo lento che riesce a sorprendere ed affascinare una platea che spesso è fatta di stranieri alla ricerca di qualcosa di nuovo e inesplorato che vada oltre il clichè del sole e del mare o della testimonianza culturale su cui le luci dei riflettori sono già accessi. Ed è ricerca del contatto con i luoghi e con la gente per farsi raccontare quanta storia è passata nelle strade di paesini che mai negli anni scorsi avrebbero pensato di trasformarsi in attrattori turistici.

sone forestiere che arrivavano in visita ai borghi”. Poi qualcosa è cambiato. “Venti anni fa abbiamo iniziato a parlare della nostra identità a chi arrivava in questa terra. Abbiamo iniziato ad accogliere l'ospite e aprire a un turismo che entra nelle case dei siciliani. E che spesso mangia con loro”.

La svolta è stata facilitata dalla presenza di local insiders che accompagnano l'ospite per mano alla scoperta dei borghi e nel contatto con le persone. “Nei borghi ci puoi andare anche da solo ma se vuoi vivere un'esperienza come quella che somministriamo tutti i giorni devi essere accompagnato da qualcuno che in quei luoghi ci è nato e cresciuto e che deve

ante nella Sicilia più autentica

essere riconoscibile per far aprire le porte delle case". Questo messaggio è stato declinato in tutta la progettazione del Gal Sicani che ha come perno fondamentale il turismo relazionale e degli incontri. Al centro del prodotto c'è quindi il capitale umano a cui fa da contorno tantissime aree naturalistiche da visitare, in un territorio costellato anche di castelli e musei che racchiudono la storia e l'artigianato locali. I piccoli borghi sono sospesi nel tempo, ricchi di tradizioni storiche, legati ad antichi riti folcloristici e popolati da persone genuine, proprio come i prodotti che realizzano e che crescono in quelle terre. "Il pane, il formaggio, l'olio, il vino e la bellezza del paesaggio alla fine sono solo il mezzo per favorire l'incontro. Ce ne siamo resi conto raccogliendo i feedback dai primi turisti, spesso stranieri, che sono venuti a visitare le nostre terre. A loro chiedevamo

sto risveglio e del recupero dell'identità territoriale. Gli ospiti arrivano da tutto il mondo. Le prime facce straniere all'inizio furono di nord europei che oggi hanno ceduto la leadership al mercato americano e quello inglese che vogliono andare oltre le cose già note dell'Italia, perché magari le hanno già viste e cercano un'alternativa. In parallelo è cresciuto il mercato delle accomodation che oggi possono proporre un'offerta importante, soprattutto sulla costa agrigentina ma anche b&b ed agriturismi in campagna oltre boutique hotel che oggi vedono allungare la permanenza dell'ospite anche per più di cinque giorni. E qualche straniero ha addirittura comprato casa nei borghi spopolati nel tempo ma che vogliono recuperare la vita perduta. Nel viaggio attraverso i Borghi Sicani ci sono alcune perle che meritano l'attenzione dell'ospite: "Sicu-



di inviarci foto di quello che avevano visto anche per costruire il materiale promozionale e la nostra sorpresa è stata quella di ricevere immagini di volti e delle persone, le facce della zia che fa il pane o dei vecchi che giocavano a carte... piuttosto che dei luoghi o dei monumenti creando in noi la consapevolezza di aver creato un prodotto turistico dove i luoghi cedono il passo al capitale umano". Il Gal ha intuito le potenzialità del progetto ed ha assunto così il ruolo di incubatore di idee agevolando l'acquisizione dei fondi necessari per portare avanti un progetto che, fra l'altro, vede un forte coinvolgimento dei giovani quanto mai protagonisti di que-

ramente Andromeda, il teatro all'aperto più alto del mondo costruito da un pastore scultore a circa 1000 metri di altezza, da ammirare quando è vuoto per non perdersi la magia del luogo. La costa poi è davvero una fra le più straordinarie perché non è stata mai violata. Da Ribera a Porto Empedocle con Torre Salsa e la foce del fiume Platano è come se la Scala dei Turchi fosse ripetuta almeno 5 o 6 volte". Ma, ripetiamo, il sito, sia esso naturale, culturale o enogastronomico, resta solo il pretesto per immergersi in un piccolo mondo antico, in una Sicilia autentica lontana solo nel tempo.

Antonio Del Piano



Nasce RHC Group, nuovo brand per 4 hotel di Roma, Taormina e Vietri sul Mare

Da Ragosta Hotels Collection a RHC Group: il nuovo brand campeggia sui 4 hotel e resort del gruppo in alcune delle destinazioni più belle della penisola. RHC Group ha sede a Roma e include 4 alberghi di lusso in Italia: l'Hotel Raito Amalfi Coast, 77 camere e suite, e il Relais Paradiso Amalfi Coast, 22 camere, con vista mozzafiato su Vietri sul Mare, La Plage Resort Taormina, 59 camere e suite, di fronte all'Isola Bella e collegato con la funivia al centro storico, e Palazzo Montemartini Rome, A Radisson Collection Hotel, 82 camere e suite, accanto alle Terme di Diocleziano.



Bruni nuovo Chief Information Officer di Bluvacanze

Alessandro Bruni ha assunto l'incarico di Chief Information Officer del Gruppo Bluvacanze, al servizio di tutte le business unit della società di MSC Cruises: il tour operating (Going), la rete di agenzie di viaggi (con le insegne Bluvacanze e Vivere&Viaggiare), il business travel, eventi e Mice (attraverso la TMC Cisalpina Tours e Cisalpina Mice). Il reparto IT è responsabile della gestione dei sistemi informativi aziendali, che supportano i processi produttivi; inoltre, si occupa delle attività di prenotazione di servizi di viaggio e di business intelligence, nonché della cyber security, avendo ottenuto le certificazioni ISO 27001 e PCI-DSS, per la sicurezza informatica delle procedure del business travel.



A Roma la Convention dei 20 anni di Federcongressi&eventi

Dal 23 al 24 febbraio Roma sarà la capitale anche del turismo congressuale italiano. Infatti i rappresentanti delle imprese della meeting industry nazionale (centri congressi, hotel, location, agenzie di eventi e congressi, Provider Educazione Continua in Medicina-ECM, servizi tecnologici, catering ...) si riuniranno al Rome Marriott Park Hotel in occasione della Convention annuale di Federcongressi&eventi, l'associazione dell'industria dei congressi e degli eventi aderente a Federturismo che quest'anno celebra i 20 anni di fondazione. Oltre alle sessioni di formazione, alle occasioni di networking e al confronto con le istituzioni durante la Convention attraverso le testimonianze dei past president saranno ripercorse le tappe fondamentali e le sfide affrontate e vinte che hanno permesso a Federcongressi&eventi di ricoprire oggi il ruolo di autorevole voce dell'intera filiera del Mice presso istituzioni e stakeholder.

Zalina Binti Ahmad nuova direttrice di Tourism Malaysia Parigi, responsabile anche per l'Italia



Zalina Binti Ahmad è la nuova direttrice dell'ufficio di Parigi di Tourism Malaysia, responsabile dei mercati di Francia, Spagna, Portogallo e Italia. Il suo mandato è iniziato il 6 gennaio e sarà di base a Parigi. Zalina Ahmad ha oltre vent'anni di esperienza nel

turismo trascorsi nel ruolo di vicedirettore all'interno dell'organizzazione Tourism Malaysia, dove ha guidato con successo le operazioni turistiche generando crescita economica. "Sono letteralmente entusiasta di questo incarico a Parigi", ha commentato Zalina. "È una grande opportunità per promuovere il mio Paese in Francia, Spagna, Portogallo e Italia, quattro mercati molto importanti in Europa, poiché credo che ci sia spazio potenziale. È per me motivo di grande orgoglio impegnarmi e contribuire a rendere la Malesia più vivace e prospera". Zalina ha spiegato di avere una visione programmatica chiara per i prossimi quattro anni del suo mandato, con particolare riferimento all'Italia.



Thailandia oltre le aspettative: 191.000 arrivi dal mercato italiano nel 2023

L'Ente Nazionale per il Turismo Thailandese ha diffuso i dati relativi ai flussi dell'intero 2023 che certificano un momento importante per il Paese del sorriso.

I turisti italiani ad aver visitato la Thailandia nel 2023 sono 191 mila, numero che supera abbondantemente le previsioni di inizio scorso anno (180 mila). "Siamo particolarmente orgogliosi del risultato. Si tratta di dati che ci consentono di continuare a lavorare con entusiasmo – commenta Sandro Botticelli, Marketing Manager dell'Ente Nazionale per il Turismo Thailandese in Italia –. Il legame tra i due paesi è un fatto acquisito da decenni, così come la considerazione di cui la Thailandia gode nell'immaginario dei viaggiatori italiani.

Il nostro prossimo obiettivo sarà, naturalmente, migliorarci. Al momento siamo al 68% degli arrivi pre Covid. Le nostre previsioni per il 2024 parlano di circa 225 mila arrivi dal mercato italiano. Speriamo che anche i prossimi 12 mesi siano importanti per raggiungere o superare questo nuovo target".

Air Transat aumenta i voli diretti dall'Italia al Canada

Air Transat, la compagnia aerea canadese rappresentata in Italia da REPHOUSE GSA ha annunciato le novità della stagione estiva 2024 presentando i voli diretti Italia-Canada e i voli in connessione verso gli Stati Uniti. La compagnia riconferma quindi l'impegno sull'Italia, che vede raddoppiata la rotta Venezia-Toronto, e cresce in Europa e negli Stati Uniti. L'operativo prevede in Italia, a partire da aprile 2024, 19 voli diretti da tre aeroporti per Toronto e Montréal: da Roma 7 voli alla settimana con destinazione Toronto e 7 voli settimanali con destinazione Montréal, da Venezia 2 voli alla settimana per Montréal e 2 per Toronto e da Lamezia Terme 1 volo alla settimana per Toronto. Inoltre, da giugno 2024 saranno disponibili i voli in connessione verso gli Stati Uniti con comode coincidenze dall'Italia: da Roma si potrà raggiungere Los Angeles e San Francisco, e da Venezia sarà operativo il collegamento verso Los Angeles.

traghettiGDS
70 COMPAGNIE DI NAVIGAZIONE

Tutta la Biglietteria Marittima

per le Agenzie di Viaggio

 **70 COMPAGNIE**

 **COMMISSIONI IMMEDIATE**

 **UNICO REFERENTE**



 **SITO WEB:**
www.traghettingds.it

 **Telefono:**
+39 0565.912323

 **EMAIL:**
agenzie@traghettingds.it



INCOMING

All'ombra del Vesuvio That's Napoli Live Show!

Napoli è uno spettacolo, in tutti i sensi con il suo Golfo ed il Vesuvio sullo sfondo. Nella città famosa in tutto il mondo per le sue bellezze artistiche e naturali, per il suo colore e per il calore della gente, arriva una nuova proposta dal tour operator incoming Worldwide Reps Italia dedicata a quanti arrivano nel capoluogo partenopeo a caccia di emozioni e di quelle nuove esperienze che oggi rappresentano il focus di una forma di turismo che diventa sempre più trainante.

World Wide Reps lancia il primo spettacolo riservato ai turisti che arrivano nel capoluogo campano

Da questi presupposti nasce la collaborazione esclusiva con That's Napoli Live Show, il bellissimo spettacolo musicale ideato e diretto dal Maestro Carlo Morelli, già direttore del

Coro Giovanile del Teatro San Carlo, che rappresenta tutto ciò per cui Napoli e la Campania sono famose nel mondo.

Si tratta di un viaggio attraverso quella musica che nel tempo ha saputo trasmettere al mondo la napoletanità e che da sempre affascina il pubblico, portandolo alla scoperta dell'unicità di una città che ha insegnato la sua musica nelle corti europee.

That's Napoli Live Show ha bagnato il suo debutto del nuovo anno in un giorno particolare, a Capodanno, in una piazza Municipio dove tantissimi turisti italiani, stranieri e anche i napoletani, sono stati coinvolti in un happening musicale con gli artisti che dal palco hanno trascinato la folla con canzoni del repertorio classico napoletano ma anche con sonorità più moderne in uno scenario reso più di-



namico dalle coreografie messe in scena dal gruppo che è composto da 17 cantanti e 4 musicisti.

That's Napoli Live Show è uno spettacolo commercializzato in esclusiva in Italia e all'estero nel mondo del turismo dalla Worldwide Reps Italia di Roberto Pagnotta e Marco Rottino, DMC molto attivo nel mondo dell'incoming in Campania che a Napoli si distingue per una proposta di servizi di alta qualità e di esclusiva come i tour privati del celebre Teatro San Carlo, i corsi di Mastro Presepaio in collaborazione con l'Associazione Le Botteghe San Gregorio Armeno, di Mastro Sarto con l'Associazione Le Mani di Napoli e recentemente di Mastro Ceramista grazie all'accordo con la Real Fabbrica di Capodimonte. E poi varie tipologie di cooking class e pizza lessons per chi vuole apprendere i segreti della cucina legata ai prodotti napoletani più

caratteristici. Si tratta di proposte con le quali Worldwide Reps si rivolge anche al mercato degli incentive e degli eventi che vede il DMC come Partner locale di molte importanti aziende del mondo MICE.

Il That's Napoli Live Show sarà proposto al Teatro Mercadante con uno show al mattino per accogliere i gruppi di crocieristi che scendono a terra all'arrivo delle navi mentre si sta definendo poi anche lo spettacolo serale in altra location.

Il gruppo diretto dal Maestro Morelli guarda però anche oltre la città di Napoli. I programmi prevedono anche una formula itinerante dello spettacolo, ideale per il settore MICE, con la possibilità di organizzare esibizioni della band sia in tutta Italia che all'estero.

Antonio Del Piano

Grimaldi Lines, il traghetto si paga a rate con Cofidis

Acquistare il biglietto per una traversata via mare verso una delle più belle destinazioni del Mediterraneo, pagandola in comode rate mensili senza interessi, né costi aggiuntivi: è la possibilità a cui apre il Gruppo Grimaldi che ha siglato un accordo con il Gruppo Cofidis, leader nel settore del credito al consumo per il mercato B2B e B2C. Grazie a questa partnership e in collaborazione con Nexi, provider della piattaforma dei pagamenti del

Gruppo Grimaldi, i clienti che acquistano un viaggio sul sito www.grimaldi-lines.com possono selezionare il metodo di pagamento PagoDIL by Cofidis, scegliendo la dilazione in 5 o 10 rate mensili, senza interessi, né costi aggiuntivi. Questa sinergia permette ai passeggeri residenti in Italia di prenotare il proprio

Con PagoDIL il pagamento potrà avvenire in piccole rate mensili, senza interessi e costi aggiuntivi

viaggio in nave, senza dover corrispondere subito tutto l'importo, ma pagandolo in comode rate con maggiore flessibilità.

Cofidis, con la soluzione PagoDIL, fa così il suo ingresso nell'universo del turismo e in particolare nel settore del trasporto passeggeri e auto, mentre Grimaldi Lines – con la sua moderna flotta di 14 navi passeggeri e il suo esteso network di collegamenti marittimi verso Sardegna, Sicilia, Spagna, Grecia Tunisia e viceversa – offre all'utenza un nuovo servi-

zio di pagamento, comodo ed efficiente.

“Abbiamo intrapreso da tempo con entusiasmo una politica di partnership e accordi che ci consente di garantire all'utenza un'offerta particolarmente ricca e articolata in termini di modalità di pagamento – ha dichiarato Francesca Marino, Head of Passenger Department di Grimaldi Lines – Il nostro costante impegno nel rendere il viaggio via mare accessibile a tutti non può prescindere dalla tipologia di servizio offerta da PagoDIL by Cofidis, con la possibilità di comode rate senza nessun costo aggiuntivo”. “Siamo felici di collaborare con un marchio di fama internazionale come Grimaldi Lines per offrire ai loro clienti la miglior esperienza di acquisto online”, ha dichiarato Luca Giambartolomei, Direttore Commerciale di Cofidis Italia. “Questa nuova importante partnership dimostra non solo la nostra capacità di diversificazione nel canale eCommerce ma anche il continuo impegno di Cofidis nell'offrire soluzioni di pagamento innovative e altamente flessibili, progettate per semplificare l'esperienza di acquisto dei consumatori e per far crescere in modo sostenibile il business dei nostri partner”.

La partnership tra Grimaldi Lines e Cofidis Italia segna un passo importante nel continuo impegno per l'innovazione e il servizio clienti. Entrambe le aziende guardano con fiducia al futuro e sono felici di offrire ai consumatori una nuova e migliorata esperienza di acquisto online.

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

Ha collaborato: Donatello Lorusso

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:
Tipografia Zaccaria S.R.L.
Via S. Giovanni de Matha 93, 80141 Napoli

Numero chiuso febbraio 2024

CSST CERTIFICAZIONE EDITORIA SPECIALIZZATA E TECNICA

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

LO SPECIALISTA DEI VIAGGI DI LUSO, NOZZE ED INCENTIVE

Stati Uniti | Messico | Guatemala | Perù
Rep. Dominicana | Aruba | Bahamas
Cuba | Caraibi Francesi

Giappone | Thailandia | Polinesia

Australia | Nuova Zelanda

Maldiva | Seychelles | Mauritius

Sudafrica | Qatar | Oman

Dubai | Emirati Arabi Uniti

Giordania | Israele | Marocco

Turchia | Crociere 

VAI SU IVIAGGIDELLAIRONE.COM E CLICCA SU

PRENOTA CON  **LEONARDO**

Leonardo è la **piattaforma riservata esclusivamente alle Agenzie di viaggio** che vogliono rispondere professionalmente e subito alle richieste della propria clientela. È un'applicazione che permette di creare in **autonomia assoluta pacchetti elaborati** da una ricerca di voli, hotel e servizi con tariffe migliori negoziate in continuazione per soddisfare la domanda del nuovo mercato di oggi.

BOOKING

Via Vannella Gaetani 27 - Napoli 80121 - tel. 081412020
preventivi@iviaggidellairone.com - www.iviaggidellairone.com





SCOPRI LA BELLEZZA
DI UNA CROCIERA
PIÙ RESPONSABILE.

Noi di MSC Crociere diamo valore alla bellezza. La bellezza delle nostre nuove navi che raggiungono destinazioni meravigliose con un carburante più pulito, la bellezza di un uso più responsabile dell'acqua, la bellezza di un intrattenimento straordinario e molto di più. Questo è il bello di viaggiare con noi.

Scopri di più su [mscbook.com](https://www.msccruises.com)



MSC
CROCIERE

IN VIAGGIO VERSO LA BELLEZZA