

SPECIALE BMT

ilGiornale

del Turismo
magazine

PRIMO PIANO

**Il vento nuovo
di Santanchè**

PROTAGONISTI DEL TURISMO

**La scalata
di Leonardo Massa**

CROAZIA

Piena di vita

**La bella Croazia
ospite d'onore alla BMT**



IL PAGAMENTO ONLINE ALL INCLUSIVE

Scegli di farti pagare con MyBank:

- ✓ Bonifico irrevocabile e precompilato
- ✓ Conferma immediata
- ✓ Senza i limiti di plafond delle carte
- ✓ No frodi e chargeback
- ✓ Riconciliazione automatica al 100%





Sommario

EDITORIALE

- 5 Io sono ancora qua!!! *Angioletto de Negri*

IN COPERTINA

- 6 La bella Croazia ospite d'onore a BMT 2024
8 Quando la vacanza è green
viaggio nella Croazia sostenibile
10 Un mare di ragioni per venire in Croazia
per una vacanza da sogno

PRIMO PIANO

- 12 Il vento nuovo di Santanchè *Antonio Del Piano*
14 Alessandra Priante nuovo presidente ENIT *Massimo Fedele*

PROTAGONISTI DEL TURISMO

- 16 La scalata di Leonardo Massa
una vittoria del gioco di squadra *Antonio Del Piano*

OPPORTUNITÀ PER IL TURISMO

- 20 Sud e Turismo: UniCredit per l'Italia

TOUR OPERATOR

- 22 Il mondo in 50 proposte
nell'Estate de I Viaggi dell'Airone
44 Bluvacanze lancia MonteRosa 91
45 Obiettivi di sviluppo 2024 retail,
leisure e viaggi d'affari
46 Pier Ezhaya: il turismo sa reagire
le crisi non lo fermeranno *Donatello Lorusso*
54 Gioco Viaggi: Cunard si prepara
all'arrivo della Queen Anne

CROCIERE

- 24 Nella travel industry debuttano
le Sea Destinations di Costa Crociere *Antonio Del Piano*

ENTI DEL TURISMO

- 26 Egitto: "Ci aspettiamo una grande stagione" *Donatello Lorusso*

FIERE

- 28 BMT '24, nello spazio Fagri debutta
Mediterraneo Wine & Food and Travel *Massimo Fedele*

SPECIALE CAMPANIA

- 30 Turismo: la Campania locomotiva del Sud
Napoli traina la regione *Enrica Procaccini*
32 La Campania è sempre Divina *Enrica Procaccini*
34 Casucci: sfruttare i fondi del PNRR *Enrica Procaccini*
36 Fiola, Camera di Commercio di Napoli è in arrivo
il bando per la destagionalizzazione *Enrica Procaccini*
38 La Campania raddoppia, da luglio
apre (finalmente) Pontecagnano *Enrica Procaccini*
40 Teresa Armato:
Napoli diventa città policentrica *Enrica Procaccini*

DISTRIBUZIONE

- 42 MyBank, la nuova soluzione di pagamento online
43 Flexible Autos sempre più servizi
e mobilità in esclusiva per il trade *Massimo Fedele*
47 Assemblea Fiafet,
dalla Sicilia arrivano le tracce per il futuro
50 I4T a BMT con le nuove garanzie
annullamento 'all risks' e bagaglio

LAVORO

- 52 Turismo, è allarme personale
difficoltà per un'impresa su due *Donatello Lorusso*

ATTUALITÀ

- 53 Passaporti: lo scandalo senza fine
58 A MonteCarlo per i quaranta anni
del Festival Printemps des Arts *Annalisa Tirrito*

HOTEL

- 56 Hotel Anantara Convento
di Amalfi arriva la manager Estelle Vassallo
57 Nuovo manager per La Plage Resort

ENTI DEL TURISMO

- 60 Cina, carte in regola
per crescere rapidamente *Donatello Lorusso*

TRASPORTI

- 62 La Cina apre le sue porte!
64 Due nuovi traghetti da marzo nella flotta GNV
66 Oltre 200 rotte Wizz Air dall'Italia per l'estate



BORSA MEDITERRANEA DEL TURISMO

NAPOLI Mostra d'Oltremare

BMT

2025

**TI ASPETTIAMO IL 13 / 14 / 15 MARZO
PER LA XXVIII EDIZIONE!**

Per informazioni
tel. +39 081 7640032
info@progetta.org
www.bmtnapoli.com



Io sono ancora qua!!!

Sono passati appena 50 anni, era il 1974, ed il sottoscritto, nato appassionato di viaggi, irrequieto e strano essere umano, pensò di creare un logo che simulava un volo di uccello, anche lui strano. Era un airone e voleva essere il marchio dell'azienda che avevo in mente di creare: Airtour / I Viaggi dell'Airone Tour Operator.

Ma prima ancora, questo strano essere umano nel 1969 era convolato a nozze con Regina, che lavorava in American Express, segnando definitivamente il suo destino quando insieme misero al mondo tre piccoli Aironi: Carla, Sara e Marco, esseri incantevoli ma pure loro assai strani. Infatti, subito dopo aver assolto i doveri scolastici, presero a lavorare quotidianamente ed indefessamente in casa Airone con Angioletto e Regina. Ed ancora oggi è così. Questo mi rincuora: vuol dire che chi ci crede in questa appassionante attività vince e vincerà sempre.

Dal 1974 quindi, i 50 anni ci sono tutti e sono trascorsi con tanti successi ma con tanta fatica. Così tanta che viene da pensare che la nostra professione sia la più strana tra le professioni.

Se ne è infatuati, specialmente se si nasce con l'idea di creare un tour operator. Si inizia in maniera ambiziosa e ci si sente subito Capitani di Azienda e leader dell'Industria del Turismo Organizzato. Con un po' di fantasia si comincia a pensare che ci vuole la location con le pareti vetrate a più piani, ci vogliono le macchine Aziendali con il logo, la segretaria multilingue, numerosi collaboratori e un organigramma a mo' di Industria, con attrezzature tecniche all'avanguardia... per finire ai tempi di oggi con l'esigenza dell'intelligenza artificiale e qualche altra diavoleria del genere.

Man mano ci si accorge che alla fine non possiamo considerarci Industria, che il palazzo è stato superfluo, che le grandi convention portano a niente se non ad eccessivi costi e che investire ancora su beni immobiliari porta ad un'esposizione finanziaria eterna ed a un alto rischio, se non si programma a dovere...

Si finisce così per capire presto che la marginalità economica ed i rischi di impresa non sono facilmente sopportabili da questa affascinante attività, stupefacente sotto tutti gli altri punti di vista ma che non può essere paragonata a quella Industriale, la quale invece offre margini e provvidenze governative molto diverse.

Noi siamo, nella normalità di questa attività, solo degli intermediari, devastati da oneri imposti dallo Stato come ad esempio l'IVA che è la più alta in Europa. Noi sopportiamo gli stessi costi di inquadramento del personale di un'industria che lavora otto ore al giorno invece di sopportare spese che dovrebbero essere calmierate proprio per la particolare tipologia del lavoro, che per legge offre assistenza H24 ai clienti.

Noi abbiamo la stessa responsabilità e gli stessi oneri di un'Industria, siamo responsabili al 100% del prodotto generato. È noto che se la tenda di una camera dell'hotel prenotato è poco funzionante, parte una causa al tour operator di turno per il risarcimento danni a causa di vacanza rovinata. Al sottoscritto, per esempio, è capitato un reclamo con richiesta di danni perché la pasta portata in valigia alle Seychelles veniva cotta dalla cucina del resort, non al dente!!!

All'On.le Ministro ed al Governo oso chiedere quindi di entrare ancora di più nel vivo della realtà della nostra professione. Noi siamo fantasiosi e quindi dichiariamo spesso solo positività dei risultati ed una certa percentuale di aumento di fatturato, ma la triste realtà è quella che ho tentato di illustrare qui sopra. Viceversa non ci sarebbe stata la moria di migliaia di agenzie e di qualche tour operator, moria esistita ma mai ufficialmente dichiarata proprio per il grande orgoglio che regna ancora in ognuno di noi professionisti del settore.

Nessuno mai ha evidenziato quanto sia sacrificata la nostra attività a causa dei risicati ricavi dovuti alla incontrollata situazione dell'abusivismo e la concorrenza a ruota libera di internet e di altre diavolerie del genere.

On.le Ministro Santanchè, visto il piacere di incontrarla anche alla 27° edizione di BMT e visto che ora Lei finalmente è considerata un punto di riferimento certo e forte per il nostro settore, se non altro perché ci ascolta con interesse, oso chiedere, con un po' di impertinenza: perché mai tanto ritardo nell'erogare i 39 milioni promessi e certi sin dall'ultima edizione di BMT? Perché non riconsiderare l'entità del cuneo fiscale per le categorie più vulnerabili come la nostra? E un forte adeguamento dell'Iva con il ribasso del 19% come in Germania?

Grazie. Buona lettura del nostro Magazine e buona BMT!

Angioletto de Negri

La bella Croazia ospite d'onore a BMT 2024

L'estate è ormai alle porte e anche quest'anno grazie a una ventata di novità, **dal 14 al 16 marzo, la Croazia sarà presente alla Borsa Mediterranea del Turismo – BMT di Napoli nel prestigioso ruolo di Paese Ospite d'Onore.**

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. 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.

“L'Italia è uno dei mercati più importanti per la Croazia, dal quale abbiamo ottenuto ottimi risultati lo scorso anno” dichiara il **Ministro**

del Turismo e dello Sport della Repubblica di Croazia, Nikolina Brnjac che poi aggiunge: “Siamo particolarmente lieti che l'ingresso della Croazia nell'area Schengen e nell'Eurozona ci abbia avvicinato ancora di più e abbia reso più agevoli i viaggi. Per quanto riguarda gli obiettivi strategici, lo sviluppo di un turismo tutto l'anno e un turismo più equilibrato a livello regionale, concentriamo le nostre attività sul rafforzamento della nostra posizione nella pre e post stagione”.

La Croazia può offrire ai turisti italiani una serie di attività tutto l'anno. Dalle attività nella natura, che comprendono le attività preferite dagli italiani vela e canottaggio, degustazione di cibi e vini autentici, un ricco patrimonio culturale, ai servizi nel turismo sanitario, per il quale c'è un interesse crescente. Per quanto riguarda il miglioramento della qualità dell'offerta di turismo sanitario, il Governo della Repubblica di Croazia ha stanziato fondi record per



Nikolina Brnjac



gli investimenti nelle infrastrutture, mentre per aumentare la qualità complessiva dei contenuti e dei servizi nel turismo entro il 2030 saranno stanziati complessivamente 1,3 miliardi di euro. “Crediamo che i turisti italiani, affezionati ospiti della Croazia, riconosceranno tutti i passi che abbiamo intrapreso per garantire loro un soggiorno ancora più piacevole” conclude il ministro.

Da molti anni gli italiani sono propensi a recarsi in Croazia, sia durante i mesi estivi ma sempre di più al di fuori dell'alta stagione. “Anche quest'anno ci aspettiamo il proseguimento del trend positivo con particolare attenzione ai periodi prima e dopo stagione, e anche all'ulteriore crescita e sviluppo del turismo sostenibile – auspica **Kristjan Staničić, direttore generale dell'Ente Nazionale Croato per il Turismo** - Questi segmenti dell'offerta rappresentano ciò che mettiamo in evidenza durante le nostre manifestazioni fieristiche e le attività promozionali rivolte al mercato italiano, da cui provengono sempre più giovani appassionati di viaggi” afferma ancora Staničić. “Sono molto felice che la Croazia questo anno sia ospite d'onore a Napoli alla fiera BMT” commenta **Viviana Vukelić, direttrice dell'Ente Nazionale Croato per il Turismo in Italia**. “La fiera più importante del Mediterraneo quale è BMT per noi rappresenta un appuntamento che da sempre è stato



Kristjan Staničić

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. Questa fiera oggi è fondamentale non solo per l'outgoing ma anche per l'incoming e alla Croazia è molto importante perché possiamo presentare la nostra offerta turistica, tutte le novità, i collegamenti tra la Croazia e l'Italia e dare le informazioni principali per la stagione turistica”.

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. Nel mese di aprile ci sarà un workshop a Roma, si organizzeranno anche incontri e presentazioni con gli agenti di viaggio sempre in questo periodo.



Kornati ©Aleksandar Gospić



Viviana Vukelić

Allo stand della Croazia

Ente per il Turismo della regione del Quarnaro, Ente per il Turismo della città di Rab, Ente per il Turismo del comune di Lopar, Ente per il Turismo della regione di Zadar, Ente per Turismo della regione di Šibenik-Knin, Ente per il Turismo della regione Spalatino-Dalmata, Ente per il Turismo della regione di Dubrovnik e

Neretva e della città di Dubrovnik, Ente per il Turismo della città di Zagabria, Jadrolinija Compagnia di Navigazione, Katarina line Agenzia di viaggi DMC, Amatori Tour Operator, Liburnia Hotels & Villas catena alberghiera e Adria Dental Group cliniche dentali.

Quando la vacanza è green viaggio nella Croazia sostenibile

**Eco Domus: ville bellissime,
tranquille ed eco-Friendly in Istria**

<https://www.istra.hr/it/business-information/progetti/eco-domus>

Concediti un soggiorno in tutta tranquillità tra le ville eco-friendly più belle dell'Istria! Chi è alla ricerca di **vacanze ecologiche** ricche d'avventura adorerà questa incantevole destinazione, così come chi è in cerca di privacy, pace e **tranquillità**. Ora più che mai, sogni di trovare il tuo **appartamento eco-friendly** o la tua **villa di charme** immersa nella natura per avere massima **tranquillità** e goderti un soggiorno sicuro in totale relax. Pianificare le tue prossime **vacanze sostenibili** non è mai stato così facile, grazie al programma di etichettatura **Eco Domus**. Si valorizzano e si promuovono la cultura locale ed il patrimonio naturale, le sagre e le usanze tradizionali, con lo scopo di preservare il patrimonio e l'autenticità istriana. Gli standard energetici sono stati raggiunti attraverso la **tecnologia per il risparmio energetico**. Inoltre, grazie all'innovativa tecnologia per il risparmio idrico, le strutture ricettive stanno **riducendo il consumo di acqua dolce** su base giornaliera, insieme alla produzione di rifiuti.

**Croazia da scoprire:
ecco le isole senza automobili**

<https://croatia.hr/it-it/croatia-feeds/senza-rumore-senza-strade-senza-automobili-soltanto-tu-il-mare-e-le-stelle>

Oltre alle famose città turistiche frequentate da ogni dove, tra l'altro, nasconde molti tesori e piccole **isole da visitare a piedi**. Senza rumore, senza strade, senza auto... soltanto tu, il mare e le stelle. Sono di una bellezza mozzafiato, ma non potete raggiungerle con la vostra automobile, bisogna lasciarla sulla terraferma distante diverse miglia. Su queste isole le macchine sono da sempre "non gradite". Se durante le vacanze non volete usare l'auto e vi piace camminare, ecco alcune isole che fanno al caso vostro! Susak, l'isola di sabbia, Zlarin l'isola del corallo, Unije splendida e solitaria, Silba un'isola magnifica, Olib l'isola del relax, Koločep l'isola delle chiese, Sipan l'isola per gli amanti della storia, Prvic l'isola giusta per gli amanti della natura, Ilovik paradiso dei naviganti, Rava luogo sconosciuto e bellissimo, Lavdara paradiso del turismo Robinson, Kaprije gemma nascosta dell'arcipelago di Sibenik. Trascorrere una vacanza su isole senza auto significa prendersi una pausa tutelando piccoli angoli di paradiso.

In giro per la Croazia in sella ad una bici

<https://croatia.hr/it-it/outdoor-e-vacanze-attive/ciclismo/la-croazia-in-bicicletta>

La scelta comprende un mare di possibilità, tutte ugualmente attraenti: dalla penisola dell'Istria, vera e propria mecca croata del cicloturismo, attraverso le rigogliose e profumatissime isole del Quarnaro e le impervie aree montane del Gorski kotar, passando per storiche strade che collegano la regione della Lika alla città di Karlovac, sino ai più alti passi e alle più suggestive montagne delle brulle Alpi Dinariche, per poi scendere a rotta di collo sino a sfiorare le bellissime coste della Dalmazia e delle sue isole; oppure, in alternativa, dagli immensi campi di grano della Slavonia, attraverso le verdi vallate fluviali e una sequela di soavi colline con altrettanti borghi e castelli, tra le residenze campestri e le chiese della Croazia centrale sino agli itinerari ci-





cloturistici urbani della città di Zagabria, la capitale. Pedalate fra paesaggi mozzafiato all'insegna della natura, dello sport e del buon gusto.

Montagne di divertimento, passeggiate e camminate

<https://croatia.hr/it-it/outdoor-e-vacanze-attive/passeggiate-e-camminate>

Percorrete i sentieri che vi portano dal Mare Adriatico fino alle cime delle montagne. Oltre 400 rotte differenti che entusiasmeranno i principianti, a Zagabria, Ogulin, Rovigno, Spalato e Omiš, e gli escursionisti esperti sul Velebit, Učka, Dinara o Mosor. Ma se siete un alpinista appassionato, nel Parco nazionale di Paklenica troverete l'Anića Kuk, un massiccio alto 350 metri che vi procurerà un'esperienza indimenticabile. I cinque punti migliori per le escursioni in Croazia sono l'Učka, il Parco Nazionale Risnjak, il Velebit settentrionale, Paklenica e la montagna Biokovo. Alcuni di questi sono coperti da neve durante l'inverno ma accessibili dalla tarda primavera al primo autunno. Venite e assaporate lo spirito delle montagne croate.

Divertimento all'aria aperta vacanza attiva, outdoor e natura

<https://croatia.hr/it-it/vacanze-attive-outdoor-e-natura>

Tra parchi, gole, canyon, pareti rocciose e sentieri naturali potrete tuffarvi nelle più svariate attività outdoor e cogliere in pieno la sua bellezza! Tra paesaggi magnifici e viste mozzafiato, la Croazia è il luogo ideale per chi ama le avventure all'aria aperta! Che siate un appassionato del volo, delle profondità marine o vi interessi un'altra forma di emo-

zioni, la Croazia è un paradiso per gli amanti del turismo attivo, della natura e dell'adrenalina. Immergetevi e scoprite le meraviglie affondate lungo la bellissima costa. Esplorate ogni angolo della natura selvaggia a piedi, a cavallo oppure in bicicletta. Liberare la vostra energia nei canyon dei fiumi e nei paesaggi carsici facendo rafting o kayak, volate nel cielo con il paracadute o il parapendio e ampliate i vostri orizzonti sul Biokovo e sulla Vidova gora. Vivete nuove esperienze, nuove emozioni, venite e assaporate la Croazia!

Nel paradiso del Parco Nazionale delle Kornati

<https://www.np-kornati.hr/index.php?lang=en>

Ogni immagine delle Kornati lascia senza fiato, soprattutto quando i vostri compagni di viaggio sono il magico cielo stellato, il silenzio e la quiete della natura ed il mare limpido e cristallino. Visitare e ammirare queste bellezze di pietra è un privilegio che resta impresso nella mente per tutta la vita. Sono davvero un luogo spettacolare, in cui Madre Natura ha dato massimo sfogo alla propria fantasia creativa. Non c'è acqua dolce qui, e le isole sono rocciose e aride. In passato, la loro scarsa vegetazione veniva utilizzata per il pascolo estivo, e pastori e pescatori di Murter costruirono case in pietra da utilizzare come alloggio stagionale. Con un cenno al turismo sostenibile, molte di queste abitazioni sono ora disponibili per l'affitto per una vacanza senza fronzoli e rispettosa dell'ambiente. In una casa di pescatori, con acqua dal pozzo, elettricità solare a bassa tensione, e una doccia all'aperto lontano dai rumori e dalle spiagge affollate si può sentire il fascino del turismo Robinson, da soli voi e il mare!

Un mare di ragioni per venire in Croazia per una vacanza da sogno

Siete pronti a vivere un'estate da sogno? È quello che promette la Croazia, vicinissima all'Italia, ben collegata con le principali città italiane attraverso le compagnie aeree low cost e numerosi traghetti, adatta a tutti i tipi di turisti, da chi cerca relax, a chi vuole esplorare le splendide coste adriatiche o addentrarsi nella natura incontaminata delle isole, a chi vuole scoprire la cultura e le tradizioni locali o chi cerca una vacanza all'insegna dello stile di vita mediterraneo.

1. È vicino all'Italia

Un desiderio che si può realizzare facilmente basta girare lo sguardo verso l'altra sponda dell'Adriatico. Poi in macchina, a bordo di una nave o in aereo si può raggiungere la meta in poche ore!

2. Le acque cristalline dell'Adriatico

La natura ha regalato alla Croazia un limpido mare che bagna una costa frastagliata e seducente. Le acque limpide del Mar Adriatico rappresentano uno dei tesori più preziosi della Croazia. Potete progettare una gita in barca lungo la costa, dedicarvi alle immersioni subacquee o rilassarvi sulla spiaggia, ammirando il panorama. Non importa in che zona deciderete di trascorrere le vostre vacanze: la bellezza dell'Adriatico croato vi lascerà senza parole e vi farà venire voglia di tornare ancora.

3. La premiata eno-gastronomia

Gli amanti della buona tavola i buongustai sempre alla ricerca di nuove specialità locali in Croazia possono trovare *pane per i loro denti*. Se amate mangiare bene, la cucina croata non vi deluderà. La cucina della tradizione croata è ricca e varia, è una fusione di sapori mediterranei e continentali, con una grande attenzione ai prodotti locali freschi e di stagione. Baciata da un clima ideale con vigneti rivolti al sole la Croazia produce vini di ottima qualità. Rosso o bianco? Di certo è vino pregiato!

4. Le molteplici attività all'aria aperta

Che siate un'appassionato del volo, delle profondità marine o vi interessi un'altra forma di emozioni, la Croazia è un paradiso per gli amanti del turismo attivo, della natura e dell'adrenalina. Immergetevi e scoprite le meraviglie affondate lungo la bellissima costa. Esplorate ogni angolo della natura selvaggia a piedi, a cavallo oppure in bicicletta. Liberare la vostra energia nei canyon dei fiumi e nei paesaggi carsici facendo rafting o kayak, volate nel cielo con il paracadute o il parapendio e ampliate i vostri orizzonti. Vivete nuove esperienze, nuove emozioni, venite e assaporate la Croazia!

5. Il perfetto clima mediterraneo

Ogni momento è buono per visitare la Croazia. Ogni stagione è buona per venire in Croazia! La diversità di ambienti naturali, paesaggi, città e gente è grande almeno quanto la diversità del clima che caratterizza distintamente le quattro stagioni dell'anno. Sole, mare, attività all'aperto, profumi indimenticabili e la passione per la vita danno il ritmo all'estate, la stagione regina delle vacanze in Croazia. La primavera e l'autunno, con le loro temperature miti, ma anche meno gente in giro, offrono la possibilità di scoprire lo stile di vita croato in un modo molto più intimo, mentre le bellezze naturali offrono infiniti spunti al turismo attivo ma senza l'insopportabile caldo estivo. L'inverno, romantico e freddo, in buona parte del Paese è anche candido. La gente si stringe per riscaldarsi in occasione delle tante feste all'aperto e nelle occasioni conviviali che abbondano di piaceri gastronomici.

6. Una natura selvaggia e scenografica

La bellezza della Croazia non si esprime solo attraverso il mare e la spiaggia, ma anche tramite una natura incontaminata, lussureggiante, viva e sfarzosa. Quasi il 10% della Croazia è protetto sotto forma di parchi nazionali, parchi naturali e aree protette, mentre quasi la metà dei territori di terra-



ferma sono superfici boschive. Ovunque vi troviate, in Croazia troverete aree di natura incontaminata ad ogni passo. I Laghi di Plitvice con la loro bellezza irreali, la magia del paradiso delle Isole Brioni, il silenzio incantato del Velebit settentrionale, l'intatto mistero delle Kornati, l'acquerello mediterraneo dell'isola di Mljet... Quest'elenco di tesori della natura potrebbe continuare per giorni. Tra essi non possiamo dimenticare due riserve naturali speciali, otto parchi nazionali e dodici parchi naturali. Per l'esattezza, la Croazia conta ben 408 aree protette che occupano l'8,54% della superficie del suo territorio, ossia il 12,22 % dei territori di terraferma e l'1,94 % del mare territoriale.

7. I tanti festival estivi

Quando si tratta di festival musicali, la Croazia è il posto ideale per voi. L'atmosfera estiva è ancora più bella quando abbinata il sole e il mare cristallino alla vostra musica preferita. I festival sono disseminati lungo la costa e nelle zone continentali. Ciascuno di questi offre una gamma molto vasta di generi in ottime località dandovi la possibilità di stare in spiaggia, oppure di godervi la musica rave in una fortezza antica, esplorando contemporaneamente gli angoli nascosti e le colonne sonore. Quindi, mettete in valigia le vostre paillettes, e riservate una vacanza con un eccellente sfondo musicale.

8. Storia ad ogni passo, cultura e città d'arte

Un crocevia tra Oriente e Occidente, l'Europa centrale e lo spirito meridionale del Mediterraneo, la Croazia ha sviluppato un'ampia tradizione artistica, letteraria e musicale. Un ricco patrimonio culturale che vive anche fuori dai musei, dalle chiese e dalle

cattedrali. Anche se è piccola per quanto riguarda la superficie, la Croazia possiede un ricco patrimonio culturale. A confermarlo è la lista del patrimonio mondiale dell'UNESCO nella quale si trovano 22 beni materiali e immateriali della Croazia. Praticamente non esiste una città o una regione nella quale questi non ci siano.

9. Il Paradiso della nautica, un mare di opportunità

La nautica di diporto è la regina degli sport estivi in Croazia, il modo migliore per esplorare le meravigliose cittadine e le isole. Un mare di opportunità. Il Mare Adriatico, uno dei più calmi e puliti del Mediterraneo, è il posto ideale per navigare a vele spiegate, visitare le sue bellezze a bordo di natanti oppure godere nella pesca ricreativa. Lungo la costa croata, lunga 6.278 chilometri, vi attendono 1.244 isole, isolotti, scogli e scogliere con migliaia di posti barca a mare e a secco disponibili durante tutto l'anno e marina moderni nei quali potete noleggiare uno yacht e frequentare corsi professionali di vela. Visitate le isole dell'arcipelago delle Kornati, gettate l'ancora in una delle numerose baie e ripari naturali, godetevi la pesca subacquea nei pressi dei Paklinski otoci, fate tappa nel famoso faro di Palagruža, l'isola croata più distante dalla costa, e fermatevi nei pressi delle isole Elafiti.

10. Ogni volta si scopre qualcosa di nuovo

Perché per quante volte possiamo aver visitato una città, una regione, ogni volta che si torna si scopre qualcosa di nuovo: uno scorcio suggestivo, un negozio che non avevamo notato, una caletta nascosta ecc, insomma ogni volta è un viaggio nuovo!

Il vento nuovo di Santanchè

Ascoltare le voci del settore, migliorare i servizi, destagionalizzare sfruttando l'occasione del Giubileo e far crescere le infrastrutture al Sud: la road map del Ministro per tenere l'Italia ai vertici del turismo mondiale

“ Il turismo doveva essere la prima industria della nostra Nazione ma i governi non si sono poi comportati di conseguenza perché è un settore a cui non hanno mai dato importanza, dignità e soprattutto la necessaria capienza economica. Perché per fare turismo ci vogliono soldi”.

È la fotografia del passato che l'Italia vorrebbe archiviare nell'album dei ricordi e lo ha fatto capire il Ministro del Turismo Daniela Santanchè intervenendo all'inaugurazione del nuovo flagship store milanese del Gruppo Bluvacanze.

Cosa stanno facendo allora Governo e Ministero per supportare il turismo italiano in un momento di grande rilancio dopo il covid?

“Non è passato così tanto tempo dalla pandemia, il turismo è uno dei settori più colpiti e fra chi ha sofferto di più ci sono gli agenti di viaggi e i tour operator. Per questo a fine anno scorso abbiamo sbloccato ristori per 13,7 milioni di euro che erano fermi da molto tempo”.

In un Paese che doveva vivere di turismo, oggi i problemi di infrastrutture e servizi sono ancora notevoli così come quelli che riguardano una riorganizzazione dell'offerta. Nella sua chiacchierata milanese, Santanchè ha toccato i diversi punti spiegando come intervenire dal suo punto di vista e da quello del Governo.

Lo status attuale dell'Italia dice che nel mondo c'è molta voglia di visitare il nostro Paese: “Se il turismo sta andando bene lo dobbiamo soprattutto agli imprenditori ai lavoratori di questo settore” è il parere del Ministro che poi indica quale deve essere il percorso per non perdere i vantaggi acquisiti: “La parola d'ordine deve essere destagionalizzazione, stiamo portando in Italia tanti eventi sportivi per aiutare questo percorso, dobbiamo puntare ad un turismo presente in tutti i mesi dell'anno. Destagionalizzare significa anche aiutare i piccoli comuni, quelli con meno di 5000 abitanti.

Abbiamo 5600 borghi dove si produce il 90% delle nostre eccellenze enogastronomiche. Un attrattore in più perché è vero che nella nostra nazione si viene per le bellezze naturali e quelle culturali ma è vero anche che i turisti vengono perché si mangia bene. E ricordo che oggi i souvenir non sono più, come una volta, il cappellino e la t-shirt, oggi i turisti tornano a casa con i nostri prodotti”.

L'attenzione ora è puntata sull'imminente Giubileo del 2025. “Nella nostra Nazione è previsto l'arrivo di ben 30 milioni di persone. La sfida è quella di andare oltre Roma e poter creare offerte turistiche per rimanere questi ospiti in Italia. Già oggi si calcola una permanenza media durante il Giubileo di circa in 7 giorni”.

L'importanza del turismo per l'Italia è sempre stato un argomento da conversazione che non ha trovato poi applicazione attuativa nei passi fatti dalle amministrazioni. Come sta cambiando il vento?

“Il turismo oggi è diventato centrale nei programmi del Governo con un ministero dotato di portafoglio. Lo era già nella passata legislatura ma prima ancora tutti dicevano che la nostra Nazione doveva vivere di turismo mentre il settore faceva capo a un dipartimento della Presidenza del Consiglio dei Ministri. Poi era stato accorpato ai beni culturali, successivamente all'agricoltura. Un fatto strano se si considera che il turismo in Italia vale il 13% del pil





quindi una fetta molto importante del prodotto interno lordo. La politica però non è mai stata conseguenziale a quello che si diceva a proposito dell'aspirazione di cui tutti si riempivano la bocca! E per passare dalle parole ai fatti, "grazie ai soldi del PNRR abbiamo messo a disposizione un miliardo e 380 milioni per mettere a posto le strutture ricettive perché il turismo vuol dire più qualità, più servizi e strutture ricettive che siamo adeguate a quella che è l'aspettativa di tanti turisti che arrivano in Italia". Altro tema toccato da Santanchè è stato quello dell'overtourism: "Ne soffriamo in alcune regioni, forse perché non siamo stati capaci di organizzarlo. Io non credo che la soluzione sia quella di aumentare le tasse di soggiorno, io credo che la soluzione sia quella di una organizzazione che possa lanciare attraverso le agenzie di viaggio e i tour operator delle offerte turistiche. Eventi sportivi, congressi, le stesse fiere sono eventi che aiutano la destagionalizzazione". Per quanto riguarda la promozione all'estero, il Ministro crede che sia necessario mettere fondi a disposizione e ribadisce un concetto, ossia quello della necessità di fare squadra: "Dobbiamo aiutare la promozione dell'Italia. Troppe volte è arrivata in modo frammentata. Oggi invece sappiamo fare squadra". La politica per programmare e intervenire laddove necessario, secondo il Ministro non può prescin-

dere dal confronto: "Io ascolto tutte le associazioni di categoria perché non si possono prendere decisioni senza ascoltare chi lavora, chi conosce esattamente quei problemi. E poi naturalmente bisogna parlare con chi sta investendo. In questa nazione troppo spesso ci sono stati lacci, lacciuoli, burocrazia, cioè tutto quello che era di ostacolo a chi aveva l'energia di poter sviluppare ricchezza attraverso le imprese, il lavoro e i lavoratori".

In attesa della Borsa Mediterranea del Turismo di Napoli, inevitabile un accenno al Mezzogiorno d'Italia e alla sua naturale vocazione turistica. Santanchè si dice fiducioso. L'atavica vocazione dell'Italia di essere la Florida dell'Europa è ancora una chimera ma il sud, con le nuove Zes, potrà ripartire grazie a questo nuovo motore che riserva facilitazioni, incentivi e decontribuzioni.

"Al sud abbiamo bisogno di infrastrutture perché turismo significa trasporti, quindi, bisogna recuperare il gap che è ancora troppo grande. Se pensiamo all'alta velocità, vediamo tanti turisti che arrivano nella nostra nazione e poi dopo si spostano con il treno. E lì stiamo intervenendo. Anche il Ponte di Messina di cui si parla da sempre credo che possa diventare un simbolo della nostra nazione, un ponte che unisce, un messaggio molto importante non solo per il turismo".

Antonio Del Piano

Alessandra Priante nuovo presidente ENIT

Un vertice rosa per ENIT. Alessandra Priante è infatti il nuovo presidente dell'Agenzia nazionale per il Turismo e completa il Cda con amministratore delegato Ivana Jelinic e il consigliere Sandro Pappalardo. Già Direttore Europa dello UNWTO, l'Agenzia delle Nazioni Unite che si occupa di turismo a livello globale, la Priante è donna di grande esperienza internazionale. È riuscita a riportare l'Italia in posizione centrale nelle principali piattaforme internazionali, da UNWTO ad OCSE. È esperta di policies del turismo e segue in particolare gli ambiti dei dati e delle rilevazioni statistiche, del turismo enogastronomico, sanitario, accessibile, le dinamiche dell'overtourism e l'analisi della domanda lungo le direttive della trasformazione digitale.

“Onorata del ruolo di grande responsabilità che mi viene riconosciuto – ha dichiarato – sono entusiasta di poter contribuire allo sviluppo e alla promozione del nostro meraviglioso Paese come destinazione turistica di eccellenza.

Avremo l'obiettivo comune, sotto la regia del Ministero del Turismo e del Ministro Daniela Santanchè, di valorizzare e promuovere le bellezze dell'Italia, al fine di attrarre un numero sempre maggiore di turisti provenienti da tutto il mondo. Per raggiungere questo obiettivo, mi impegnerò a collaborare con le



istituzioni locali, le associazioni di categoria e gli operatori turistici, al fine di creare sinergie e promuovere un turismo sostenibile e responsabile. Inoltre, intendo puntare sull'innovazione e sulla digitalizzazione del settore turistico, per rendere l'Italia sempre più accessibile e attrattiva per i viaggiatori. Sarà mia priorità anche potenziare la formazione e la qualificazione professionale degli operatori turistici, al fine di offrire servizi di alta qualità e garantire un'esperienza indimenticabile ai visitatori. Mi impegnerò a promuovere la valorizzazione del patrimonio culturale e ambientale del nostro Paese, per preservarlo e tramandarlo alle generazioni future. L'Italia ha tanto da offrire e sono convinta che, lavorando insieme, possiamo fare dell'Italia una destinazione turistica irrinunciabile”.

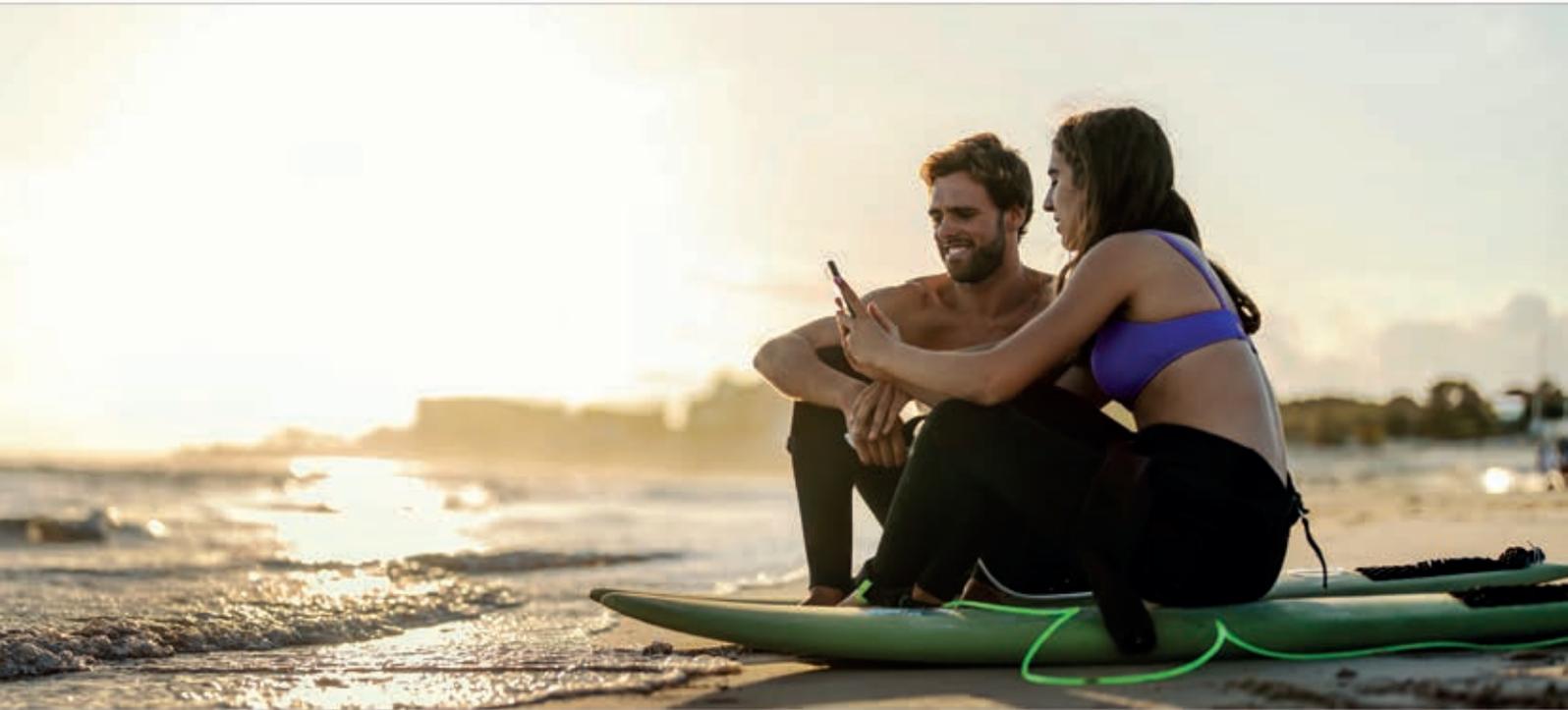
Dando il benvenuto al nuovo Presidente, l'amministratore delegato di Enit Ivana Jelinic ha commentato: “Con il nuovo presidente si completa l'iter di avvio della nuova struttura di Enit pronta a mettere in campo il nuovo assetto servizio dell'Italia e della promozione dell'immagine del Belpaese nel mondo, lavoreremo insieme per poter dare sempre maggiore valore e dignità ad un lavoro complesso che richiede una narrazione differente. Ci concentreremo anche sugli aspetti di modernizzazione e di attualizzazione del comparto iniziandolo ad un approccio ancora più performante e professionalizzante”.

Massimo Fedele

Germania primo mercato europeo

“I dati Enit confermano la Germania come primo mercato per l'Italia tra i Paesi di prossimità, ed è essenziale mantenere la posizione e migliorare la soddisfazione dei turisti”. Lo ha affermato il presidente di Enit Alessandra Priante nella sua prima uscita pubblica all'ITB di Berlino. “L'essenza del turismo non è solo arrivare in una destinazione, ma soprattutto tornarci e parlarne bene a tutti – ha aggiunto - Stiamo assistendo al gran ritorno anche dei viaggiatori big spender long haul e stiamo consolidando una posizione interessante in Medio Oriente e in Asia. Abbiamo grande fiducia nel futuro e stiamo dimostrando di andare nella direzione giusta”.





L'esperienza incontra l'innovazione

Globy si rinnova!
Con il nuovo portale è ancora più semplice
viaggiare sicuri.

Preventivatore facile e intuitivo, scelta guidata al prodotto più adeguato, comparazione dei prodotti, reportistica personalizzata e tanto altro.

Scopri le funzionalità del
nuovo portale Globy



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

La scalata di Leonardo Massa una vittoria del gioco di squadra

Il manager napoletano da poco nominato Vice President Southern Europe della Divisione Crociere del Gruppo MSC, divide il merito per l'incarico con chi ha lavorato con lui negli ultimi venti anni e guarda a un futuro che parla di nuove navi e nuovi itinerari

“**R**ingrazio il team del mercato Italia per aver saputo costruire in questi venti anni di lavoro insieme il successo di MSC Crociere e credo che questo mio nuovo incarico di Vice President Southern Europe della Divisione Crociere del Gruppo MSC, sia una gratificazione anche per loro. Io sono solo una persona e questo traguardo invece rappresenta il riconoscimento del lavoro fatto dalla squadra”.

IL MANAGER E I SUOI RAGAZZI

Dal ponte di comando di via Depetris a Napoli, nel palazzo che ospita gli uffici partenopei della Compagnia creata dal Comandante Gianluigi Aponte, Leonardo Massa non ha incertezze nel definire il nuovo incarico che è andato a ricoprire dal primo gennaio di quest'anno, come il frutto di un lavoro di squadra lungo appunto venti anni. Fare squadra è stato il suo mantra ed esserne il *Mister* grazie anche a quell'indole sportiva nata prima del Massa manager della travel industry, coltivata dal Massa olimpionico di canottaggio fra la fine degli anni ottanta e l'inizio degli anni novanta e sostenuta dalla passione per il suo Napoli oggi Campione d'Italia, che non passa inosservata a chi frequenta il suo ufficio. Fra i professionisti del turismo più apprezzati in Italia per capacità, disponibilità e cordialità, Massa sale quindi un altro scalino di quella che è stata definita una scalata ai vertici aziendali, giusto per restare in tema sportivo. Il nuovo incarico di Vice President Southern Europe, e quindi con responsabilità per i mercati di Italia, Spagna, Francia e Portogallo si aggiunge fra l'altro a quello di Managing Director di Explora Journeys Italia, il nuovo brand luxury creato da MSC Crociere.

VENTI ANNI IN AZIENDA

Quanto è stata dura questa scalata? “Non sento la fatica. Io sono innamorato di questo lavoro e in particolare di questa azienda. Il nuovo incarico è una bella gratificazione di cui ringrazio ovviamente la famiglia Aponte, Pierfrancesco Vago e Gianni Onorato e, come dicevo, soprattutto il mio team”. La soddisfazione non si può ovviamente negare ma Massa è un treno che viaggia ad alta velocità, mentre te la racconta sta già sfrecciando sui binari delle strategie future. “Dopo oltre 20 anni di lavoro in MSC Crociere accolgo questa novità con grandissimo entusiasmo. MSC è una compagnia globale ma fortemente radicata nel Mediterraneo e ora lavoreremo sostanzialmente per creare sinergie fra i mercati di cui mi dovrò occupare in quello che è probabilmente il bacino di utenza più importante per MSC a livello mondiale”. Il manager ha già un'idea chiara della situazione: “Credo che l'intuizione di mettere assieme questi quattro paesi che rappresentano i principali bacini di utenza nel Mediterraneo sia un'ottima opportunità per migliorare le sinergie che già erano in atto, per fare delle best practices fra questi mercati e per dare l'opportunità all'azienda di crescere in maniera trasversale. Sono paesi dove gran parte della domanda è concentrata sulle stesse aree e negli stessi momenti e penso in particolare al Mediterraneo per dodici mesi all'anno che è il core business della nostra attività e a cui si affiancano le crociere ai Caraibi, negli Emirati, nel Nord Europa e i giri del mondo”. In questo contesto, l'esperienza italiana del team di Massa sarà la strada maestra da seguire: “MSC è market leader in Italia e nel Mediterraneo e la scelta di mettere sotto un unico cappello questi paesi sono convinto che possa rafforzare la nostra leadership. Proseguiremo con la logica del lavoro di team. Ora stiamo definendo le sinergie da mettere in piedi, parliamo di persone e di ruoli che facendo squadra dovranno performare al meglio facendo tesoro delle esperienze positive e negative fatte in altri paesi”.

LA FORZA DELL'OTTIMISMO

Ottimista per natura, Massa guarda fiducioso ai prossimi mesi. E i numeri sono dalla sua parte.



“Il 2023 è stato l’anno dei record per il mercato italiano, per MSC e per l’industria delle crociere. Il 2024 ormai è una fase molto avanzata perché è ritornato alla grande il fenomeno dell’advance booking che aveva contraddistinto la nostra industria prima del covid. Per MSC oltre il 50% delle prenotazioni per l’estate 2024 è già in pancia. Tutti gli indicatori sono positivi sia come ritorno all’advance booking sia come una crescita del prezzo medio che significa un aumento di redditività per tutti, per la nostra azienda come per le agenzie di viaggio. Siamo molto ottimisti su quella che potrà essere la performance del mercato italiano nel 2024, pensiamo possa addirittura superare i risultati record del 2023 e guardiamo sempre con più attenzione all’inverno”.

Il conflitto nel Mar Rosso ha costretto MSC a riposizionare questo inverno anche MSC Orchestra nel Mare Nostrum e non è andata così male... “Abbiamo avuto tre navi del Mediterraneo ed ha funzionato così bene che per l’inverno 24/25 non solo posizioneremo tre navi nel Mediterraneo ma addirittura agguinceremo per la prima volta una nave con home

port a Bari, una novità assoluta su cui puntiamo moltissimo. Per il mercato del sud Europa significherà utilizzare Bari come gateway per l’east Med con una nave che andrà in Grecia e Turchia”.

Più volte Massa ha rivendicato il coraggio nelle scelte di MSC Crociere in questi anni, prima fra tutte quella di aprire il ciclo delle crociere invernali nel Mediterraneo ma anche, ricordiamo, quella di essere stata la prima Compagnia a riprendere il mare dopo il covid con un protocollo sanitario poi adottato come modello nel settore. E le scelte sul Mediterraneo tendono a dimostrare che è possibile fare ancora di più. “Quello di Bari è un progetto che affrontiamo con lo stesso entusiasmo di quando abbiamo aperto alle crociere d’inverno da Napoli. Ci dicevano che era una follia e invece questo inverno dal capoluogo campano abbiamo imbarcato 1000 passeggeri a settimana. Il fatto che continui a crescere la nostra offerta nel Mediterraneo, in modo particolare d’inverno, secondo me è una testimonianza di grande fiducia, anche prospettica, di quelle che sono le potenzialità con l’Italia che ricopre il ruolo di driver di questo mercato unico del sud Europa”.



PROTAGONISTI DEL TURISMO

LA PROSSIMA VITTORIA

Bene ma, tornando al punto di partenza, quando alla fine della giornata il manager smette la cravatta, e soprattutto quando l'azienda ti dimostra di credere sempre di più in te, che pensieri si fanno?

"Sono troppo abituato a guardare avanti e voltarmi troppo poco indietro. I miei pensieri sono legati alla prossima nave da varare, al prossimo porto, al prossimo itinerario e credo che in questo senso ci sia ancora un mare di opportunità per l'industria delle crociere e per MSC in particolare. E penso ai clienti che sempre più spesso ci sceglieranno per affidare a noi un momento importante della loro vita come quello del tempo libero e della vacanza".

Per l'industria del travel e per le crociere nel corso degli ultimi venti anni si sono alternati momenti esaltanti e giorni difficili. Cosa porta con sé Massa con più piacere?

"Credo che quello che MSC ha fatto in questi anni sia sicuramente importante, e la cosa più importante è stata l'aver creato tanti posti di lavoro, specialmente al sud. Ricordo all'inizio l'azienda con

meno di 100 persone qui a Napoli ed oggi siamo più di 700. Oggi continuiamo ad avere idee e progetti che guardano al futuro, anche nella comunicazione come il temporary shop aperto a dicembre nel turismo a Milano che ha avuto un successo straordinario e che ripeteremo in altre città e la collaborazione come la Rinascente sempre a Milano in piazza Duomo.

Continuiamo a pensare al nostro prodotto che è certamente una vacanza sulla nave che potrebbe rappresentare per i consumatori sempre più un lifestyle. In questo mood ci piacerebbe far rientrare gli agenti di viaggio per andare oltre il rapporto 'vendo crociera, guadagno commissione'. Insieme ai consumatori possiamo creare un mood di benessere legato al brand MSC: più crociere si venderanno e più sarà facile vendere queste crociere". Dalle Olimpiadi allo scudetto del Napoli in mezzo c'è stato tanto mare. E tanta MSC. Quale stata la vittoria più bella? "La risposta è facile: sicuramente la prossima!!!"

Antonio Del Piano



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

In Italia anche la più piccola attività turistica può rivelarsi un grande capolavoro. Per questo [italia.it](https://www.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.**



Sud e Turismo: UniCredit per l'Italia

Finanziamenti, formazione, orientamento
al lavoro e incontri tra studenti e aziende.
E la proposta di una ZES dedicata.

UniCredit per il turismo

Una nuova edizione del piano *UniCredit per l'Italia*, interamente dedicata ai settori produttivi e dei servizi, vede **nuove soluzioni e 10 miliardi di euro di credito aggiuntivo per le piccole, medie e micro imprese e per il Terzo Settore.**

È un pacchetto di soluzioni finanziarie, assicurative e consulenziali finalizzate ad aiutare in modo particolare le piccole e micro imprese italiane a crescere, affrontare la transizione e diventare più competitive. **Il 40% di queste risorse è destinato al supporto all'attività d'impresa nel Mezzogiorno**, in particolare per gli investimenti e la nascita di nuove attività imprenditoriali.

Per il turismo è previsto un plafond di 1 miliardo per il finanziamento di specifiche strategie di investimento, quali transizione green, innovazione tecnologica e riqualificazione alberghiera, e supporto al circolante anche tramite forme di ammortamento flessibili, che tengono conto della stagionalità degli incassi. Inoltre è disponibile il programma *Made4Italy*, mirato a favorire un'offerta congiunta tra turismo e agroalimentare per la valorizzazione dei territori. "Un articolato programma di supporto per il Mezzogiorno" commenta **Ferdinando Natali, Responsabile per il Sud di UniCredit** "che rappresenterà una nuova leva anche per i progetti che la banca ha avviato da tempo sul territorio. Tra questi il progetto **Next Generation Sud** che ha il duplice obiettivo di favorire l'ingresso dei giovani nel mondo del lavoro e di fornire alle imprese del territorio adeguate professionalità da inserire nei propri organici".

Imprese, ITS e Turismo

La scarsa disponibilità di manodopera giovane e qualificata e la limitata cultura di un reclutamento di qualità è uno dei problemi che affligge il mercato del lavoro e che alimenta il fenomeno della migrazione dei giovani dal Sud. Gli ITS, Istituti Tecnolo-



gici Superiori sono scuole ad alta specializzazione post diploma che hanno l'obiettivo di formare personale qualificato e di connettere istruzione, formazione e lavoro. In questo senso sono essenziali per investire sulla formazione del capitale umano al fine di creare opportunità di impiego qualificato per i giovani del territorio.

Considerato che il turismo funge da moltiplicatore economico, stimolando la domanda in vari settori correlati come la ristorazione, l'alloggio, il trasporto, e il commercio al dettaglio contribuendo alla creazione di posti di lavoro e al miglioramento del benessere economico della comunità locale si capisce perché UniCredit abbia visto nel **connubio ITS e Turismo** un elemento vincente per costruire opportunità e prospettive.

"La filiera del Turismo sarà uno dei principali driver dell'economia meridionale nei prossimi anni" continua **Ferdinando Natali, Responsabile per il Sud di UniCredit**. "Anche per questa ragione abbiamo investito e continueremo a farlo nel progetto **Next Generation Sud**, facendo incontrare scuole e imprese e creando un circolo virtuoso tra professionalità e mondo del lavoro. Va in questa direzione il nostro **appuntamento del prossimo 15 marzo** nell'ambito della **Borsa Mediterranea del Turismo**, nel quale alcuni ITS specializzati sul turismo si presenteranno agli imprenditori del settore, per far meglio conoscere i percorsi formativi, i pro-



Una Zes(T) per il turismo

Nate in Italia nel 2017 per rilanciare gli investimenti nelle Regioni del Sud Italia meno sviluppate e in transizione, le ZES diventano operative nel 2021, con l'introduzione dei Commissari Straordinari e dello Sportello Unico. Attraverso la **semplificazione amministrativa, un quadro integrato di agevolazioni fiscali e la pianificazione di interventi infrastrutturali, con un occhio al PNRR**, l'esperienza delle ZES al Sud sta realizzando un **ecosistema fertile per l'attrazione degli investimenti** e per la **nascita di nuova occupazione**. Nella sola ZES Campania, sono stati attivati oltre **2 miliardi di Euro**. Di recente il Governo è intervenuto per riformare la disciplina delle ZES prevedendo **l'istituzione di una ZES Unica per il Mezzogiorno** che sostituisce, da inizio anno, le 8 ZES regionali (Abruzzo, Calabria, Campania, Ionica interregionale Puglia-Basilicata, Adriatica interregionale Puglia-Molise, Sicilia Orientale, Sicilia Occidentale, Sardegna). La ZES Unica costituirà una zona nella quale le imprese, che esercitano o intendono esercitare attività economiche ed imprenditoriali, potranno beneficiare di speciali condizioni in relazione agli investimenti e alle attività di sviluppo d'impresa.

"Allargare la ZES al comparto del turismo aiuterebbe di molto la crescita del settore" commenta Natali. "Come UniCredit guardiamo con molto interesse a questo settore, che è **fondamentale per l'attrazione di nuovi investimenti e la creazione di posti di lavoro** e può essere un volano di crescita del Sud, favorendo anche la **riqualificazione infrastrutturale e sociale** delle città".

Il Sud Italia presenta importanti difficoltà nel mercato del lavoro che contribuiscono al **fenomeno dello spopolamento**: tra il **2008 e il 2022** il Sud ha perso oltre **600.000** persone con un saldo negativo preoccupante soprattutto tra la popolazione più giovane in età da studio.

Per tutte queste ragioni UniCredit ha suggerito di implementare la ZES del Turismo (ZEST) che potrebbe individuare d'intesa con le Regioni **aree ben specifiche** di enorme potenziale turistico, **applicare le stesse semplificazioni burocratiche e amministrative** e affiancare ad un eventuale commissario, architetti e urbanisti con cui pianificare le infrastrutture in funzione delle tipologie di investimenti previsti: porti turistici, mobilità dolce, strutture turistiche convergnistiche e sportive, cammini ciclabili.

"Con le semplificazioni delle Zes si potrebbero attivare importanti investimenti e creare occupazione per i nostri giovani" aggiunge Natali. "Si potrebbero così cogliere le **enormi ma ancora sottoutilizzate opportunità del Mezzogiorno, per rilanciare il comparto** ma anche il settore immobiliare intorno a grandi progetti di riqualificazione e soprattutto valorizzare aree in disuso o a scarsa vocazione turistica e creare nuova occupazione e nuova attrattività per l'incoming turistico. Inoltre, si potrebbero definire per ogni zes del turismo, istituti tecnologici superiori di formazione, per aumentare l'occupazione giovanile del nostro territorio, assicurando un adeguato livello di preparazione e professionalità per i nuovi addetti".

fili professionali che ne emergono e le possibili modalità di collaborazione con le imprese".

Il progetto ha come Partners **Develhope Srl**, la più grande Coding School d'Italia specializzata nella formazione di sviluppatori junior, **Nativa Srl Società Benefit**, leader sulle tematiche ESG e specializzata nella formazione di Sustainability manager e **Meridia Consorzio Di Cooperative Sociali – Soc. Coop. Sociale A R.L.**, Ente di Formazione con oltre 20 anni di esperienza Accreditato dalla Regione Puglia fin dal 2019. Nel progetto sono inoltre coinvolti **15 ITS del Sud** che presentano i profili dei giovani formati alle società e mettono a disposizione le loro professionalità per strutturare percorsi formativi sulla base delle esigenze delle singole aziende.

"Abbiamo già realizzato oltre **14 incontri** e coinvolto più di **650 persone**, tra studenti, partner e imprenditori" conclude Natali "e da questa attività stanno nascendo diversi contatti per lo scambio di curricula, la definizione di collaborazioni e la partecipazione ad eventi formativi. Questo ci rende orgogliosi, perché è un modo concreto di aiutare le aziende a continuare a crescere e i ragazzi ad inserirsi in modo qualificato nel mondo del lavoro, grazie alla sinergia tra scuole superiori, università e imprese. Siamo convinti che in questo modo si possa contribuire alla crescita delle realtà del Mezzogiorno a maggiore vocazione turistica".



Il mondo in 50 proposte nell'Estate de I Viaggi dell'Airone

dal 1975



Per il cinquantesimo anno di attività, lo storico tour operator napoletano lancia alla BMT la sua programmazione worldwide con le novità Vietnam e Cina da scoprire sulla piattaforma leonardo.iviaggidellairone.com

Arriva la programmazione estiva firmata I Viaggi dell'Airone! Il tour operator napoletano scende in campo con la brochure *Il Mondo di Vacanze Estate 2024*. Prezzi definiti per 50 proposte con disponibilità immediata e posti da allotment, partenze garantite e guida di lingua italiana nelle mete più gettonate fra cui Giappone, Vietnam, Indonesia, California, Turchia e non solo. Il sistema di disponibilità immediata con voli di linea a tariffe speciali nelle strutture *Airone Selection* è

live sulla piattaforma Leonardo del sito iviaggidellairone.com. La piattaforma è di altissimo profilo ed è possibile costruire il prodotto tailor made con l'esperienza e la passione che hanno fatto de I Viaggi dell'Airone uno dei principali specialisti delle destinazioni nei suoi 50 anni di vita.

Il tour operator ha già annunciato i prossimi appuntamenti del suo roadshow promozionale che toccherà varie città italiane a partire da aprile. Una tournée per incontrare il trade e raccontare di Leonardo, iviaggidellairone.com e dei nuovi cataloghi che saranno presentati a Napoli nel corso della BMT – Borsa Mediterranea del Turismo con la grande novità **Vietnam** ed un catalogo **Cina**.

Tra le destinazioni principali ci sono **Le Bahamas** con un catalogo con strutture selezionate e **Oceano Indiano** con **Maldives**, **Mauritius** e **Seychelles**, da sempre destinazioni leader de I Viaggi dell'Airone con l'aggiunta della new entry **Zanzibar**, raggiunta sempre con voli di linea e proposta con strutture *Airone Selection*. Una novità con la quale I Viaggi dell'Airone vuole augurare a tutte le agenzie di viaggio un buon inizio stagione.





Il Trenino dell'Albula

Patrimonio mondiale UNESCO

www.rhb.ch/albula



Informazioni e prenotazioni

Tel +41 81 288 65 65

railservice@rhb.ch



Nella travel industry debuttano le Sea Destinations di Costa Crociere

Appuntamento a Sanremo per Costa Crociere che anche quest'anno, presente nella località ligure quale top partner del Festival della Canzone Italiana, ha scelto l'occasione per celebrare la ventottesima edizione de I Protagonisti del Mare per premiare gli agenti di viaggio che si sono distinti nella scorsa stagione e raccontare le nuove strategie di prodotto e comunicazione che caratterizzeranno i programmi della Compagnia nei prossimi mesi. La novità principale nei programmi della Compagnia è l'arrivo delle Sea Destinations che regaleranno nuovi momenti da vivere durante la navigazione. Il mare sempre più protagonista, dunque, di un nuovo prodotto iconico che, ha spiegato Luigi Stefanelli, Southern Europe Region Associate Vice President di Costa Crociere, "rappresenta una novità non solo per il comparto crocieristico ma per tutta la travel industry". Cosa sono le Sea destination? Si tratta di esperienze da vivere lungo la navigazione tanto da essere ri-

portate anche nelle grafiche dei cataloghi come tappe effettive degli itinerari. Per esempio, fare colazione a Capri con vista sui Faraglioni oppure attraversare il Santuario dei Cetacei ascoltandone la descrizione con le cuffie che si usano anche per la silent disco o scatenarsi in un Sunset party a Formentera. Sono di-

ciotto le Sea Destination per ora già previste lungo gli itinerari di Mediterraneo e Nord Europa è destinato ad aumentare. Nella fase di avvio del nuovo programma, le agenzie di viaggio avranno un ruolo fondamentale: "Per loro sarà un po' un onere ma anche un onore perché beneficeranno di uno storytelling arricchito, Le Sea Destination si aggiungono infatti alle Land Destination offrendo all'ospite una combinazione che lo arricchisce fra terra a mare" spiega Riccardo Fantoni, direttore commerciale Italia di Costa Crociere. Alle adv saranno forniti strumenti di formazione specifici con academy e webinar. Da distribuzione e anche dai clienti sono attese quelle indicazioni che nella prima fase permetteranno di affinare un prodotto che rappresenta un'autentica innovazione per l'industria delle crociere.

"Le Sea Destination sono un caposaldo di quella che è la nostra offerta di valore – ha spiegato Stefanelli – tutto ciò va visto nell'ambito di un piano quinquennale che ha visto l'introduzione di nuove navi, il rinnovamento della flotta attuale, un approccio in termini di sostenibilità molto spinto, la gastronomia con collaborazioni prestigiose e le escursioni che adesso sono in una fase che potremmo definire 2.0. Tutto questo è funzionale ai nostri obiettivi strategici in un perimetro che anche quello di un approccio comunicativo molto diverso dal passato". Il portafoglio escursioni con il pacchetto My Exploration, ha sottolineato Fantoni, "offre maggiore flessibilità e accesso a una vasta gamma di esperienze, permettendo ai viaggiatori di personalizzare il proprio itinerario". La revisione del pacchetto ha consentito un aumento dell'offerta e prezzi più bassi e la riduzione del numero di escursioni incluse da quattro a tre per permettere ai clienti di avere una maggiore libertà di scelta durante la crociera. Inoltre l'opzione small group, già presente nel pacchetto, ora prevede anche la possibilità di essere applicata a gruppi di 15 persone. Le prime risposte che arrivano dal mercato agli investimenti di Costa Crociere sul prodotto ma anche sulla comunicazione, sono di segno positivo.

"I dati sono decisamente incoraggianti perché sono migliorativi rispetto allo scorso anno" annuncia Stefanelli. Dati che segnalano anche un ampliamento del pubblico con la diminuzione dell'età media della clientela. Più giovani dunque. "I numeri stanno crescendo molto bene, ne siamo contenti perché significa che l'approccio comunicativo sta dando i suoi frutti. Il target cui è diretta la comunicazione è molto più ampio rispetto al passato".

ECCO CHI SONO I PROTAGONISTI DEL MARE 2024

La ventottesima edizione de I Protagonisti del Mare ha visto la partecipazione delle 400 migliori agenzie di viaggio del portfolio Costa Crociere. Fra loro ecco chi sono state quelle a cui sono stati consegnati i riconoscimenti in base alla categoria.

Miglior agenzia Nuovi Clienti Nord – No problem Viaggi, Centro – Narramondo, Sud – Tutto colorato Viaggi, Nazionale – Boomerang Viaggi. **Miglior agen-**

Strategie e novità di programmazione presentate a Sanremo nel corso dei Protagonisti del Mare 2024

zia C|Club Nord – Ida's Viaggi, Centro – Adesso Sole, Sud – Mete d'autore, Nazionale – Sentirsi Viaggiatore. **Miglior agenzia Costa Voyages** Nord – Un angolo di paradiso, Centro – Gremi Viaggi, Nazionale – Zuma Viaggi. **Miglior agenzia Vendite di Valore** Nord – Stile di Viaggio, Centro – Sole Mare Viaggi, Sud – Dondequiera Viaggi, Nazionale – Tiepolo Viaggi. **Miglior agenzia Early Booking** Nord – Camuna Viaggi, Centro – Otemanu Vacanze, Sud – Quinci Viaggi, Nazionale – Salli Viaggi. **Miglior agenzia Vendite Gruppi** Nord – Kibo Viaggi, Centro – Rock&Roll Viaggi, Sud – Ribes Viaggi, Nazionale – Jonica travel. **Miglior agenzia Vendite Mice** Robe di Viaggio. **Miglior agenzia Vendite Individuali** Nord – Dedalus Viaggi, Centro – Business Class, Sud – I mille Viaggi, Nazionale – Saudage Viaggi. **Miglior agenzia Vendite Totali** Nord – Abaco Viaggi, Centro – S'istella Viaggi, Sud – City Pass, Nazionale – Italvacanze. **Miglior OTA Vendite Totali** Cruiseline **Migliori Network Partner** Welcome Travel Group, Gruppo Gattinoni. **Premio Costa Crociere Founda-**



tion – Guardiani della Costa Lastour. **Top Performance Italia** Adularia Viaggi, Ali&SoF, Criluma Viaggi, Crociere Gratis, Destinazione Sole, Sagist Viaggi, Erebus, 4 U Travel, Isola bianca, Oasi e miraggi, Ormas Viaggi, Polaris Viaggi, Fly & Dreams By Caddy, Sogni ed emozioni, Zuccalà Travel. **Premio "Piero Pagni" alla Carriera** Gino Campanella – Conca d'Oro Viaggi. **Over the top History** Andirivieni Travel, Stat Viaggi, Osiris Travel, Il Vagero, Adda Viaggi, New Feeling Viaggi, Conca d'Oro Viaggi, Caputo viaggi, Agua Travel. **Over the top** Viaggi Lisippo, Vi.Def, I viaggi del principe, Volare Together, Lory Viaggi, Il salotto dei viaggi, Fisicara Viaggi. **Vincitrice The Voice of the Sea** Emma Stamelluti – Red Orange Tours.

Antonio Del Piano

OTA
VIAGGI TOUR OPERATOR

SCEGLI TRA

**92 BELLISSIME
DESTINAZIONI**

Vieni
a trovarci
in fiera

BMT PAD 5 | STAND 513
VILLAGGIO ASTOI

**SARDEGNA
& MARE ITALIA
20
24**

Sardegna | Sicilia | Puglia | Calabria | Basilicata | Campania | Lazio | Marche | Umbria | Toscana | Liguria | Piemonte | Valle d'Aosta | Lombardia | Trentino | Veneto | Friuli | Emilia | Romagna | Abruzzo | Molise | Puglia | Basilicata | Campania | Lazio | Marche | Umbria | Toscana | Liguria | Piemonte | Valle d'Aosta | Lombardia | Trentino | Veneto | Friuli | Emilia | Romagna | Abruzzo | Molise



Egitto: “Ci aspettiamo una grande stagione”

L'Egitto è destinazione in forte crescita, con il 2023 chiuso con un +27% rispetto al 2022. Questo nonostante il conflitto in Medio Oriente, scoppiato lo scorso ottobre, che ha scosso, e non poco, il mondo del turismo. La destinazione ha reagito riuscendo a non subire particolarmente il colpo e mantenendosi al top tra le mete più richieste.

“Da ottobre 2023 a gennaio 2024 – spiega Mohamed Farag, direttore dell'Ente del turismo Egiziano per l'Italia – l'Egitto ha accolto 5 milioni di turisti internazionali. Consiglio sempre ai tour operator di girare e diffondere video quando sono in Egitto per dimostrare che è tutto sicuro, davvero sicuro. Anche i numeri di questi mesi sono in ripresa, ci aspettiamo molto dalle vacanze di Pasqua e ovviamente dalla stagione estiva”.

Chi sceglie oggi di viaggiare in Egitto, troverà un'offerta ampia e diversificata. “Dopo il Covid, anche noi abbiamo lavorato per avere nuovi posti, spazi open air, maggiore relax. E poi l'apertura di nuove destinazioni interne che si affiancano a quelle tradizionali come Il Cairo e Luxor”, continua il direttore dell'Ente.

Egitto che punta molto anche sulla qualità delle strutture ricettive in rapporto ai costi da sostenere per il viaggio.

“Chi sceglie il nostro Paese, può viaggiare in aereo a prezzi contenuti, soggiornare in hotel a cinque stelle all inclusive, avere la possibilità di far giocare i bambini in grandi parchi e aree verdi. E poi la qualità enogastronomica: gli italiani si sentono a casa in Egitto”, conclude Mohamed Farag.

Donatello Lorusso



A STAR ALLIANCE MEMBER 

SIAMO TUTTI CONNESSI MUSCAT

Voliamo verso più paesi di chiunque altro.



TURKISH AIRLINES

OMAN

BMT '24, nello spazio Fagri debutta Mediterraneo Wine & Food and Travel

Si tratta della seconda edizione dell'evento promosso per generare relazioni commerciali fra aziende agricole e le imprese del turismo

Una delle novità di BMT 2024 sarà la presenza di F.Agr.I., la Federazione Agricola Italiana. Si tratta di un'organizzazione che conta più di 100.000 iscritti operanti nelle varie province italiane. Le aziende agricole legate al mondo F.Agr.I., hanno trovato in questa organizzazione il giusto equilibrio tra promozione e commercializzazione dei propri prodotti. Grazie all'attività di supporto che può offrire F.Agr.I. ai suoi soci, anche le piccole aziende agricole del bacino mediterraneo possono entrare nel mercato della GdO e proporsi ai mercati esteri. Come organizzazione di categoria, la F.Agr.I. ha

sempre operato nel rispetto della solidarietà e del bene comune secondo i dettami della dottrina sociale della Chiesa. Per questo è stata riconosciuta dalla Confederazione Episcopale italiana (Cei) quale organizzazione di ispirazione cattolica. Infatti, all'interno del Consiglio direttivo nazionale e delle Federazioni provinciali c'è la presenza di un Consigliere ecclesiastico concordato con la Cei.

Per offrire le giuste opportunità economiche ai soci, F.Agr.I. ha ideato il progetto *Mediterraneo wine & food and travel*, che vedrà la sua seconda edizione alla BMT di Napoli. La manifestazione ha lo scopo di mettere in contatto le PMI del settore agroalimentare e turistico con oltre cento buyer provenienti da tutto il mondo. Secondo i principi che ispirano e guidano l'azione della Federazione, turismo e prodotto agricolo d'eccellenza sono il binomio perfetto per promuovere sul mercato italiano e straniero la produzione di qualità che ci rappresenta e fa grande il nostro Paese nel mondo.

"In questa seconda edizione – dichiara il Presidente della F.Agr.I. Gianfranco Grieci – si rafforza il principio di coniugare l'agroalimentare di qualità delle piccole e medie imprese con il turismo enogastronomico anche grazie alla sinergia con la BMT. Napoli diventa così, per tre giorni, capitale del Bacino del Mediterraneo".

Grazie alla fortunata intuizione del 'Mediterraneo wine & food and travel', le imprese e i territori possono disporre di una finestra verso mercati irraggiungibili da soli o comunque raggiungibili con estrema fatica e senza grandi risultati. Oggi le imprese agricole si trovano ad affrontare nuove sfide. Una vera e propria rivoluzione digitale coinvolge tutto il mondo agricolo. Infatti oggi si sente spesso parlare di agricoltura di precisione, agricoltura e industria agricola 4.0 e 5.0 per poter competere con aziende agroalimentari di altri Paesi, tecnologia e digitalizzazione sono la chiave per lo sviluppo. F.Agr.I., sempre un passo avanti, sostiene le aziende in questo processo innovativo con estrema atten-



La rete territoriale F.Agr.I. in Italia - fonte F.Agr.I.



zione non sottovalutando anche le ultime direttive europee Nis2 sulla sicurezza dei dati e gli attacchi cibernetici.

Per far crescere le piccole e micro imprese agricole è necessario farle adeguare innanzitutto sotto il profilo tecnologico e innovativo oltre che far ottenere alle stesse le necessarie certificazioni che il quadro normativo ed il mercato richiedono. Siccome è complicato ottenere questo insieme di cose proprio per mancanza di risorse e mezzi finanziari da parte delle piccole e micro imprese la F.Agr.I. ha già da alcuni anni costituito FagriFood proprietario del format commerciale Houseatally che seleziona, fa certificare, assiste nonché mette sul mercato in questo unico contenitore migliaia di piccole aziende per creare quei volumi e quell'assortimento di prodotti che la Grande distribuzione chiede per acquistare i loro prodotti.

Se mettiamo insieme in Italia i dati economici del comparto agricolo e di quello turistico possiamo notare che insieme determinano un Pil pari al 25%

del fatturato nazionale. A questo si aggiunge che la fase post covid ha fatto registrare un aumento del turismo esperienziale e di prossimità legato ai piccoli borghi e alle aziende enogastronomiche capaci di offrire ricettività e rappresentare quella cultura e quelle tradizioni nonché quei piatti tipici oggi tanto ricercati.

Anche qui la F.Agr.I. ha istituito FagriTour che seleziona le aziende disposte ad entrare nel format Vacanze Verdi un insieme di pacchetti turistici enogastronomici che possono essere acquistati attraverso i tour operator e le agenzie di viaggio in Italia e all'estero in raccordo con FagriTour. Il numero di pacchetti turistici offerti da FagriTour sta crescendo grazie anche alla collaborazione con l'associazione *I Borghi più belli d'Italia*. Grazie a nuove relazioni che si stanno costruendo con Asmef (Associazione Mezzogiorno Futuro) e con Cim (Confederazione italiani nel mondo), FagriTour potrà allargare ancora di più la sua proposta turistica.

Massimo Fedele

Turismo: la Campania locomotiv

Due turisti su 5 viaggiano in coppia. La metà dei viaggiatori appartiene alle Generazioni Y e Z, ossia sono nati dopo il 1981. In estate domina il turismo estero con picchi del 76%, in inverno, invece, il 64% proviene da altre località italiane. È questo l'identikit del turista in Campania delineato con meticolosità in una recente ricerca curata da Srm Studi e Ricerche per il Mezzogiorno, il centro studi collegato al Gruppo Intesa Sanpaolo, dedicata alle tendenze del turismo in Campania e al ruolo della città di Napoli. Uno studio attento, da cui emerge che la Campania è la vera locomotiva del Sud.

Allargando lo sguardo all'intero Paese, è confermata dai dati la percezione che l'Italia stia vivendo una fase di grande ripresa del turismo. Più al Nord che al Sud. Unica eccezione proprio la Campania, che registra +5% grazie anche al ruolo propulsivo della città di Napoli.

Per Srm, nel 2023 in Italia è cresciuta la domanda che, in termini assoluti, fa registrare 431 milioni circa di presenze, con un incremento del 4,6% rispetto al 2022. Al Sud si segnala una variazione più bassa (+2,5%) rispetto al dato nazionale.

Tra le cause del divario Nord/Sud, la sofferenza della domanda domestica negli ultimi mesi dell'anno dovuta ad una maggiore sensibilità all'aumento dei prezzi. Ma anche un minore rimbalzo della componente internazionale dovuto alla maggiore concorrenza del bacino Mediterraneo e altri fenomeni specifici come la chiusura dell'aeroporto di Catania nel pieno

**Arte e gastronomia
i driver della crescita
del comparto
secondo lo studio
di Srm, centro studi
di Intesa Sanpaolo**

della stagione estiva 2023 in seguito a un incendio devastante. Ma nel quadro del Sud c'è, per l'appunto, una eccezione ed è rappresentata dalla Campania, dove si prevede una crescita di 5 punti percentuali, anche superiore al dato dell'Italia. Le prime stime evidenziano un consolidamento della ripresa della domanda, soprattutto di quella straniera, recuperando definitivamente i livelli pre-Covid. Per il 2024, lo scenario base prevede che venga conservata la situazione attuale, sia per l'Italia che per il Mezzogiorno. Anche per la Campania si ipotizza un 2024 positivo, trainato sempre dal turismo internazionale, al netto di eventuali peggioramenti degli scenari geocono-

mici e geopolitici internazionali. L'attrattività della Campania è legata a molteplici e variegati aspetti, in grado di coinvolgere più e vari target turistici con diverse motivazioni di viaggio. La regione è, infatti, conosciuta per il suo patrimonio storico e archeologico: ben 6 dei 59 siti iscritti nella Lista del patrimonio mondiale Unesco sono ubicati in Campania. A ciò si aggiunge il patrimonio naturale (Capri, Sorrento e la Costiera Amalfitana), la tradizione culinaria (è la re-



gione numero 9 in Italia per prodotti Dop, Igp Stg) nonché l'offerta delle località marine: si contano 19 comuni bandiera blu su 226 presenti in Italia. Dal rapporto Turismo&Territorio di SRM si evince che rispetto all'analisi delle 98 regioni dell'area UE4 (Italia, Spagna, Francia e Germania) per il loro grado di 'competitività turistica' (ICTR), la regione presenta un indicatore di 123,7, superiore alla media europea (100) e nazionale (122,8) ma inferiore alla media dei Top 30 Paesi (143,5), posizionandosi al 23° posto in graduatoria, tra il Mecklenburg-V. (22°) e la Comunidad de Madrid (24°).

a del Sud, Napoli traina la regione

Un contributo importante al successo della Campania deriva dalla città di Napoli. Dal 2014 al 2022, il peso degli arrivi turistici della città sulla regione è cresciuto, dal 15,5% nel 2014 al 20,8% nel 2022, raggiungendo 1 milione di arrivi e 2,7 milioni di presenze. A Napoli il peso della domanda straniera è del 49,4%. L'elevata attrattività nazionale ed internazionale della città capoluogo procura una spinta alla domanda turistica della regione.



La sinergia tra i diversi 'turismi' (culturale, naturalistico, enogastronomico, ecc.) ha effetti positivi su diverse filiere. Ciò fa sì che il valore aggiunto generato da ogni presenza turistica aggiuntiva sul territorio della Campania (167€) sia tra il più alti in Italia. Se, secondo SRM, il turismo culturale attiva più ricchezza rispetto a quello balneare (145€ contro 128,2€) ed ancor più quello enogastronomico (151,7 euro), l'offerta integrata della Campania e di Napoli fa crescere il valore aggiunto del settore. In Campania è evidente la presenza di un'offerta turistica integrata che associa al balneare, il turi-

simo culturale, l'enogastronomico e il naturalistico. Le prospettive per l'immediato futuro lasciano buone speranze anche per il settore turistico napoletano. Si prevede, secondo il centro studi di Intesa Sanpaolo, un consolidamento delle presenze, soprattutto in riferimento alla componente straniera, mentre quella domestica raggiungerà una stabilità. È molto probabile, quindi, che la città di Napoli possa continuare la sua funzione di traino anche nel 2024, attirando un crescente numero di turisti, in una logica di pianificazione e coordinamento delle politiche strategiche per una migliore valorizzazione del turismo nella città, tenendo in considerazione tutti i temi cari ai turisti quale, per esempio, l'overtourism, quel fenomeno definito dall'Organizzazione mondiale del Turismo come l'impatto dei flussi turistici su una destinazione che influenza eccessivamente e in modo negativo la qualità della vita dei cittadini e del soggiorno degli stessi visitatori. Occorre, quindi, guardare non solo alle dinamiche turistiche ma anche alla capacità di gestione dei flussi sul territorio, ammonisce il SrM. Il turismo campano, e in particolare napoletano, nel contesto europeo è ben posizionato ma presenta ampi margini di miglioramento. Il nuovo scenario evidenzia un consolidamento della ripresa del turismo ma con profonde 'mutazioni' e forte attenzione ai nuovi driver di sviluppo quali sostenibilità e ambiente, cultura, enogastronomia e nuovi tematismi naturalistici, tecnologia e digitalizzazione. Le imprese turistiche possono rispondere ai cambiamenti grazie a politiche di gestione sia interne che territoriali. In particolare, sarà importante per le imprese investire su obiettivi 'ESG e digital', puntare su formazione, competenze e professionalità, sempre più centrali per gestire le trasformazioni competitive, nonché realizzare un adeguato dimensionamento. Non meno importanti sono, da un alto, le policy a carattere territoriale che tengano conto della capacità del sistema turistico attrattivo della Campania e della città di Napoli e, dall'altro, l'attivazione di politiche di gestione sinergica della governance pubblica per rendere la città sempre più pronta a gestire i flussi, evitando una scarsa sostenibilità della crescita, per favorire il massimo impatto socio-economico sul territorio.

Enrica Procaccini

La Campania è sempre Divina



“La Campania ha l’offerta turistica più completa tra le regioni d’Italia”. Così il presidente della Regione Vincenzo De Luca sul bilancio più che positivo che Napoli e la Campania hanno registrato nel 2023 nel settore turistico. L’Ente di via Santa Lucia è al lavoro per elaborare nuove strategie a lungo termine per trasformare il boom in un fenomeno strutturale, con target mirati sulle caratteristiche della regione. “Noi non possiamo avere una dimensione di massa, non siamo l’Emilia Romagna o il Veneto – ha aggiunto il governatore – ma la nostra offerta è straordinaria dal punto di vista ambientale, storico-artistico e anche enogastronomico”. Per la promozione sui mercati nazionali ed internazionali della destinazione “Campania Divina”, il presidente De Luca insiste sulle località più gettonate,

ma anche su quelle da scoprire pienamente. “Conoscere un territorio più bello di quello che può offrire il Litorale Domitio, la costiera amalfitana, quella sorrentina, Ischia, Capri, Procida, Paestum, Pompei, ma anche Pa-

linuro, Castellabate, il Cilento nel suo complesso o il Cristo Velato della Cappella Sansevero a Napoli? È difficile immaginare un territorio così ricco e straordinariamente bello. Campania Divina è il nostro slogan – ha aggiunto De Luca – perché davvero è un territorio unico al mondo”.

Grandi aspettative da parte del governatore per l’apertura dell’aeroporto di Pontecagnano Costa d’Amalfi il prossimo 11 luglio con il volo diretto a Nantes, in Francia e con quello da Milano di easyJet. “È un segnale molto importante anche perché la Campania era l’unica grande regione d’Italia che aveva un solo grande aeroporto. Questa operazione – ha spiegato De Luca – viene gestita da Gesac, la Regione ha le quote che ha acquisito nell’ambito di Gesac. L’operazione del secondo aeroporto campano a Salerno serve a decongestionare Capodichino, dove siamo arrivati al limite dal punto di vista dell’organizzazione e della sicurezza. Quindi diamo respiro a Napoli, ma creiamo un’altra infrastruttura che richiamerà turismo nella nostra regione, quindi è una realizzazione molto importante”.

Enrica Procaccini

Il Presidente della Regione, Vincenzo De Luca: “Il nostro è davvero è un territorio unico al mondo”

I FEEL
SLOVENIA

I FEEL
SLOVENIA

RESPONSIBLE TRAVEL STANDARDS

TOURISM

GREEN
& SAFE

STANDARDS - SLOVENIAN

SLOVENIA. CITY BREAK A MODO MIO.

Vi aspettiamo a BMT Napoli:
Padiglione 5, Stand 5011

#ifeelsLOVEnia
#myway

www.slovenia.info

Casucci: sfruttare i fondi del PNRR

Il turismo si configura sempre più come una leva decisiva dello sviluppo economico in Campania. Una crescita che è frutto non solo delle bellezze naturali e dell'immenso patrimonio storico-artistico della regione, ma anche di scelte e strategie decise nelle stanze di via Santa Lucia, sede della giunta regionale. I fondi del Pnrr, gli investimenti in infrastrutture, il secondo aeroporto, la presenza nelle principali manifestazioni fieristiche a livello internazionale: tutti tasselli fondamentali di una politica del Turismo che crea ricchezza nei territori e che porta la firma di Felice Casucci, assessore al ramo della giunta De Luca. Professore ordinario di Diritto privato comparato all'Università del Sannio, nell'esecutivo regionale dal 2020, Casucci non ha nessuna intenzione di cullarsi sugli allori e vuole trasformare i risultati raggiunti in un trampolino per nuovi traguardi.

Assessore Casucci, il 2023 si è chiuso con numeri record per il turismo in Campania, quali sono stati, a suo avviso, i punti di forza dell'offerta turistica della nostra regione?

L'offerta turistica regionale è costituita dagli strumenti normativi di regolazione del settore. Non si crea ricchezza per i territori senza disciplina dell'offerta turistica. Gli interventi normativi in materia

di classificazione alberghiera e di turismo all'aria aperta, i codici identificativi del settore alberghiero ed extralberghiero e di quello delle locazioni brevi costituiscono solo un esempio delle attività svolte sulle quali si intende procedere con forza per il futuro della nostra regione. Il successo del 2023 è dovuto

anche al partenariato-pubblico privato, che ha funzionato grazie anche ai Tavoli permanenti di ascolto costituiti presso l'Assessorato al Turismo della Regione Campania.

Quanto ha influito sui numeri del turismo in Campania la presenza della Regione alle principali fiere internazionali del settore?

La presenza dell'ente pubblico regionale alle prin-

cipali fiere internazionali del settore è stata preceduta da una concertazione con le associazioni di categoria e con gli operatori pubblici e privati selezionati, attraverso bandi pubblici per rappresentare i territori campani, tenendo ben presente le linee strategiche che caratterizzano la programmazione regionale. Questo modo di procedere crea un senso di appartenenza e condivisione che appare necessario quando ci si muove sui mercati internazionali. Farlo è motivo di pregio istituzionale, perché si crea una prassi virtuosa per il futuro.

Che significato assume la Borsa Mediterranea del Turismo in un contesto geopolitico, dal Mar Nero al Mar Rosso, allo stesso Mare Nostrum, così fragile?

La Borsa Mediterranea del Turismo è una sfida geopolitica importante per l'affermazione della pace internazionale in un contesto molto problematico. Il turismo può risentirne ma può essere anche la risposta resiliente alla fragilità del contesto. Nel porsi le domande, non si può prescindere dalle risposte. La BMT è una di esse. Per questo motivo, è sostenuta dalla Regione Campania.

Tornando ai numeri campani, su che cosa bisogna intervenire per consolidare il trend?

Il trend di crescita del turismo regionale si consolida attraverso la lealtà istituzionale, le risorse correttamente spese in funzione di itinerari turistici tematici e multilivello che superino i particolarismi municipali e i campanilismi di eventi non coordinati con la Cabina di Regia regionale.

Quali sono le infrastrutture da realizzare immediatamente?

Occorre aggiornare le infrastrutture esistenti portando a compimento opere già intraprese, quali il Molo Beverello di Napoli, l'Aeroporto Costa d'Amalfi di Salerno, gli investimenti EAV, il rafforzamento e il miglioramento qualitativo delle linee marittime, la ZTL Penisola Sorrentina e Costiera Amalfitana, gli interventi infrastrutturali dell'area cilentana, la piattaforma logistica irpina, il miglioramento della viabilità ordinaria sannita. Anche in questo caso, occorre una forte sinergia con gli enti locali, in particolar modo con le amministrazioni provinciali.

In occasione della BMT l'assessore al Turismo della Regione Campania delinea le strategie per i prossimi anni

Che risultati si attende dall'implementazione dei voli dell'aeroporto Costa d'Amalfi?

L'apertura dell'Aeroporto Costa d'Amalfi non solo consentirà di servire il turismo della provincia di Salerno, si pensi al territorio cilentano, attenuando i percorsi veicolari provenienti da Napoli, ma costituirà anche un supporto decisivo all'Aeroporto di Capodichino, che ha ormai raggiunto l'apice della propria crescita quantitativa, che nel 2023 ha sfiorato i 13 milioni di arrivi.

Quali possono essere gli effetti del Pnrr sull'offerta turistica in Campania?

Il Pnrr può aiutare le aree interne della Regione Campania a combattere lo spopolamento, implementando servizi aggiuntivi, anche di natura tecnologica. La ricorrenza nell'Anno del Turismo delle Radici 2024 può rappresentare un'opportunità di turismo sostenibile, esperienziale e identitario.

Un suo pallino è la destagionalizzazione, cosa fare per allungare la stagione turistica?

La destagionalizzazione si pratica se essa presuppone modelli culturali condivisi, in particolare per quel che riguarda la promozione dei beni materiali e immateriali regionali, oltre che dei prodotti agricoli tradizionali, che in Campania sono più numerosi che in qualsiasi altra parte d'Italia. La destagionalizzazione si può conseguire con successo solo quando si dispone di un'offerta turistica molto diversificata e integrata, come nel caso della Campania.

La Campania è oggi tra le mete preferite, sia per il suo patrimonio artistico-monumentale e naturale della fascia costiera che per le eccellenze agroalimentari, vinicole e zootecniche delle aree interne. Come valorizzare e mettere a sistema queste potenzialità, visti i tanti limiti, innanzitutto culturali, che ancora permangono?

La nostra legge 18/2014 si fonda appunto su una logica di relazionalità e sistematicità. Abbiamo tante potenzialità in regione Campania, legate soprattutto ai fattori culturali e ambientali la cui promozione riteniamo sia un elemento chiave nella nostra strategia di sviluppo. Incoraggiare eventi culturali e itinerari strutturati che traducano l'identità regionale in destinazioni turistiche è una delle nostre priorità. È il principio che ha ispirato il criterio di finanziamento dei POC, le nuove linee guide del turismo enogastronomico e l'ottimizzazione dei cammini. La valorizzazione della Campania costiera



e delle sue aree interne richiede un approccio integrato che affronti sia le sfide tradizionali e sia quelle dettate da un turismo sempre più sintonizzato sulle raffinate esigenze del turismo esperienziale e della fruizione del patrimonio immateriale.

Quali località della Campania possono ambire a diventare nuove mete turistiche?

Le località che possono ambire a diventare località turistiche sono iscritte in flussi riconosciuti e non. Penso alle nuove opportunità offerte dal turismo religioso e dal Giubileo 2025, con l'apertura di nuovi siti. Anche luoghi internazionalmente noti come Ischia possono offrire una lettura inedita della destinazione, creando paradigmi di sviluppo che valgono per tutta la Regione Campania. Bisogna superare gli ostracismi determinati da una lettura miope dei dati statistici che penalizza le aree interne, in particolar modo il Sannio e l'Irpinia. Sul punto, abbiamo sollecitato da tempo il Ministero del Turismo.

Si possono attivare sinergie sul piano turistico tra le regioni del Sud per fare del Turismo la prima leva dello sviluppo delle regioni meridionali?

Sin dal suo insediamento, la Giunta regionale, nel pieno del blocco della mobilità dovuto alla pandemia da Covid, con la propria Delibera, la numero 523 del 25 novembre 2020, ha creato sinergie con tutte le regioni d'Italia, in special modo con quelle del Sud. Le incombenze del presente, sorte soprattutto nelle regioni meridionali, a differenza che in passato, spingono verso una logica di macroterritorialità. Su questo aspetto, la Regione Campania si è aperta a un dialogo con la Regione Puglia, che si auspica si incrementi, approfondisca e si allarghi.

Enrica Procaccini

Fiola, Camera di Commercio di è in arrivo il bando per la desta

L'Ente è pronto a stanziare tra i 7 e gli 8 milioni per sostenere i flussi turistici all'infuori dei mesi più gettonati ma, dice il presidente Fiola, ognuno deve fare la propria parte

La Camera di Commercio di Napoli scommette sulla destagionalizzazione turistica ed è pronta a mettere sul piatto diversi milioni per incentivare l'offerta. Ma le aziende sono pronte ad affrontare questa sfida? A suonare la sveglia per gli imprenditori del comparto è proprio il presidente dell'Ente camerale partenopeo, **Ciro Fiola**, che qui fa il punto sui programmi di valorizzazione turistica.

Presidente Fiola, qual è l'importanza di avere a Napoli una vetrina come la BMT in un momento di forte rilancio del turismo a livello mondiale?

“Le manifestazioni fieristiche fanno sempre bene ai settori. Per quanto riguarda quello del turismo, è evidente che Napoli sia vivendo un momento magico e ha superato la crisi del periodo Covid. Ma ora dobbiamo concentrarci anche sulle province”.

Quali territori ha in mente?

“Le isole: oggi sono in forte crisi per tutta una serie di motivi legati all'aumento dei costi e agli eventi naturali, ed hanno bisogno di interventi a sostegno. Pensiamo a realtà come Ischia, flagellata dalle calamità e colpita da una profonda crisi del settore



Napoli destagionalizzazione

alberghiero. O ai Comuni dell'area flegrea, realtà di straordinaria bellezza, che però ora fanno i conti con il bradisismo che condiziona progetti e futuro. La politica, dunque, che deve intervenire con azioni concrete per tentare di spostare una parte dei flussi turistici anche su quelle zone, con l'obiettivo di riequilibrare un po' l'economia".

Quali sono le proposte della Camera di Commercio di Napoli per il settore?

"Abbiamo in campo la realizzazione, quasi in via definitiva, del *Bando Turismo*. Tra gli obiettivi primari della misura, la destagionalizzazione dell'offerta. È questa la strategia che vogliamo perseguire, ma occorre che il settore recepisca questa linea".

Che cosa vuol dire, presidente?

"È inutile che realizziamo bandi, magari mettendo a disposizione milioni di euro, anche 10 milioni, e poi gli alberghi e le strutture ricettive restano chiuse. L'anno scorso, su un plafond milionario, abbiamo avuto richieste solo per 400mila euro. Bisogna comprendere che in determinati luoghi, gli alberghi lamentano di essere in crisi nei mesi da marzo a maggio e poi da novembre a febbraio. Noi abbiamo pensato ad interventi mirati, come il sostegno alle spese per la terza notte che regaliamo ai turisti. Intorno a questa idea bisogna creare l'accoglienza e avere il coraggio di credere nella possibilità di destagionalizzare realmente l'offerta. Solo facendo vivere 12 mesi all'anno le imprese, riusciremo a dare un sostegno concreto al comparto.

Quanto intende mettere sul piatto per il prossimo bando?

"Siamo intenzionati a dotare il prossimo bando di 7/8 milioni di euro, però occorre che le imprese alberghiere abbiano la lungimiranza di puntare in questa direzione".

Come valuta la politica turistica messa in campo dal Comune di Napoli?

"Sento dire che i turisti a Napoli arrivano a prescindere e in parte posso essere d'accordo, perché le



bellezze naturali e anche quelle nascoste sono l'attrazione principale. Però c'è sempre un aspetto che non si può tralasciare. Se noi riusciamo a far trovare una città accogliente, il turismo può cambiare e può cambiare il livello del turista. Serve un salto di livello quanti-qualitativo, prospettiva sulla quale le amministrazioni pubbliche hanno sempre qualche difficoltà ad agire. I turisti si concentrano sempre nei centri storici delle città, quello di Napoli è immenso e meraviglioso. Ed è in quei luoghi che ci dobbiamo concentrare per offrire servizi. Non è difficile, ma occorrono le capacità".

Lei negli anni scorsi ha lanciato l'idea della costruzione di nuovi approdi per sviluppare il turismo nautico. Quali sono le attività messe in campo dalla Camera di Commercio partenopea?

"Abbiamo incontrato l'Autorità Portuale di Napoli e l'Amministrazione comunale assicurando la nostra disponibilità a finanziare la progettazione, ma occorre che sia disegnata la linea di costa. E per far questo il Comune deve acquisire la titolarità delle aree demaniali. Appena si conoscerà l'ubicazione esatta dei luoghi in cui potranno sorgere i porti turistici, potremo dare il nostro contributo fattivo creando una Spa per la realizzazione dei progetti, la cui realizzazione sarà poi affidata ai privati".

Enrica Procaccini

La Campania raddoppia, da luglio apre (finalmente) Pontecagnano

Dal suo arrivo nel 2019 alla guida di Gesac, ha visto crescere la connettività di Capodichino del 20%. Dopo 5 anni, nonostante la pandemia e la crisi economica, ha fatto dello scalo partenopeo il quarto aeroporto d'Italia dopo Fiumicino, Malpensa e Bergamo. Ma per Roberto Barbieri, amministratore delegato della società di gestione degli aeroporti di Napoli e Salerno, è già pronta una nuova sfida: da luglio prossimo sarà operativo il Costa d'Amalfi e la gestione integrata e complementare dei due scali può rappresentare un formidabile volano di sviluppo economico per il Sud.

Amministratore, partiamo dai numeri. Con quali dati la Gesac si presenta alla BMT?

Con numeri importanti non solo per l'aeroporto di Napoli ma per il Mezzogiorno, come dimostrano i dati sul numero di passeggeri accolti, le destinazioni offerte e l'impatto economico generato. L'Aeroporto di Napoli rappresenta non solo un'infrastruttura d'eccellenza, ma un vero e proprio motore di sviluppo del sistema economico territoriale. Con 12.394.911 passeggeri accolti (+13,5% sul 2022) e 113 destinazioni, il 2023 rappresenta per l'aeroporto di Napoli il miglior anno di sempre. Particolarmente significativa è la quota di traffico internazionale, corrispondente a 8,3 milioni di passeggeri mentre il segmento nazionale si attesta su 4,1 milioni. Durante il periodo di massimo picco, 113 destinazioni, in 34 Paesi, sono state collegate con volo diretto da Napoli, di cui 16 nazionali e 97 internazionali, incluso i principali hub europei e due intercontinentali (Monaco, Parigi Charles de Gaulle, Francoforte, Londra Heathrow, Istanbul, Madrid, New York/ Newark e Dubai).

L'amministratore delegato di Gesac Roberto Barbieri fa il punto sugli scali di Napoli e Salerno: Capodichino e Costa d'Amalfi, formidabile volano di sviluppo economico del Sud

Gli aeroporti sono attivatori di sviluppo e investimenti. Capodichino?

L'impatto economico-sociale dell'Aeroporto di Napoli è stato valutato da uno studio realizzato dalla società Nomisma che ne ha evidenziato la

portata strategica per lo sviluppo del turismo e delle attività industriali, logistiche e commerciali del territorio. In particolare, prendendo in considerazione sia l'attività ordinaria che gli investimenti effettuati nel corso dell'anno e sommando l'impatto diretto, indiretto, indotto e catalitico, lo scalo genera complessivamente un valore aggiunto pari a 4,2 miliardi di euro e circa 112mila occupati (circa il 6,5% dei posti di lavoro totali regionali), contribuendo al 4,2% del PIL regionale. La presenza dello scalo, e la sua capacità di connessione con altri aeroporti, agevola il movimento di turisti, studenti, imprenditori e merci, generando posti di lavoro, iniziative imprenditoriali e flussi di idee e conoscenze.

Come avete raggiunto questi risultati?

Grazie a un dialogo costante e costruttivo sia con le compagnie tradizionali che con le low cost per offrire un network di qualità rispondente alle richieste del mercato e in grado di offrire comodi collegamenti point to point ma anche verso i principali hub dai quali, con un solo transito, è possibile proseguire per il resto del mondo. Il network si fonda su un portafoglio clienti diversificato, rappresentato da 38 compagnie aeree di linea, che comprende sia i principali vettori legacy che low cost, di cui 4 in base (Ryanair, easyJet, Wizz Air e Volotea), che garantisce un'elevata connettività, cresciuta negli ultimi 5 anni del 20%. In particolare, l'attivazione e il rafforzamento di nuove tratte hanno contribuito in maniera significativa all'incremento del traffico. Nel 2023 sono stati, infatti, inaugurati i voli per Danzica, Memmingen, Shannon, Porto, Pola, Riyadh, Karpathos, Pafos, Belgrado, Tirana, Rovaniemi, Mars Alam, Gran Canaria e Comiso ed è stato raddoppiato il collegamento giornaliero per New York/Newark. Tenga a sottolineare che all'incremento dei passeggeri non è corrisposto un analogo aumento dei voli grazie ad una politica commerciale, che perseguiamo da anni, volta ad incentivare aeromobili di maggiori dimensioni con alti coefficienti di riempimento e a minore impatto ambientale. Scelte commerciali e ambientali, improntate alla carbon neutrality, che hanno favorito la mobilità di cittadini e imprese e contribuito in modo determinante al boom turistico della regione.

Quali sono le novità del 2024 per i passeggeri in partenza da Napoli?

La novità più significativa riguarda l'attivazione di 4 voli giornalieri per gli Stati Uniti operati dalle tre maggiori compagnie americane: United Airlines con doppio volo giornaliero per New York-Newark, Delta Air Lines con volo giornaliero New York- JFK e American Airlines con volo giornaliero per Philadelphia.

Quali investimenti ha fatto Gesac in termini di sostenibilità, la nuova parola d'ordine dello sviluppo?

Il 2023 è stato contrassegnato da importanti iniziative in tema di sostenibilità, sia ambientale che sociale, sulla scia degli anni precedenti e coerentemente con il livello di certificazione ambientale acquisito. Nel 2022, infatti, l'aeroporto di Napoli ha conseguito il livello 4 + transition dell'Airport Carbon Accreditation (ACA) di ACI Europe, la massima certificazione ambientale in campo aeroportuale. Abbiamo realizzato un parco urbano in un'area di un comune limitrofo allo scalo che versava in un totale stato di abbandono, con percorsi per disabili e giochi per bambini, che, grazie alla piantumazione di 300 alberi, permette l'assorbimento di circa 2 tonnellate di CO² l'anno.

Sulla sostenibilità sociale, in occasione degli 800 dell'Università Federico II, Gesac ha stipulato un accordo con l'Ateneo e la Comunità di Sant'Egidio volto a finanziare borse di studio per migranti e rifugiati, per promuovere il diritto all'istruzione, l'equità sociale e il multiculturalismo. Sempre in tema d'istruzione, nel 2023, abbiamo accolto oltre mille studenti provenienti da 40 scuole della Campania, offrendo loro visite guidate nello scalo.

Abbiamo attivato, inoltre, una collaborazione con il Museo di Capodimonte, che ha curato l'allestimento all'interno del Terminal di due mostre d'arte contemporanea, e con il Conservatorio di San Pietro a Majella che, in occasione della Festa della Musica, ha realizzato un concerto in sala imbarchi.

Che risultati si aspetta dall'implementazione dei voli al Costa d'Amalfi?

È una grande occasione di crescita per tutta la regione. L'aeroporto di Salerno Costa d'Amalfi sarà operativo a partire dall'11 luglio e a pieno regime nel 2026/2027. La gestione integrata e complementare dei due scali rappresenta un formidabile volano di sviluppo economico per il territorio, con un forte impatto turistico, sociale ed occupazionale.

Come dialogheranno i due scali, Capodichino e Salerno?

La gestione unica da parte di Gesac permette di valorizzare le potenzialità dei due scali, ciascuno con



un importante bacino di utenza che esprime una forte domanda di trasporto aereo, sia incoming che outgoing.

Qualche anticipazione sui voli in partenza da Salerno?

L'aeroporto di Salerno Costa d'Amalfi aprirà con i voli commerciali l'11 luglio 2024. Volotea ha già annunciato quattro rotte: Nantes, Cagliari, Verona e Catania. Si parte con Nantes, disponibile dall'11 luglio, e Cagliari, disponibile dal 13 luglio, entrambe con frequenza bisettimanale, il mercoledì e il sabato. A partire dal 2 settembre, invece, e per tutto il periodo invernale, saranno disponibili anche i collegamenti per Catania e Verona, con due frequenze alla settimana. Stiamo dialogando con altre importanti compagnie aeree per ulteriori destinazioni che saranno annunciate a breve.

Come sarà il nuovo Aeroporto di Salerno?

Lo scalo di Salerno gode di una posizione strategica ed è interessato da un ingente programma di investimenti suddiviso in più fasi. La prima fase, ormai conclusa, riguarda principalmente il primo prolungamento della pista da 1.600 a 2.000 metri, le piazzole di sosta per gli aeromobili e l'impianistica.

La fase due, invece, prevede interventi che porteranno alla piena operatività nel 2026/2027, tra cui un ulteriore allungamento della pista fino a 2.200 metri e la realizzazione del nuovo Terminal Passeggeri. Si è aggiudicato la progettazione del nuovo Terminal passeggeri un raggruppamento di imprese capitanato dalla multinazionale Deerns, la stessa che si è occupata anche del potenziamento degli aeroporti di Amsterdam Schiphol, Abu Dhabi e Kuwait City. La nuova aerostazione, una volta completata, si estenderà su una superficie di circa 16mila metri quadrati e rifletterà i più elevati standard ambientali sia in termini di efficientamento energetico che per l'impiego di materiali naturali e sostenibili e sarà dotato di un impianto fotovoltaico per la riduzione delle emissioni di CO².

Enrica Procaccini

Teresa Armato: Napoli diventa città policentrica

L'assessore al Turismo del Comune spiega i piani per potenziare i servizi e rendere per tutti la città più fruibile

“Stiamo lavorando su due piani: sul potenziamento dei servizi in generale e su iniziative che puntano alla fruizione sostenibile del territorio nella sua totalità, dal centro alle periferie”. Così l'assessore del Comune di Napoli al Turismo e alle Attività produttive, Teresa Armato, illustra le strategie messe in campo da Palazzo San Giacomo, per stabilizzare i numeri record raggiunti dalla città in termini di turismo nel 2023.

Come si sta attrezzando Napoli in vista della nuova stagione turistica e delle feste di Pasqua?

Napoli resta una città molto amata dai turisti e ci aspettiamo una grande presenza anche per Pasqua. La nostra tradizione enogastronomica è uno degli attrattori turistici più gettonati e siamo già pronti con la seconda edizione di *Vedi Napoli e poi mangia*, contenitore di racconti, approfondimenti, show cooking, degustazioni e musica alla scoperta della storia e della cultura di Napoli attraverso le nostre pietanze tipiche e internazionali, che si svolgerà dal 28 marzo al 30 aprile.

Quali servizi per fronteggiare il fenomeno dell'overtourism?

I numeri record di Napoli sono un risultato ottenuto grazie alla bellezza di Napoli senza dubbio, ma ritengo anche alla nostra capacità di accogliere chi arriva in città ed è desideroso di scoprire la vera identità dei luoghi che visita. Luoghi che vogliamo promuovere e tutelare al tempo stesso, perchè Napoli resti accogliente senza sacrificare la qualità della vita dei napoletani. Sono stati migliorati i servizi di informazione al turista, con i tutor a piedi e in bici oltre che agli infopoint; è stata potenziata la presenza dei bagni pubblici, e mi riferisco anche al lavoro di altri assessori, sono migliorati i servizi di spazzamento e raccolta dei rifiuti e la mobilità pubblica in tutta la città, con il prolungamento delle corse fino a tarda sera nel weekend.

Ma non basta...

Con i progetti finanziati dal ministero *TourisTech* e *CultourTech* per un totale di 3.2 milioni di euro si realizzeranno infopoint fissi, bagni autopulenti, progetti di marketing e comunicazione in digitale per promuovere siti minori spostando i flussi turistici anche fuori dal centro antico e a destagionalizzare l'offerta. Il nostro obiettivo è costruire una Napoli policentrica, offrendo con continuità occasioni culturali e di sviluppo sociale ed economico a tutti e in tutti i quartieri e non solo nel centro storico.

Quali progetti saranno sicuramente replicati?

Il calendario dei nostri eventi è molto vario, ma conta su una *rassegna contenitore* di grande successo: *Vedi Napoli e poi...torni*. Si tratta di iniziative che spaziano dalla gastronomia alla musica e al teatro, con itinerari che coinvolgono sia il centro che le periferie della città per destagionalizzare i flussi turistici e decongestionare il centro storico. A breve partirà *Destinazione donna*, una serie di visite ai luoghi storici della città tutta al femminile, oltre al programma di eventi *Vedi Napoli e poi... mangia* di Pasqua; in estate si ripeterà *Vedi Napoli d'estate... e poi Torni* e i concerti previsti nell'ambito del turismo religioso legati alle feste patronali per valorizzare l'identità dei luoghi.

Enrica Procaccini



ANCONA ▶ CORFÙ ▶ IGOUMENITSA ▶ PATRASSO
 BARI ▶ CORFÙ ▶ IGOUMENITSA ▶ PATRASSO
 VENEZIA ▶ CORFÙ ▶ IGOUMENITSA ▶ PATRASSO

Le destinazioni che sogni in un viaggio da vivere

CAMPEGGIO A BORDO

Campeggio a bordo valido dal 01.04.24 - 31.10.24



20% DI SCONTO

- amici & famiglie
- poltrone tipo aereo & passaggio ponte
- giovani & seniors



30% DI SCONTO

sulle tratte domestiche in Grecia (Cicliadi, Dodecaneso, Isole dell'Egeo Nord, Sporadi, Isole del Golfo Saronico e Creta).

30% DI SCONTO

sul biglietto della tratta di ritorno se emesso contemporaneamente alla tratta di andata



LE OFFERTE SONO SOGGETTE A SPECIALI TERMINI E CONDIZIONI

Per le prenotazioni rivolgersi al proprio agente di viaggio o a:
 F. LLI MORANDI & C. SRL, Via XXIX Settembre 4/E, I-60122 Ancona, Centro informazioni e prenotazioni: 071 20 20 33,
 Fax: 071 20 89 234, E-mail: info@superfastitalia.it
 ANEK LINES ITALIA s.r.l., Piazza della Repubblica 1, I-60121 Ancona, Centro informazioni e prenotazioni: 071 20 72 346,
 Fax: 071 20 77 904, E-mail: info@anekitalia.com

MyBank

La soluzione di pagamento online all inclusive per semplificare i pagamenti delle agenzie di viaggio e dei loro clienti

A dieci anni dall'introduzione sul mercato della soluzione di pagamento online MyBank, Giorgio Ferrero, Executive Director di PRETA, la società che detiene e gestisce MyBank, tratteggia le caratteristiche principali di questo strumento particolarmente utilizzato nel mondo travel.

Chi è MyBank e perché scegliere questa e non altre modalità?

MyBank è una soluzione di pagamento online che consente di pagare e incassare con bonifico a conferma immediata.



Nel settore turistico – ma non solo – i vantaggi del bonifico MyBank sono molteplici: in primis lo strumento non ha i limiti di importo dei plafond delle carte, dà la conferma immediata dell'esecuzione del pagamento irrevocabile, permette la riconciliazione automatica al 100% ed è precompilato quindi basta solo autorizzarlo. Inoltre non necessita registrazioni o condivisioni di dati sensibili poiché tutto avviene all'interno del proprio online banking. Di fatto basta provarlo una prima volta per rendersi materialmente conto dei vantaggi che comporta sia per chi paga che per chi incassa.

Chi vi ha scelto nel settore turistico?

Alpitour, Easy Market, Eden Viaggi, Gattinoni, Grimaldi Lines, lol travel, Moby Lines, Tirrenia e Trenitalia, Veratour, Volonclick, WeRoad sono alcune delle aziende che hanno scelto di offrire MyBank come soluzione di pagamento al loro network di agenzie e clienti finali.

Com'è utilizzato quindi MyBank dalle agenzie di viaggio? Può spiegarcelo meglio?

Le agenzie ci possono utilizzare in due modalità: innanzitutto per pagare i tour operator. In quel caso trovano MyBank (www.mybank.eu) nella pagina di pagamento online dell'area riservata e, selezionando la propria banca, sono ridiretti all'online banking dove, post verifica dei dati, possono autorizzare il pagamento per ricaricare il wallet, comprare pacchetti viaggio, biglietti aerei, etc.

L'altra modalità utile per le agenzie è poi l'incasso tramite MyBank e cioè la possibilità di offrire MyBank ai consumatori che si recano in agenzia per acquistare un viaggio. Come sappiamo, questo ha spesso degli importi medio-elevati per cui il pagamento di una parte o del tutto tramite MyBank solleva i consumatori dal dover consumare il plafond della carta (che possono invece sfruttare una volta in viaggio).

Tra l'altro con MyBank c'è anche la possibilità di inviare un link di pagamento che potrebbe essere utilizzato per pagare l'acconto o il saldo del viaggio acquistato.



Flexible Autos sempre più servizi e mobilità in esclusiva per il trade

Flexible Autos, leader nel settore della mobilità e piattaforma broker di Noleggio Auto ad uso esclusivo delle agenzie di viaggi e del B2B partecipa per il secondo anno consecutivo alla BMT (PAD 5 - Stand 5000) per incontrare il trade, in collaborazione con Rephouse GSA, che rappresenta l'azienda per il Centro-Sud Italia. Flexible Autos propone una vasta gamma di servizi, tra cui noleggio auto, scooter, furgoni, camper e trasferimenti point to point, rafforzando costantemente la collaborazione con i principali fornitori di servizi di mobilità a livello globale. "Flexible Autos conferma il proprio impegno verso le agenzie di viaggio e siamo orgogliosi di essere riconosciuti come gli specialisti della

mobilità in esclusiva per il mercato B2B – commenta Alessandro Patacchiola, MD di Flexible Autos - continueremo a fornire soluzioni di noleggio altamente personalizzabili e adatte alle esigenze dei nostri partner. La piattaforma di Flexible Autos garantisce, tramite la rete dei fornitori connessi, accesso a più di 22.000 punti di ritiro in oltre 131 paesi distribuiti nei cinque continenti. Tra le tipologie di prodotti offerti da Flexible Autos c'è il Pack PREMIUM, che comprende, tra l'altro, l'assicurazione senza franchigia dei fornitori, che può essere integrata con l'acquisto del prodotto di Rimborso della Franchigia che offre copertura per le eccezioni più comuni tra le assicurazioni fornitori. *Massimo Fedele*

traghettiGDS
70 COMPAGNIE DI NAVIGAZIONE

Tutta la Biglietteria Marittima

per le Agenzie di Viaggio

 **70 COMPAGNIE**

 **COMMISSIONI IMMEDIATE**

 **UNICO REFERENTE**



 **Sito Web:**
www.traghettings.it

 **Telefono:**
+39 0565.912323

 **Email:**
agenzie@traghettings.it

Bluvacanze lancia MonteRosa 91

Inaugurato a Milano il nuovo flagship store con un confronto sul futuro del turismo: digitalizzazione, analisi continua della domanda, sostenibilità e AI sono le keywords

Travel Innovation for the Future è l'evento voluto dal Gruppo Bluvacanze per volgere lo sguardo al futuro del turismo e comprenderne i driver di sviluppo. L'occasione è stata l'inaugurazione del nuovo *flagship* store, punto di riferimento e area di sperimentazione per i 300 punti vendita Bluvacanze-Vivere&Viaggiare e per le 600 agenzie del polo distributivo Blunet. MR91, come è chiamata la nuova agenzia a Milano, situata tra i quartieri di San Siro e City Life, rappresenta l'anello di congiunzione fra l'esperienza di Retail sul territorio e la community di viaggiatori digitali aggregata dai nuovi touchpoint online come l'APP Blu&cluB, Bluvacanze.it e le attività social media in procinto di una ri-definizione strategica. Intervenendo all'inaugurazione, il Ministro del Turismo **Daniela Santanchè** ha dichiarato: "L'industria turistica è in grado di coniugare innovazione e tradizione. Un settore che si adatta ai continui cambiamenti e mutamenti sociali senza mai perdere la sua identità, anche e soprattutto grazie al grande lavoro e spirito di sacrificio degli imprenditori del comparto che sapranno cogliere il meglio dalla nuova sfida dell'Intelligenza Artificiale".

Focalizzata sui *traveller* è stata l'analisi offerta da **Magda Antonioli**, Senior Professor di Università Bocconi e Vicepresidente di European Travel Commission: "In quanto comparto performante dell'economia globale, sia nelle direttrici outgoing sia incoming, capace di reagire a crisi geopolitiche di ampia portata, la travel industry è destinata all'innovazione continua, nei contenuti oltre che nelle tecnologie tout-court – ha sottolineato la professoressa –. Le crescite di valore vanno individuate nella più parte dei *verticali* di target (Longennials e Generazione X) e di motivazioni di viaggio (per citarne solo alcune: cultura, *luxury*, sostenibilità), ma soprattutto nel desiderio di vivere esperienze memorabili per le quali la competenza degli operatori, anche supportati dall'AI, varrà la differenza rispetto al self booking".

Impegnati in enormi investimenti in sostenibilità e trasformazione digitale, gli operatori del settore delle crociere sono attori primari in questo scenario, come evidenziato da Gianni Onorato, Ceo di MSC Cruises: "Le crociere sono un asset fondamentale sia per il turismo che per l'economia italiana in generale. MSC Crociere è leader nel Paese, oltre che in Europa, movimentando oltre 4 milioni di passeggeri, su un totale di 14 milioni di crocieristi, sempre a livello nazionale, grazie a più di 1.000 scali effettuati in 14 porti con ben 16 navi su un totale di 22 dell'intera flotta. L'Italia è inoltre il paese europeo a trarre i benefici maggiori dal settore crocieristico, che vi sviluppa un giro d'affari annuale pari a quasi 15 miliardi di euro, assicurando circa 125.000 posti di lavoro, al netto dell'enorme ricaduta economica e occupazionale assicurata dall'attività dei cantieri che costruiscono le navi. È quindi molto importante che la crocieristica venga adeguatamente valorizzata e supportata, anche nei suoi sforzi e negli investimenti sul fronte della sostenibilità e dell'innovazione che fanno da apripista a numerosi altri settori industriali".

"Come gruppo leader di questa importante industry abbiamo la responsabilità di promuovere riflessioni rilevanti sul tema dell'innovazione ed esserne artefici al tempo stesso – ha commentato **Domenico Pellegrino**, Ceo di Bluvacanze –. Nel post pandemia abbiamo deciso di investire in tutte e tre le business unit del gruppo, puntando fortemente su internazionalizzazione ed innovazione tecno-



logica. Oggi vogliamo presentare i passi avanti compiuti nel nuovo modo di dialogare con il cliente finale, un modello di ibridazione O2O (online to offline), su cui lavoriamo già da alcuni anni". Infine, se nell'innovazione è la via per costruire la prima industria del Paese e nella personalizzazione delle esperienze di viaggio una risposta per incontrare nuove generazioni di consumatori, il futuro dipende anche dalla comunicazione e dai linguaggi da adottare per una narrazione avvincente. **Alessandro Scartezzini**, Ceo dell'agenzia di marketing digitale t2ò, ha osservato: "Gli imprenditori si chiedono dove devono investire oggi con l'AI e come possono creare con l'Intelligenza Artificiale, la nostra esperienza con il Gruppo Bluvacanze opera lungo due direttrici tra analisi predittiva dei dati della domanda e creazione di contenuti in linea con



l'esperienza dei viaggiatori che arrivano dai touchpoints digitali. Il futuro è nell'interpretazione dei desideri dei consumatori, per dialogare con loro e guidarli nelle piattaforme di prenotazione, facendoli sentire protagonisti".

Obiettivi di sviluppo 2024 retail, leisure e viaggi d'affari

Tra i trend di sviluppo di Bluvacanze nei primi due mesi del 2024 assume maggior rilievo il forte *advance booking*, anche se fortemente ridimensionato dalla crisi mediorientale di ottobre 2023: ad oggi si registra il 15% in più delle prenotazioni sul 2024, rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso. Guardando al trimestre estivo, l'anticipazione di mercato è addirittura del +35%. Alcuni nodi critici sono rappresentati dalla materializzazione dei preventivi, che sconta l'aumento dei prezzi, la minore capacità di spesa delle famiglie e la difficoltà di ottenere in tempo i documenti per l'espatrio. Gli italiani rimangono cauti nel confermare le prenotazioni.

Fra le destinazioni, si registra un graduale recupero dell'Egitto, gravemente compromesso dagli eventi di ottobre. Oggi questa destinazione vale 'solo' il 30% in meno rispetto a un anno fa. Tra le esperienze di viaggio perdura il boom per le crociere, soprattutto nel Nord Europa (+37%). Nel Mediterraneo, brillano Spagna e Grecia (+74 e + 77%). Sul lungo raggio, ottime le performance per Stati Uniti (+32%) e Giappone (+34%). Il Gruppo Bluvacanze ha chiuso il 2023 con 810 milioni di euro di volume lordo di

travel value e prospetta un 2024 con 918 milioni di euro, al netto delle elisioni intercompany.

Le agenzie del network a brand Vivere & Viaggiare e Bluvacanze supereranno ampiamente i valori del 2019. L'area Mice ed eventi si esprimono in contesti di rilievo internazionale e incrementando il portafoglio di aziende, mentre il comparto del business travel di Cisalpina Tours raggiungerà un livello record di transazioni e in questo ambito è notevole richiamare anche lo sviluppo internazionale. A oggi sono operative le sedi di New York, in Brasile, Turchia, Cipro e in Germania mentre gli uffici europei di Londra, Parigi, Ginevra e Madrid sono aperti, già dotati di risorse, in attesa di alcune formalità. Il piano di sviluppo del Gruppo Bluvacanze nel medio termine insisterà sulla trasformazione digitale e sull'internazionalizzazione, con la definitiva apertura di uffici in Sudafrica (Durban). Il Far East costituirà il prossimo capitolo del piano di espansione globale, dal 2025. Infine, il tour operator Going registrerà tassi di crescita a due cifre grazie al consolidamento delle linee strategiche dirette a creare esperienze di viaggio su misura, di alto profilo e arricchendo le divisioni Going Resort e Incoming di Going2Italy.

Pier Ezhaya: il turismo sa reagire le crisi non lo fermeranno

Il presidente di Astoi: “Sarà un anno di successo per il turismo italiano. La voglia di viaggiare è ancora molto alta e possiamo giocare una partita importante”

Il 2024 è un anno cruciale per il turismo italiano, alle prese con i conflitti in Medio Oriente e in Ucraina, i cambiamenti climatici e il caro-prezzi. Le imprese del comparto, tuttavia, dimostrano ancora una volta resilienza e capacità di adattarsi e rinnovarsi. “Il turismo – spiega Pier Ezhaya, presidente di ASTOI Confindustria Viaggi – è un settore sensibile, soggetto a molti fattori, non solo economici come è comprensibile per ogni comparto ma anche ambientali, sociali e di costume. È indubbio che la crisi in Medio Oriente abbia avuto un impatto significativo, soprattutto sull’Egitto, da sempre asse portante degli operatori turistici ma è altrettanto vero che la capacità di riconversione verso altre mete è stata molto alta, segno che la vacanza è diventato un bisogno incompressibile. Ne hanno beneficiato soprattutto Canarie e Capo Verde ma in qualche modo anche il lungo raggio. Quindi possiamo dire che il Turismo italiano sta bene; la voglia di viaggiare è ancora molto alta e possiamo perciò giocare una partita importante in questo 2024”. A cambiare non è solo il turismo, ma anche

i turisti italiani. “Un po’ hanno cambiato meta, come era logico aspettarsi ma molti hanno comunque confermato le destinazioni che avevano scelto come l’Egitto. Diciamo che rispetto alle crisi precedenti oggi ci si informa meglio e di più e quindi molti Clienti hanno deciso di non rinunciare alla propria vacanza in Egitto che, lo ricordo, sta operando regolarmente senza nessun

problema. Forse – continua Ezhaya - stiamo iniziando a dialogare con un cliente più informato o consapevole grazie anche al lavoro che fanno molti agenti di viaggio sul territorio”. Restano anche alcune criticità, nonostante il turismo sia sostanzialmente tornato sui livelli del 2019. Criticità da affrontare, sia per le imprese che per la politica. “Nel 2023 abbiamo equiparato i ricavi con il 2019 ma non ancora i volumi che speriamo di pareggiare proprio quest’anno. Sicuramente esistono dei problemi strutturali come una limitata capacità aerea rispetto alla domanda; questo in conseguenza dei notevoli ritardi con i quali stanno consegnando i produttori mondiali di velivoli. Bisogna quindi aspettarsi un po’ di instabilità sui voli quest’estate.

Noi di ASTOI – prosegue il presidente – crediamo tuttavia che i problemi non siano le low cost ma la capacità che deve avere il nostro comparto di comprendere meglio i nuovi consumatori che stanno iniziando proprio adesso ad acquistare e che hanno bisogni completamente diversi da quelli precedenti. Questo credo sia lo sforzo più grande da fare; studiare per tempo l’evoluzione dei bisogni e i nuovi consumatori”. E se c’è una parola chiave del turismo per il 2024, per il presidente di Astoi Ezhaya, questa è *Reattività*. “Dobbiamo essere veloci a spostare capacità ed esseri pronti a questi continui mutamenti di scenario. Il 2024 sarà un anno di successo per il Turismo italiano e per gli Operatori, ne sono sicuro, ma insisto, come oramai faccio in ogni singola intervista che rilascio, a studiare e a prepararci per il futuro. I cambiamenti tecnologici che stanno interessando il nostro periodo storico sono di una portata quasi spaventosa e porteranno molte opportunità ma anche qualche minaccia. Dobbiamo perciò comprenderle ed analizzarle in anticipo, così come dobbiamo studiare per tempo il cambiamento dei comportamenti di acquisto delle persone che magari, ancora oggi, non consumano ma a breve lo faranno, e temo lo faranno in una maniera completamente diversa. Quindi ottimismo per questo 2024 ma anche piedi per terra e investimenti per capire e affrontare il futuro”.

Donatello Lorusso





REGIONE
LAZIO

PSC LAZIO
Provincia per lo Sviluppo e la Cultura



C'È TUTTO UN LAZIO INTORNO

PER GIRARE IL MONDO NON SERVE ANDARE LONTANO.

DAI BORGHI ALLE AREE NATURALI, DALLE MONTAGNE AI LAGHI FINO AL MARE,
IL LAZIO HA TUTTO CIÒ CHE DESIDERI. VIVI UN'ESTATE ALLA SCOPERTA
DI LUOGHI RICCHI DI BELLEZZA, STORIA E CULTURA.
VAI SU VISITLAZIO.COM E INIZIA IL TUO VIAGGIO



Assemblea Fiavet, dalla Sicilia arrivano le tracce per il futuro

Un incontro partecipato da cui sono state segnate le rotte sia istituzionali che associative con il saluto del Ministro Santanché e del parlamentare Caramanna

Quest'anno Fiavet-Confcommercio ha scelto la Sicilia per la sua Assemblea Generale. Ottanta, tra delegati e ospiti hanno partecipato ai due giorni organizzati in Sicilia Saracen Sand Hotel & Congress Centre di Isola delle Femmine. "Questa Assemblea, in qualche modo rappresenta un passaggio importante verso il futuro del nostro mondo, se è vero che questo appuntamento ci permette di confrontarci su chi siamo, sull'attività svolta e sui prossimi impegni che ci dovranno vedere assoluti protagonisti" ha detto il presidente di Fiavet-Confcommercio Giuseppe Ciminnisi che ha poi ricordato i progetti in ambito di comunicazione, con l'arrivo in Fiavet-Confcommercio di Alessandro Mazzù, uno dei nomi più illustri del web marketing, appena divenuto consulente della Federazione, ma anche gli impegni, sempre più fitti, in ambito formativo e di lotta per la legalità dell'intera filiera turistica. "Fiavet ha, inoltre, continuato un percorso di dialogo con le Istituzioni con cui siamo al lavoro per nuove istanze quasi quotidianamente". Infine il presidente Ciminnisi ha ricordato le numerose par-

tnership avviate nell'ultimo anno: "Abbiamo lavorato per potenziare i servizi esistenti, mettendo sul piatto nuove convenzioni per offrire ai soci soluzioni, professionali ed economiche".

A salutare i lavori dell'assemblea con un collegamento in diretta il Ministro del turismo, Daniela Santanché. "Gli agenti di viaggio e i tour operator sono colonna portante del turismo italiano, e Fiavet associa oltre 1500 imprese di questo settore che consentono a chi viaggia di godere appieno della vacanza, mettendosi al servizio del turista con professionalità e definendo in maniera ottimale tutto quello che vuol dire organizzare un viaggio". "Con Fiavet ho ottimi contatti – ha proseguito il ministro Santanché - e voi sapete che il Ministero è disposizione per tutte le vostre esigenze, perché la vostra energia consente di rispondere alla domanda turistica di circa 24 milioni di italiani che hanno utilizzato i servizi delle imprese del turismo organizzato nel 2023, in netta crescita sul 2022". "Per questo si tratta di un settore sul quale il Governo ha posto la massima attenzione con 39 milioni di euro per agenzie di viaggio e tour operator, e con un intero capitolo del nostro piano strategico, contribuendo a far sì che il turismo diventi la prima industria italiana" "Se oggi il turismo sta superando i risultati del 2019, anno record, – ha concluso il ministro – lo dobbiamo a voi che con la vostra resilienza avete pagato il prezzo più alto durante la pandemia e questo il Governo Meloni lo sa molto bene e vi pone al centro delle sue politiche; vi ricordo che noi abbiamo il vantaggio competitivo che nessun altro ha: siamo l'Italia, e la mia squadra siete anche voi con il vostro lavoro, dunque fate sì che il ministero possa ascoltarvi e rispondere alle vostre istanze e ai vostri bisogni".

Gianluca Caramanna, parlamentare della commissione turismo, è intervenuto su diversi temi importanti per la Federazione: "il Governo ha sbloccato situazioni ferme da tempo a favore delle agenzie di viaggio che sono per noi sinonimo di sicurezza in ambito turistico, per questo il nostro impegno nei vostri confronti è importante e le nostre scelte sono sempre condivise".





Palermo



Caramanna, ha fatto cenno alle difficoltà del portale Infotrav, annunciando la nascita di un possibile albo delle agenzie da inserire nel portale Italia.it a garanzia sia delle imprese che dei consumatori. Ha rassicurato gli operatori Fiavet-Confcommercio anche sulla questione passaporti. “Sono mesi che stiamo lavorando per un accordo con il ministro Piantedosi per velocizzare il rilascio anche attraverso altri canali”.

Sollecitato dal presidente di Fiavet-Confcommercio, Giuseppe Ciminnisi, sui problemi delle guide e degli NCC, Caramanna ha dichiarato di aver aperto un tavolo con il presidente della commissione trasporti, Salvatore Deidda, sulla questione NCC, mentre per le guide ha ribadito la volontà di proseguire nel percorso dell'albo nazionale e della meritocrazia, come era già nel programma di Fratelli d'Italia

pre-elettorale. “Credo che un ragazzo di un paesino siciliano che intenda diventare guida a Venezia ne abbia il diritto accedendo a un esame nazionale con i giusti titoli”. “L'80% delle guide sono d'accordo su questa riforma – ha proseguito – e considerando che questo decreto rientrava nei progetti del PNRR abbiamo pubblicato la normativa entro la fine dello scorso anno, ma ci saranno sicuramente degli assestamenti con i decreti attuativi, che tuttavia non snatureranno questa riforma in cui crediamo molto e speriamo di rendere al più presto esecutiva”.

Diversi partner hanno partecipato all'assemblea. Massimo Diana direttore commerciale di Ota viaggi ha presentato una proposta commerciale in esclusiva per le agenzie Fiavet, Nicoletta Pinto head of business development EU& UK guard me International Insurance, ha invece annunciato un seminario a breve con le agenzie Fiavet-Confcommercio sul mondo delle assicurazioni, Jacopo De Ria, presidente del Consorzio Fogar, ha illustrato agli agenti il progetto Erasmus Ariadne's Thread for tourism di cui è coordinatore. Caterina Claudi, consulente fiscale, e Federico Lucarelli, consulente legale Fiavet-Confcommercio, hanno dedicato spazio agli associati presenti con indicazioni personalizzate per le loro questioni, mentre Federica Cioccoloni, fotografa professionista, ha tenuto il workshop 'Instagram Reels: cosa sono, come si realizzano e perché sono essenziali per promuovere i nostri viaggi sui canali social'.

I4T a BMT con le nuove garanzie annullamento 'all risks' e bagaglio

I4T torna alla BMT per rafforzare le relazioni con un mercato, quello del centro/sud Italia, che si conferma molto dinamico e particolarmente promettente sul fronte delle assicurazioni.

“Oggi al centro/sud collaboriamo con circa 1.300 agenzie – dichiara Giovanni Giussani, Direttore Commerciale I4T – che supportiamo attraverso 5 area manager, coordinati dal direttore di rete nazionale Ilaria Bortolato. Esistono ancora ampi margini di crescita e siamo sicuri che l'incontro, dal vivo, nei padiglioni della fiera di Napoli sarà un'importante occasione di business e di networking, ideale per rafforzare il rapporto di fiducia che ci lega ai nostri partner e costruire nuove relazioni di successo”.



Il confronto con il mercato si conferma alla base della filosofia operativa di I4T che, anche in questa occasione, presenterà nuovi prodotti assicurativi sviluppati sulla base dell'ascolto degli agenti di viaggio e delle loro richieste.

È il caso della sezione Annullamento All Risks sulle nuove polizze Platino, valida per tutti gli eventi oggettivamente dimostrabili che, oltre ad uscire dalla logica dei rischi nominati, offre anche il grande vantaggio di estendere la copertura fino a 2 compagni di viaggio, ideale per i gruppi di amici.

Punta invece sul servizio e sull'alleggerimento del lavoro richiesto agli agenti di viaggio la nuova garanzia Bagaglio basata sull'indennizzo forfettario, che semplifica tutto il processo di gestione di sinistri, evitando all'assicurato di dover elencare i beni contenuti nella valigia smarrita o rubata, provarne il valore e la data di acquisto. Entrambe le garanzie sono già disponibili sulla piattaforma riservata alle agenzie, travel.b2b.i4t.it.

“Il 2024 si è aperto con un ottimo bimestre, in crescita a doppia cifra rispetto al 2023 – dichiara Christian Garrone, Responsabile Intermediazione Assicurativa I4T – Il dato di per sé è positivo, ma l'elevata incidenza dell'advance booking, che potrebbe esaurire presto il suo effetto traino, unita a due giorni lavorativi in meno a marzo 2024 rispetto allo stesso mese del 2023 rischiano di generare un'inversione di tendenza sulle vendite. L'instabilità su alcune destinazioni, prima tra tutte il Mar Rosso, spinge il ricorso sempre più frequente alle polizze, anche nel mercato del centro/sud Italia, che in passato era meno sensibile a questo tema. Parallelamente, alla richiesta di coperture assicurative specifiche, si accompagna anche una forte domanda di servizio: gli agenti cercano soluzioni sicure da proporre ai loro clienti, che siano però anche efficienti e di semplice gestione in caso di sinistri. Per questo motivo, oltre a lavorare sul prodotto, recentemente abbiamo ampliato l'organico, che oggi conta più di 40 addetti”.



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

Turismo, è allarme personale difficoltà per un'impresa su due

I dati dello studio dell'Università Cattolica del Sacro Cuore per EBN e EBN.TER

Il turismo italiano è ripartito segnando numeri da record nel 2023. A crescere però sono anche le difficoltà delle imprese turistiche a trovare personale. Se nel 2017 era solo il 17% delle imprese a segnalare problemi nel reperimento di candidati adeguati, nel 2023 la percentuale è salita addirittura al 48%. Praticamente un'impresa su due.

A rendere noti questi dati è il report 'Occupazione e mismatch nel turismo e nel terziario', realizzato dall'Università Cattolica del Sacro Cuore e CRILDA – Centro di ricerca sul lavoro Carlo Dell'Aringa - per EBN - Ente bilaterale unitario del settore Turismo – ed EBN.TER – Ente bilaterale unitario del settore Terziario - costituiti da Confesercenti con Filcams-Cgil, Fisascat-Cisl e Uiltucs.

Riduzione del numero di candidati, segnalata dal 24,4% delle imprese del settore turismo (erano il 7,3% nel 2017), e mismatch tra le competenze necessarie alle aziende e quelle in possesso dei candidati pesano enormemente. Tra le professioni con maggiori tassi di fabbisogno, e al contempo anche maggiori difficoltà di reperimento, quelle della ristorazione e delle strutture ricettive (58,2%) e gli

addetti all'accoglienza e all'informazione della clientela (32,5%). Tra i requisiti 'introvabili', le imprese segnalano la capacità comunicativa in lingua straniera e quella di problem solving.

Il report si sofferma anche su alcune possibili soluzioni che vedono gli enti bilaterali potenziali protagonisti di questa partita. Gli enti possono attivare buone prassi sia immediatamente, come ad esempio misure di attivazione nel mercato del lavoro per fronteggiare lo svantaggio sociale di chi subisce il mismatch e le difficoltà di chi cerca persone per mansioni di vario genere nel terziario e nel turismo, sia nel prossimo futuro, cioè l'individuazione di quelle competenze professionali che saranno utili nel settore del terziario e del turismo nei prossimi 10 anni. Prioritario è il ruolo della formazione con l'attuazione di percorsi di aggiornamento (upskilling) e riqualificazione (reskilling) delle competenze con particolare riferimento alle sfide determinate dalla transizione digitale/verde e dai cambiamenti che interessano i modelli organizzativi aziendali. In questa prospettiva, la fotografia sulle tipologie contrattuali, le dinamiche salariali, le ragioni per far ridiventare il settore attrattivo per i giovani sono aree di significativo interesse.

“La ricerca – spiega Dario Domenichini, presidente di EBN e vicepresidente di EBN.TER – dimostra chiaramente la necessità di indirizzare i percorsi scolastici verso quei settori a forte richiesta occupazionale. Serve rafforzare la cooperazione tra scuole e imprese per tirocini formativi ed esperienze di apprendistato di primo livello, che non vanno certo abusati ma costituiscono da sempre, soprattutto nel terziario, un primo approccio dei giovani al lavoro in cui comunque occorrono forme di lavoro flessibili per affrontare i picchi stagionali. C'è poi il tema della formazione per la riqualificazione delle attività, su cui si sta investendo poco. Le politiche attive del lavoro sono deboli e inefficienti, soprattutto nel centro-sud, e in materia di politiche migratorie bisognerebbe facilitare l'accesso, soprattutto per la stagionalità, di quei lavoratori formati nei paesi di origine”.

Donatello Lorusso





Passaporti: lo scandalo senza fine

Lo scandalo dei ritardi nel rilascio o nei rinnovi ormai non fa più notizia. Se ne sono occupati a più riprese televisioni e giornali ma, nonostante ciò, ancora non si riesce ad emergere dalla palude che dopo il covid sta provocando non pochi problemi e danni a chi vuole viaggiare e soprattutto a chi vende viaggi. Al di là di soluzioni estemporanee, la macchina amministrativa che se ne dovrebbe occupare fatica a rimettersi in moto: “Assuefarsi alla mediocrità – hanno denunciato le associazioni di categoria del turismo – vuol dire che l’Italia sta perdendo e noi italiani non dobbiamo permetterlo”. Proprio il turismo organizzato, già proiettato sulla vendita delle vacanze estive, è tornato a rivolgersi al ministro dell’Interno, Matteo Piantedosi, chiedendo di intervenire per tutelare il diritto degli italiani di viaggiare e a difesa degli imprenditori del comparto che continuano a perdere fatturato a causa della burocrazia.

Secondo una stima effettuata, i tempi lunghi o lunghissimi per ottenere o rinnovare un passaporto hanno, infatti, mandato in fumo nel biennio 2022-2023 167mila viaggi internazionali per un giro d'affari di 300 milioni di euro.

In una lettera indirizzata al Ministro, il presidente FTO Franco Gattinoni ha attaccato “Ci vantiamo di avere il passaporto più forte del mondo, peccato che sia una chimera riceverlo a causa della complessità e delle tempistiche per fissare un semplice appuntamento”. E il presidente Fiavet, Giuseppe Ciminnisi ha sottolineato che “si sta violando un diritto costituzionale alla mobilità e discriminando i

cittadini in base al loro luogo di residenza. Alcune questure, a distanza di pochi chilometri, offrono servizi totalmente diversi, ma con le regole attuali si lavora a compartimenti stagni”.

Pier Ezhaya, presidente Astoi Confindustria Viaggi, spiega invece che “il mondo del Travel ha bisogno di velocità e fluidità e non può essere frenato da intoppi burocratici che lo costringono a subire danni ingenti direttamente causati dallo Stato” mentre Domenico Pellegrino, presidente Aidit Confindustria, aggiunge: “In un’era in cui si parla di digitalizzazione e intelligenza artificiale è paradossale metterci due anni per risolvere un problema che in tutti gli altri Paesi europei non esiste”.

Enrica Montanucci, presidente Maavi, riflette: “Siamo un settore di microimprese a conduzione prevalentemente femminile, con altissimo tasso di occupazione di donne e dover perdere opportunità di lavoro per una burocrazia incomprensibile non è più tollerabile”.

“Gli italiani – riflette infine il presidente di Assoviaggi, Gianni Rebecchi – sono costretti a giocare quotidianamente con la lotteria degli appuntamenti per ottenere il passaporto. In questo caso non si vince niente, ma perdiamo come sistema Paese”.

Le associazioni di categoria denunciano l’inefficienza amministrativa: i ritardi nel rilascio violano diritti costituzionali e frenano il mondo del travel

Gioco Viaggi: Cunard si prepara all'arrivo della Queen Anne



Cunard completa la sua flotta con l'arrivo della nuova ammiraglia Queen Anne che effettuerà il suo viaggio inaugurale il prossimo 10 maggio da Southampton a Lisbona andando ad affiancare le tre iconiche navi della Compagnia, Queen Mary 2, Queen Elizabeth e Queen Victoria.

Con l'arrivo di Queen Anne e il recente lancio di nuove rotte e itinerari, Cunard si impegna ad offrire ai suoi ospiti un viaggio indimenticabile, ricco di avventure e scoperte.

Progettata per offrire il massimo del comfort e un'esperienza di crociera raffinata, Queen Anne da 113 mila tonnellate e 3.000 passeggeri costruita in Italia da Fincantieri racchiude, nei 14 ponti a disposizione, i fondamenti del suo design: patrimonio, artigianato, stile, narrazione e innovazione. Un'offerta completa che parte dalle nuove esperienze culinarie e multisensoriali proposte nei 15 ristoranti,

molti dei quali con incredibili viste mozzafiato, alle più disparate attività sportive con campo da padel e golf, bar e punti ritrovo che sono autentiche istituzioni britanniche, piscina e idromassaggi sempre animati da intrattenimenti



e vibranti attività e un focus prioritario su salute e benessere con un programma olistico dedicato e l'esclusiva collaborazione con Harper's Bazaar; e ancora l'atmosfera alla James Bond del casinò, la grandiosità del teatro dalle eleganti linee architettoniche e scenografici lampadari che incorniciano il palco e la collaborazione esclusiva con il pluripremiato produttore teatrale di Broadway David Pugh per stupire con spettacoli iconici e innovativi mai presentati su un palco oceanico.

Su una nave Cunard non poteva mancare la firma che garantisce l'autenticità di una vera esperienza britannica, il rito del tè pomeridiano, servito tutti i pomeriggi in guanti bianchi nella scenografica Ball Room; ma la vera punta di diamante che la nuova regina presenterà sarà la più grande collezione d'arte mai curata in mare. Oltre 3.000 artisti e designer sono stati coinvolti nel progetto e verrà esposta una collezione contemporanea di oltre 4.300 opere d'arte e sculture, un grosso sforzo artistico ispirato al passato per iniziare un nuovo capitolo di storia.

La nuova ammiraglia è stata costruita in Italia da Fincantieri e potrà ospitare fino a 3000 passeggeri

PARIGI

DA VERONA

3 VOLI SETTIMANALI

DAL 2 APRILE



 MEMBRE DE
L'ALLIANCE
SKYTEAM

AGISSONS POUR UN
VOYAGE PLUS RESPONSABLE 

Carbone plus durable, kérosène vivifié moins polluant, éco-pilotage sur tous nos vols, découvrez tous nos engagements sur airfrance.act.airfrance.com

AIRFRANCE

S'ENVOLER EN TOUTE ÉLÉGANCE

Hotel Anantara Convento di Amalfi arriva la manager Estelle Vassallo



Nuovo direttore generale per l'Anantara Convento di Amalfi Grand Hotel del gruppo alberghiero Minor Hotels ricavato in un antico monastero del XIII secolo che offre una vista mozzafiato sul Mar Tirreno e sulla sua costa frastagliata. In quello che è certamente uno degli angoli più belli e suggestivi del mondo approda Estelle Vassallo, professionista con vent'anni di esperienza nel settore dell'ospitalità. Estelle porta con sé un importante

Il gruppo alberghiero Minor Hotels annuncia la nomina del nuovo direttore generale della struttura inaugurata a maggio 2023

know how e una visione dinamica per questa struttura unica nel suo genere, situata a ottanta metri sopra la splendida città di Amalfi. Il suo percorso nell'ospitalità è stato caratterizzato da una continua crescita e traguardi raggiunti.

Nell'ultimo ruolo ricoperto in qualità di Hotel Manager presso la proprietà gemella Anantara Grand Hotel Krasnapolsky Amsterdam, ha dimostrato capacità di leadership e attenzione alla qualità. In precedenza, ha assunto posizioni di alto livello nelle aree operations e commerciali in Spagna, Belgio, Germania, Italia e Francia, dove ha consolidato la propria esperienza in rinomate strutture alberghiere.

Durante il suo incarico presso Anantara Grand Hotel Krasnapolsky, Estelle ha svolto un ruolo fondamentale nell'agevolare il passaggio del marchio da NH Collection a quello Anantara. In particolare, ha guidato la creazione di un Green Team per la definizione di iniziative sostenibili, che avrà il compito di implementare anche ad Anantara Convento di Amalfi, a testimonianza del suo impegno verso le tematiche ambientali e la corporate social responsibility.

Il nuovo direttore generale porrà particolare attenzione al coinvolgimento e allo sviluppo dei membri del team, incoraggiando una cultura di valorizzazione e crescita professionale, favorendo e assicurando un ambiente di lavoro positivo e inclusivo, affinché l'Hotel venga riconosciuto come un luogo di lavoro privilegiato.

Esprimendo il suo entusiasmo per il nuovo ruolo, Vassallo ha dichiarato, "Sono molto orgogliosa di guidare questa proprietà Anantara unica nel suo genere, che racchiude l'essenza della Costiera Amalfitana con la sua ricca storia e i suoi panorami mozzafiato. Non vedo l'ora di collaborare con il team, la comunità locale e i partner per creare esperienze indimenticabili per la nostra esigente clientela, oltre a continuare a promuovere e valorizzare l'Anantara Spa e il nostro concept di ristorazione."

Giles Selves, Senior Vice President di Luxury Hotels per Minor Hotels Europe, dà il benvenuto a Estelle nella destinazione simbolo della Costiera Amalfitana. "Con una vasta esperienza nel settore dell'ospitalità e un occhio attento alla gestione operativa, questa nomina segna un nuovo capitolo emozionante per l'Anantara Convento di Amalfi Grand Hotel, inaugurato a maggio 2023, che continua a ridefinire l'ospitalità di lusso e a stabilire nuovi standard di eccellenza nel settore".

Nuovo manager per La Plage Resort

Nuova nomina a Taormina per: è Massimo Pisciotta il nuovo Resort Manager di La Plage Resort, il gioiello del gruppo alberghiero italiano, che gode di una posizione privilegiata direttamente sulla spiaggia di fronte Isola Bella.

Classe 1981, di origini campane, Massimo Pisciotta ha mosso i primi passi nelle cucine del padre, chef di cucina e pizzaiolo. Da lì ha portato avanti un percorso di studi e specializzazioni di alto livello, sia in ambito accademico universitario che di settore, anche in campo internazionale. La sua esperienza lo ha visto sviluppare la professionalità con ruoli diversi in realtà come il recente Baglioni Masseria Muzza di Otranto, il Grand Hotel Convento di Amalfi, il Belmond Caruso, Palazzo Avino (già Palazzo Sasso), il Savoy Hotel & SPA e l'Aquapetra Resort. "Siamo felici di accogliere nel nostro team una professionalità come quella di Massimo Pisciotta, fondamentale nel portare avanti una realtà tanto articolata come La Plage Resort Taormina, che durante la stagione diventa fulcro di molteplici attività con ospiti provenienti da tutto il mondo, che sia per un soggiorno, una giornata in spiaggia o una cena gourmet in uno scenario unico" – afferma Giuseppe Marchese, CEO di RHC Group.

La Plage Resort Taormina è immerso nella natura, con una posizione unica proprio davanti alla spiaggia, con vista su Isola Bella: è caratterizzato da bungalow in stile maldiviano affacciati sul mare e nascosti all'interno della riserva naturale tra pini secolari, con la possibilità di raggiungere il centro storico di Taormina grazie alla funivia a pochi passi. Il resort si contraddistingue anche per la qualità della cucina dello Chef Giovanni Puglisi, dedicata alla Sicilia e al Mediterraneo, da gustare al ristorante Fusion o al beach club, luogo perfetto anche per un aperitivo al tramonto o per un evento speciale. Per chi desidera un momento di totale benessere, palestra e spa, con profumi freschi e suoni melodici rilassanti, maxi jacuzzi, bagno turco, sala massaggi con trattamenti dedicati, area relax con angolo tisaneria e percorsi rigeneranti che uniscono ai benefici dell'acqua i bagni di calore. La Plage Resort.

Nella struttura di RHC Group a Taormina arriva Massimo Pisciotta



A MonteCarlo per i quaranta anni del Festival Printemps des Arts

Non è solo una festa della musica, ma molto di più, il Printemps des Arts di Monte Carlo, dal 13 marzo al 7 aprile 2024, oltre a spaziare dalle composizioni medievali alle sinfonie contemporanea, non trascura le altre arti che in tutto il periodo della quarantesima edizione, di tanto in tanto imperversano ed esaltano ancor di più il panorama musicale. Ovvero, appuntamenti itineranti in ben 19 sale da concerto e spazi inusuali per la musica e le altre arti, che quest'anno ospiteranno gli incontri del Printemps des Arts dentro e fuori i confini di Monaco, motivo di vacanza culturale che in primavera permette di scoprire luoghi inediti e ricchi di storia del Principato di Monaco e Monte-

Quattro week end di primavera tra musica, arti e sensi

Carlo. Dall'Auditorium Rainier III all'Opera, dal One-Monte-Carlo, alla Galerie Hauser & Wirth, dall'Hôtel Hermitage, al Théâtre Princesse Grace, dall'Église Saint-Charles, al Théâtre des Variétés, fino al Museo Oceanografico, allo Yacht Club, al Cinema delle Belle Arti, al Nuovo Museo Nazionale di Monaco Villa Paloma, all'Église du Sacré Coeur, la Cattedrale, l'Atelier dei Balletti di Monte-Carlo, il Club des résidents étrangers, spaziando anche fuori principato, a Beausoleil (Centre Culturel Prince Jacques) e Nizza (Conservatorio e Théâtre National). Con la caratteristica di un pubblico ampio e trasversale che coinvolge tutte le età, grazie alla direzione artistica di Bruno Mantovani, che con il suo entourage di professionisti e la totale fiducia di Sua Altezza Reale Carolina di Hannover che presiede il

Printemps des Arts, riesce a stupire e creare aspettativa per i prossimi 25 appuntamenti, concentrati in 4 lunghi weekend. Il tema conduttore del festival d'altronde non lascia nessuno indifferente: *chants de la terre*, ovvero la terra e il rapporto tra l'uomo e la natura, è di grande attualità, e tradotto in arte è il modo migliore per affrontarlo, con uno sguardo al futuro e a ciò che saremo capaci di fare per un cambiamento di rotta. Così si parte dalla commovente pagina mahleriana *Il Canto della terra* proposta sia nella versione originale sinfonica con l'Orchestra Filarmonica di Monte-Carlo diretta da Kazuki Yamada (6 aprile), sia in una rilettura con la formazione Het Collectief (16 marzo), mentre il cinema supporta con il film *Il sale della terra* di Wim Wenders dedicato alla vita e all'arte di Sebastião Salgado (17 marzo). Ma sono tanti gli spunti e le novità dell'anno, come un *dîner en musique* in cui le opere musicali dialogheranno con i piatti dello chef pluristellato Yannick Alléno (27 marzo) o la siesta musicale *Japanese Soul* (23 marzo), dove gli spettatori ascolteranno sdraiati la musica in prima assoluta del compositore e flautista Fabrice Jünger o ancora *l'immersione backstage* (14 e 22 marzo) che permette al pubblico di vivere il dietro le quinte e incontrare i musicisti alla scoperta del lavoro di preparazione di un concerto. E tanto altro da vivere tra masterclass e riunioni conviviali con artisti e compositori, il tutto con un profumo costante, creato per l'occasione da Clémence Besse, le cui fragranze si mescoleranno alla musica e alle altre arti.

Annalisa Tirrito

**39 VOLI SETTIMANALI DA:
NAPOLI, MILANO, ROMA,
BOLOGNA, VENEZIA E TORINO**

**PER COLLEGARE PIÙ DI
90 DESTINAZIONI IN MAROCCO,
AFRICA, AMERICA E MEDIO ORIENTE**



الخطوط الملكية المغربية
royal air maroc

#DREAMAFRICA
#MEETMOROCCO





Cina, carte in regola per crescere rapidamente

Durante l'edizione 2023 della BMT di Napoli, la Cina ha annunciato la riapertura ai turisti internazionali dopo tre anni di chiusura. Dopo un anno, Chen Jianyang, direttore dell'Ufficio nazionale del Turismo cinese, traccia un bilancio.

“La Cina ha introdotto una serie di politiche favorevoli per i viaggi in entrata e in uscita, come l'esenzione dal visto. Ad esempio, la Cina ha sperimentato una politica unilaterale di esenzione dal visto per i titolari di passaporto ordinario di 6 paesi, tra cui Italia, e ha implementato una politica di esenzione dal visto di 72/144 ore per 54 paesi. Queste politiche e misure, promuoveranno ulteriormente la ripresa del turismo in entrata in Cina. Secondo i dati diffusi dall'Amministrazione nazionale cinese per l'immi-

grazione, dall'attuazione della politica di esenzione dal visto, il numero di persone che arrivano in Cina è aumentato in modo significativo. Gli ingressi dei residenti di Hong Kong, Macao e Taiwan e degli

stranieri in Cina sono tornati al 67% dei livelli del 2019. Allo stesso tempo, anche i voli internazionali si stanno riprendendo rapidamente: i dati dell'Amministrazione dell'aviazione civile cinese mostrano che i voli di passeggeri internazionali sono passati da meno di 500 voli a settimana all'inizio del 2023 a più di 4.600 voli attuali. Il mercato estero del turismo in entrata dovrebbe riprendersi al 50% del 2019 nel 2024”.

Il mercato italiano, prima della pandemia, rappresentava il 9% dei visitatori europei in Cina. Oggi il Paese sta investendo molto per riportare i viaggiatori italiani, promuovendo la destinazione e il marchio *Hello! China*.

“Il 2024 – spiega il direttore Chen - segna il 20° anniversario dell'istituzione del partenariato strategico globale Cina-Italia e il 700° anniversario della morte di Marco Polo. Ciò fornisce una rara opportunità per rafforzare ulteriormente gli scambi turistici e la cooperazione tra Cina e Italia. In primo luogo, l'ufficio Nazionale del Turismo Cinese partecipa attivamente a fiere turistiche internazionali. Dallo scorso anno, abbiamo partecipato a BMT, TTG e BIT e organizzato una cooperazione congiunta tra le province cinesi interessate e le compagnie aeree. In secondo luogo, dallo scorso anno, il nostro ufficio ha collaborato con Hainan, Shandong, Henan, Guangdong, Anhui, Pechino, Shaanxi e altre province cinesi, regioni autonome e comuni per svolgere attività di promozione turistica in Italia e costruire una piattaforma di cooperazione turistica nazionale tra Italia e Cina”.

“Il terzo aspetto – continua Chen Jianyang – è rafforzare la cooperazione con i media italiani rilevanti, presentare in modo approfondito le destinazioni turistiche cinesi al pubblico e migliorare la comprensione del turismo cinese da parte degli italiani. Il quarto è integrare pienamente gli elementi culturali cinesi nella promozione turistica e continuare ad arricchire i temi dei percorsi turistici, come i tour del patrimonio mondiale, i tour della Via della Seta, i tour del tè, ecc., per soddisfare continuamente gli interessi dei turisti e soddisfare le esigenze di viaggio di diversi gruppi. Il quinto aspetto riguarda la

L'Ufficio del Turismo cinese in Italia racconta le strategie per riportare il Paese ai numeri pre-pandemia





collaborazione con le principali agenzie di viaggio italiane per organizzare roadshow sul turismo culturale cinese e eventi di cooperazione per la promozione sul marketing digitale. In sesto luogo, si prevede di collaborare con le province cinesi interessate per pubblicare guide di viaggio per le città con voli diretti per l'Italia e di svolgere congiuntamente attività pubblicitarie e promozionali con le principali compagnie aeree".

La Cina non è solo città d'arte ma storia, tradizioni e paesaggi. E i viaggiatori hanno sempre dimostrato di apprezzare le bellezze della destinazione cinese. "Prima dell'epidemia – racconta il direttore dell'Ufficio nazionale del Turismo cinese – le destinazioni turistiche più popolari della Cina erano principalmente Pechino, Shanghai, Guangzhou, Shenzhen, Hangzhou, Chengdu, Wuhan, Xi'an. In futuro, la Cina continuerà a rafforzare l'immagine e il fascino delle destinazioni del turismo culturale in termini di aggiornamenti dei prodotti, creazione di scenari e progettazione di percorsi, e a migliorare le comodità per i turisti in entrata che viaggiano in Cina e continuerà a rafforzare il riconoscimento della Cina come destinazione del turismo culturale da parte della comunità internazionale. Recentemente, il Consiglio di Stato cinese ha approvato i "Pareri sull'ulteriore ottimizzazione dei servizi di pagamento e sul miglioramento della comodità dei pagamenti", facilitando così il pagamento dei turisti stranieri in Cina. Tra tradizione e necessità di innovarsi, la Cina lavora all'adeguamento dell'offerta turistica per stare al passo con le esigenze dei viaggiatori.

"Mentre lo sviluppo della Cina continua ad accelerare e le sue infrastrutture continuano a migliorare, sempre più turisti stranieri amano viaggiare in Cina.



Chen Jianyang

Solo venendo veramente in Cina si potrà vedere una Cina reale e tridimensionale e sperimentare l'eccellente cultura tradizionale cinese, ricche risorse turistiche, sperimentare i risultati della modernizzazione cinese e assaggiare cibi deliziosi provenienti da tutta la Cina. Con la piena ripresa del turismo in entrata in Cina nel 2023 – conclude il direttore Chen - la potenziale domanda di viaggi in Cina aumenterà in modo significativo. I dati di ricerca di Google mostrano che le ricerche di voli e alloggi in Cina da parte di persone straniere sono aumentate in modo significativo nel 2023, superando il livello del 2019, e la domanda potenziale di viaggi in Cina è senza precedenti. Sulla base delle nuove esigenze dei turisti dopo l'epidemia, l'industria del turismo cinese continuerà a concentrarsi sulla creazione di esperienze culturali e sul senso della vita in altri luoghi e lancerà una serie di prodotti e percorsi di esperienza culturale per il turismo in entrata di alta qualità. Noi continueremo a promuovere i prodotti e gli itinerari del turismo culturale cinese".

Donatello Lorusso

La Cina apre le sue porte!

Anche il Capodanno cinese, festeggiato nel mese scorso in tutto il mondo, ha aperto l'anno lunare con il segno zodiacale più importante: il Drago. Simbolo di prosperità, di risveglio oltre che di libertà il drago è onnipresente nella millenaria cultura cinese.

Ma la notizia più eclatante per il settore turistico è stata l'esenzione del visto di ingresso in Cina dal dicembre scorso! In vigore per tutto il 2024 l'esenzione del visto riguarda alcune nazionalità di passeggeri, tra cui quella italiana, per soggiorni turistici di massimo 15 giorni, un periodo sufficiente

per un tour classico della Cina e magari ritornarci per visitare le svariate località interessanti nelle regioni meno conosciute ma non meno belle. Un buon motivo quest'anno per esplorare un paese immenso ricco di storia e con un alto numero di siti Unesco, di cui Italia e Cina detengono ad oggi il primato.

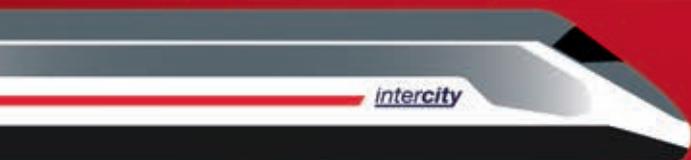
Come negli anni scorsi alla BMT gli stand della Cina vedono la presenza dell'Ufficio del Turismo cinese affiancato dalla compagnia di bandiera Air China e questo anno, stand 5001, abbiamo anche la presenza di Chinasia storico tour operator specializzato sulla Cina in veste rinnovata ora con la partnership Idee per Viaggiare. Molte le proposte di tour di gruppo o singoli per ogni esigenza.

L'Ufficio del turismo cinese lancia il nuovo logo NIHAO con l'immane panda, animale ora considerato non più in via di estinzione, grazie alle campagne attuate di protezione, bensì vulnerabile, diventato emblema della sostenibilità e biodiversità.

Air China presenta le schedule summer season con 28 voli diretti settimanali dai due scali italiani: Milano-Malpensa e Roma Fiumicino su Pechino Shanghai Hangzhou Wenzhou e una vasta rete di collegamenti su altre città della Cina nonché in estremo oriente. Aerei di ultima generazione Airbus A350-900 e Boeing B787-900. Servizi a bordo ottimizzati con pasti continentali, servizi di intrattenimento con film di prima visione anche in italiano.



OFFRIAMO SOLUZIONI DI VIAGGIO INTEGRATE E SOSTENIBILI



Le società del POLO PASSEGGERI vi aspettano alla BMT di Napoli
dal 14 al 16 marzo al padiglione 3 - stand 3016-3029

Due nuovi traghetti da marzo nella flotta GNV

GNV (Gruppo MSC) annuncia l'ingresso in flotta di due nuove unità ro-pax, GNV Sirio e GNV Auriga. Ad oggi quindi la flotta complessiva della compagnia ammonta a 28 navi che servono 31 linee in 7 diversi paesi.

GNV Sirio e GNV Auriga hanno la possibilità di accogliere oltre 2900 passeggeri ciascuna, entrambe offrono ampi e confortevoli spazi a bordo tra cui 319 cabine, un'area relax, 2 bar, una sala ristorante, uno spazio dedicato all'intrattenimento per i più piccoli, uno shop, ascensori a ogni ponte nave, ma anche

GNV Sirio e GNV Auriga collegheranno Genova con Palermo e Porto Torres

un'area dedicata agli amici a quattro zampe, garantendo servizi di bordo dall'alto standard qualitativo per tutti i passeggeri e l'equipaggio.

Le due navi, terminate le necessarie attività di manutenzione, di allestimento e di aggiornamento della livrea con i colori di GNV, inizieranno a operare nelle prossime settimane sulle rotte italiane della Compagnia. In particolare, GNV Sirio dal pros-

simo 20 marzo opererà per la Sicilia sulla linea Genova-Palermo-Genova, mentre GNV Auriga sarà operativa a partire dal 28 marzo per la Sardegna, sulla linea Genova-Porto Torres-Genova.

“L'ingresso in flotta di queste due nuove unità rappresenta un elemento cruciale per contribuire alla crescita della nostra capacità in termini di passeggeri e metri lineari trasportabili, ma è anche una straordinaria opportunità per potenziare la nostra presenza nel Mediterraneo – in particolare verso Sicilia e Sardegna, in due delle rotte storiche per la nostra Compagnia – confermando il nostro impegno nel rafforzare quello che da sempre è un mercato chiave per lo sviluppo di GNV”, ha dichiarato Matteo Catani, Amministratore Delegato di GNV.

Le due unità gemelle, costruite nel 2003 presso i Cantieri navali di Fincantieri a Castellamare di Stabia e precedentemente in flotta al Gruppo Moby, hanno entrambe 39.798 tonnellate di stazza lorda per 214 metri di lunghezza e consentiranno alla Compagnia di incrementare la propria capacità di carico commerciale di oltre 4.000 metri lineari (2.281 ml GNV Sirio e 1.934 ml GNV Auriga).



REP-AIR

TOUR OPERATOR – CHARTER BROKER



repairgsa.com

CHARTER E GESTIONE DI AEROMOBILI IN TUTTO IL MONDO

Rep-Air è specializzata in servizi aeronautici globali con un approccio personalizzato. Dall'adattamento completo dell'esperienza di gestione ai voli occasionali, supportiamo ogni cliente in modo unico, soddisfacendo le sue esigenze specifiche.



TOUR OPERATOR

Organizziamo viaggi nelle località più affascinanti del Mediterraneo. Grazie alla nostra profonda conoscenza del territorio e alle solide collaborazioni con partner locali, siamo in grado di offrire soluzioni flessibili che si adattano alle diverse esigenze di viaggio. Il nostro obiettivo è garantire un soggiorno rilassante e privo di preoccupazioni.





Oltre 200 rotte Wizz Air dall'Italia per l'estate

Wizz Air ha annunciato che nella prossima stagione estiva opererà oltre 200 rotte dall'Italia verso 40 Paesi in Europa e non solo. Grazie all'espansione del proprio network, con sette nuove rotte da Roma verso Alicante, Copenaghen, Amburgo, Berlino e Danzica e da Milano verso Parigi e Tenerife, l'estate 2024 Wizz Air offrirà ai viaggiatori oltre 13 milioni di posti. Oltre ai nuovi collegamenti, Wizz Air ha ripreso a volare da Milano, Roma e Venezia verso Chisinau, garantendo un servizio giornaliero per tutta l'estate. Il programma estivo offre voli per un totale di oltre 90 destinazioni. I biglietti sono in vendita per Tirana (Albania), Abu Dhabi (Emirati Arabi Uniti), diverse località in Spagna, tra cui Alicante, Valencia, Tenerife, Madrid e Barcellona, nove in Grecia con

Santorini, Skiathos, Corfù, Heraklion e Atene, ma anche verso Parigi, Lione e Nizza (Francia), Londra (Regno Unito), Berlino, Amburgo e Dortmund (Germania), Copenaghen (Danimarca), Erevan (Armenia), Baku (Azerbaijan) e molte altre. Inoltre, Wizz Air offrirà voli speciali per i passeggeri italiani in occasione delle partite del Campionato Europeo di Calcio in Germania, mettendo a disposizione anche un servizio esclusivo di navette per i tifosi. I voli per le partite partiranno da Milano e Roma il 15, 20 e 24 giugno. Nella scorsa stagione estiva oltre 10 milioni di passeggeri hanno scelto Wizz Air per i loro viaggi da e verso l'Italia. La maggior parte di loro ha prenotato i voli con largo anticipo, privilegiando destinazioni come la Sicilia, la Spagna e il Regno Unito.

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:
Massimo Fedele, Donatello Lorusso,
Enrica Procaccini, Annalisa Tirrito

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 in marzo 2024

CSST CERTIFICAZIONE EDITORIA SPECIALIZZATA E TECNICA

International Federation of Audit Bureaus of Circulation

A member of IFABC

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 VIAGGIARE CON NOI.

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