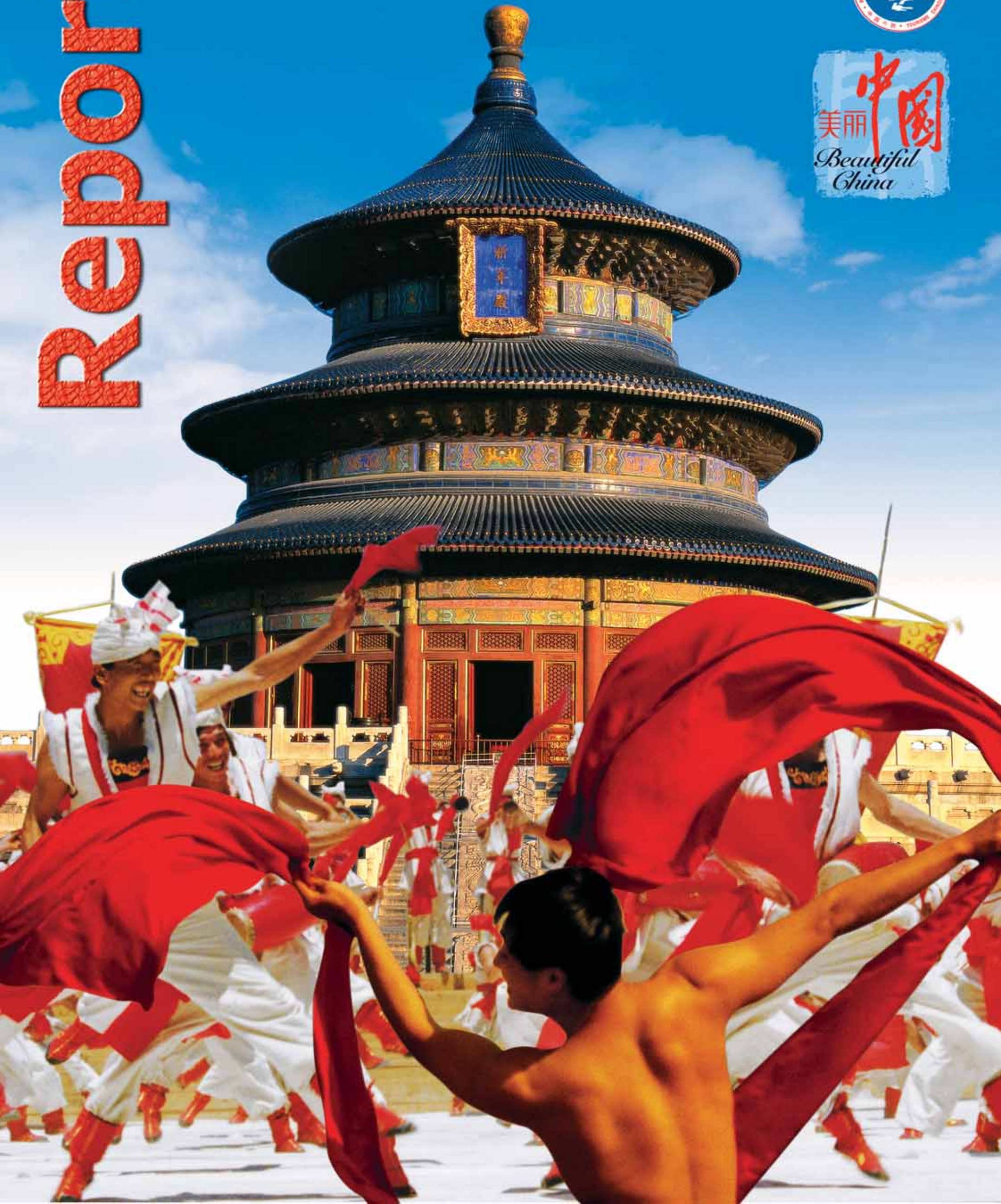


Quotidiano
Travel
www.travelquotidiana.com

CINA

Reportage



Nel 2015, anno dell'Expo di Milano, i turisti cinesi potrebbero diventare 130 milioni, per 110 miliardi di euro di spesa



La nuova Cina inizia da Bit 2013

CRESCE L'INTERESSE VERSO UNA META VARIA E COMPLETA



Alla manifestazione milanese il Paese presenterà la campagna di promozione "Beautiful China"

A cura di **MANUELA CUADRADO**
coordinamento commerciale di **ELENA PALLOTTA**



Ospite d'onore della BIT 2013, la Cina presenta molte novità: in primis, un nuovo direttore per l'Ufficio Nazionale del Turismo Cinese. Si tratta di Liu Cheng, navigatore di lungo corso del turismo istituzionale: Cheng si è insediato a dicembre 2012 nei suoi nuovi uffici romani, dopo aver portato avanti importanti esperienze in Australia e in Canada nel medesimo ruolo. Mr. Cheng subentra a Mr. Xiong Shanhua, che ha guidato l'ufficio per più di quattro anni, ottenendo straordinari risultati, ed è stato richiamato a Pechino per ricoprire un ruolo di prestigio: Direttore Generale Marketing e Relazioni Internazionali Europa e Stati Uniti. Cheng nel suo ruolo verrà affiancato da Lin Siyu, assistente giunta appositamente dalla Cina. E se i risultati ottenuti da Mr. Shanhua hanno lasciato il segno, il neodirettore ha in mente nuovi importanti obiettivi: «in BIT la Cina presenterà come novità assoluta la campagna di

promozione turistica "Beautiful China", destinata sia al trade che al consumer, volta a far conoscere meglio al pubblico italiano le zone del Sud della Cina - commenta Liu Cheng, che aggiunge -: nello specifico, verranno coinvolte le province di Guizhou in cui si erge la cascata di Huangguoshu, la più grande della Repubblica Popolare Cinese; Sichuan la più popolata provincia della Cina, famosa - ricorda Liu Cheng - per le vestigia di interesse storico e archeologico nonché per meravigliose attrattive di carattere naturalistico. Nelle sue foreste di bambù è possibile vedere esemplari del Panda Gigante, la specie protetta che rappresenta un po' il simbolo della Cina».

Importante la presenza dello Yunnan: «qui vivono 26 minoranze etniche che coabitano e condividono con gli Han pur mantenendo ben separate le loro tradizioni come l'utilizzo di una particolare scrittura che usa antichi geroglifici» spiega Liu Cheng. Spazio alla diversità anche con il coinvolgimento del Guanxi, sede principale degli Zhuang, la prima minoranza etnica in Cina. I viaggiatori che amano le metropoli incontreranno anche la città di Chongqing, il porto fluviale tra l'Est e l'Ovest del paese: «oggi è l'area metropo-

“Vogliamo presentare al pubblico italiano le straordinarie zone del Sud della Cina”

Liu Cheng





Dati in primo piano

- ✓ Cina primo mercato outbound entro il 2020.
- ✓ Incoming: 230 mila visitatori cinesi in Italia nel 2011, +13%
- ✓ Outbound 240 mila presenze di italiani in Cina nel 2011, soprattutto business, + 10 %
- ✓ Viaggio Record: 2.800 manager cinesi in viaggio premio in Italia, spesa media 4.000 euro a testa

77 milioni
i viaggiatori cinesi nel 2012

A compimento dell'offerta sarà prevista l'apertura di una pagina facebook "Turismo Cinese"

litana più grande del pianeta, con 32.355.000 abitanti». La presenza in BIT non è che il tassello di un mosaico che coinvolge diversi mezzi di comunicazione. «La creatività di "Beautiful China" vuole mostrare questa ricchezza nella diversità e sarà replicata sia su mezzi stampa che su mezzi outdoor - dichiara Liu Cheng -. A questa campagna si affiancheranno anche ulteriori attività che coinvolgeranno gli agenti di viaggio nei due corsi e-learning, "China Experience" sulla destinazione a 360° e "Beautiful China", dedicato appunto alle Province del Sud. A compimento e rafforzamento dell'offerta sarà prevista inoltre l'apertura di una pagina facebook "Turismo Cinese" costantemente aggiornata con news, l'organizzazione di un roadshow in diverse città italiane e un grande evento celebrativo che si svolgerà a Piazza del Popolo a giugno di quest'anno». Alessio Rossi, direttore marketing dell'Ufficio Nazionale del Turismo Cinese in Italia, rimarca che «Per la Cina la Borsa Internazionale del Turismo è senza dubbio il più importante appuntamento per il settore che viene realizzato in Italia. Essere presenti, attraverso questo "gemellaggio", significa rafforzare ulteriormente la nostra immagine e

poi quest'anno in BIT avremo l'opportunità di presentare numerose novità che mi auguro possano ulteriormente accrescere il flusso turistico e aiutarci a raggiungere il nostro obiettivo per il 2013: il + 8%».

L'obiettivo non sembra affatto lontano. Ma c'è di più: al flusso di turisti italiani che decidono di visitare la Cina si accompagna un crescente numero di viaggiatori cinesi che si rivolgono all'Occidente per business o leisure.

La China National Tourism Administration ha rilevato che i viaggiatori cinesi sono stati oltre 70 milioni nel 2011 e 77 milioni nel 2012 (+9,6%), per un giro di affari di 40 miliardi di euro. Di questi il 70% preferisce ancora mete asiatiche. Nel 2015 - anno dell'Expo - potrebbero arrivare a 130 milioni, per 110 miliardi di spesa. A questi dati fanno eco quelli dell'UNWTO, l'Organizzazione Mondiale del Turismo delle Nazioni Unite, secondo cui nel primo semestre del 2012 l'outgoing cinese è cresciuto del +20%.



©Cappellari

LA CINA ALLA BIT 2013

L'Ente, in rappresentanza della Cina, sarà a Milano al gran completo, all'interno del padiglione "World" allo stand F11 con lo staff rinnovato.

Lo stand dell'Ufficio Nazionale del Turismo Cinese in BIT:

- ✓ **Tour Operator**
CITS, Chinasia, Lombardgate, Utat Viaggi
- ✓ **Province**
Qinghai, Tibet
- ✓ **Città**
Guangzhou, Xlamen
- ✓ **Compagnie Aeree**
Airchina, China Eastern Cathay Pacific



China Eastern Airlines lancia il collegamento giornaliero tra Roma e Shanghai

WEI CUI: «LA CRISI SI STA FACENDO SENTIRE IN EUROPA, MA NOI GUARDIAMO AL FUTURO»

China Eastern Airlines cresce in Italia e dalla prossima primavera trasforma in giornaliero il suo volo Roma - Shanghai. Un importante traguardo raggiunto in due anni esatti di presenza nel nostro Paese dalla compagnia aerea fondata nell'aprile del 1995 e quotata nelle borse di Hong Kong, New York e Shanghai. «Dal primo aprile 2013, con l'entrata dell'orario estivo, arriveremo ad avere un collegamento giornaliero tra Roma e Shanghai, invece delle 5 frequenze settimanali di questo inverno - spiega Wei Cui, sales & marketing manager di China Eastern Airlines in Italia -. Si tratta di un risultato molto importante per noi, che abbiamo iniziato in Italia il 29 marzo del 2011 aprendo la rotta Roma - Shanghai con tre frequenze settimanali. In soli due anni siamo arrivati ad operare il volo ogni giorno, per rispondere alla domanda sia dei turisti o uomini d'affari che dall'Italia vogliono recarsi in Cina, sia dei tanti cinesi che vengono in Europa e a Roma. Dopo l'introduzione del volo giornaliero, vedremo se ci saranno le giuste opportunità per aprire altre destinazioni in Italia». China Eastern Airlines ha la sua sede a Shanghai ed è una delle tre principali compagnie della Cina. A febbraio 2010, ha inglobato Shanghai Airlines e gestisce anche altre 11 compagnie aeree: Xibei, Yunnan, Shandong, Shanxi, Anhui, Jiangxi, Hebei, Zhejiang, Gansu, Pechino, Sichuan. «Ci rivolgiamo ai diversi target di passeggeri, sia business che leisure, perché il

DIXIT



“ Si tratta di un risultato molto importante per la nostra compagnia, che in soli due anni è passati da tre frequenze settimanali, al volo giornaliero”

Wei Cui

traffico tra i due Paesi è composto da entrambe le tipologie di clientela - continua Wei Cui -. Shanghai è molto famosa in Italia come destinazione turistica cinese, ma è anche uno dei principali centri finanziari della Cina, per cui molti italiani ci volano per affari. La crisi economica in Europa sta facendo sentire i suoi effetti alle compagnie aeree, ma noi guardiamo al futuro: le opportunità di scambio tra Italia e Shanghai sono molte, e vogliamo garantire con continuità un buon livello di offerta e di possibilità di volo per i passeggeri». Da qui la necessità e la voglia di crescere in Italia, anche puntando sugli accordi con le altre compagnie aeree e sulla partecipazione all'alleanza globale Skyteam. «Operiamo in code share con Alitalia anche sulla Roma - Pechino, e cooperiamo con Alitalia ed Air France per i collegamenti da Roma alle principali città europee. In Italia, tramite Alitalia, colleghiamo gli altri scali nazionali a Roma con voli di avvicinamento per chi poi vola con noi a Shanghai». Per coprire la tratta, il vettore cinese usa degli Airbus A330 configurati in due classi di servizio, Business ed Economy. «La compagnia sta effettuando un piano di rinnovamento degli aerei e presto anche in Italia voleremo con l'A330 dotato del nuovo allestimento - prosegue il direttore vendite -. Per ora i voli prevedono 238 posti in Economy e 24 in Business, nel futuro ne conteremo 202 in Economy e 30 in Business. Il sedile della classe di servizio superiore si distende

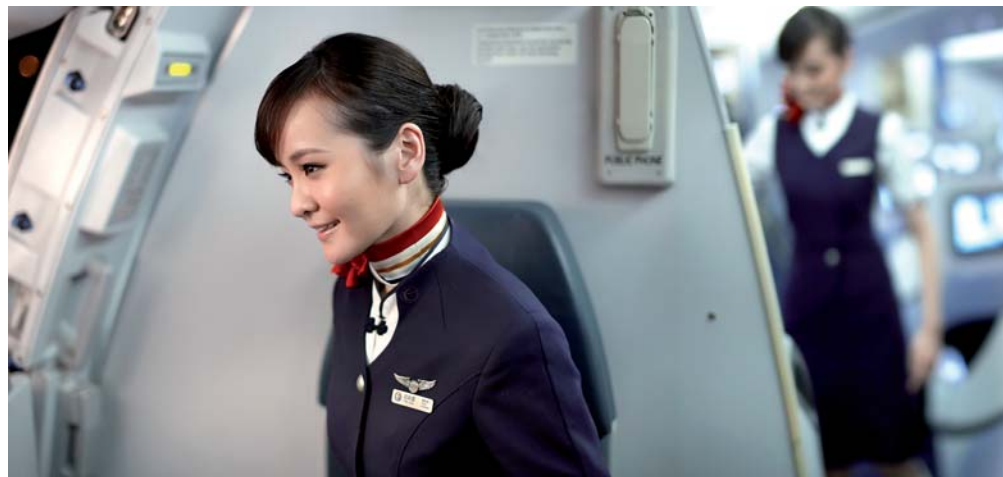
«Siamo sempre interessati ad aprire nuove relazioni con i to italiani»

a 180°, come un letto. In seguito al rinnovamento, invece, in Economy ogni posto avrà lo schermo personale per l'entertainment. Importante per noi anche il servizio di cucina a bordo. Offriamo al passeggero la scelta tra cucina italiana e cucina cinese. I pasti sono sempre preparati localmente e la qualità del cibo è decisamente alta». China Eastern Airlines collabora con le agenzie di viaggio italiane e con i principali tour operator che propongono viaggi in Cina e negli altri Paesi che la compagnia aerea collega via Shanghai, come Giappone, Australia, Thailandia, Malesia, Indonesia e tutto il Sud asiatico. «Lavoriamo con molti tour operator e siamo sempre interessati ad aprire nuove collaborazioni - conclude Wei Cui -. Inoltre, per un ulteriore sviluppo sul mercato abbiamo appena lanciato il nuovo sito internet in italiano, dove si possono trovare tutte le informazioni sulla compagnia e sul nostro network e si possono anche comprare i voli». La flotta di China Eastern Airlines comprende oltre 400

China Eastern: benvenuti a bordo

La flotta China Eastern

- A300-600(1)
- A300-600(2)
- A319-100
- A320-200
- A321-200
- A330-200(1)
- A330-200(2)
- A330-300
- A340-300
- A340-600
- B737-700
- B737-800(1)
- B737-800(2)
- B737-800(3)
- B737-800(4)
- EMB-145



400
Aeromobili in flotta
per corto
e lungo raggio

70 mln
Viaggiatori annui
trasportati
dalla compagnia

983
Città in 178 paesi
raggiunti
dal vettore

ROTTA

I voli China Eastern coprono 983 destinazioni grazie alla alleanza con i partner Skyteam.



aeromobili per il lungo e il corto viaggio, con un'età media inferiore ai sette anni. Il vettore trasporta circa 70 milioni di viaggiatori l'anno e si colloca tra le prime 5 compagnie aeree del mondo in termini di volume di trasporto passeggeri. In quanto membro di Sky-Team il vettore ha esteso la sua rete di voli da Shanghai a 983 città in 178 Paesi attraverso una stretta collaborazione con le altre compagnie associate. China Eastern Airlines offre, inoltre, ai propri viaggiatori un programma per frequent flyers che si chiama Eastern Miles e permette di accumulare miglia, partecipare al programma di riscatto punti, godere di vantaggi esclusivi ed utilizzare una qualsiasi delle 503 sale Vip presenti in tutto il mondo all'interno delle aree Sky-Team delle compagnie affiliate.



<http://it.ceair.com>
info@chinaeastern.it

CON CHINA EASTERN AIRLINES DALL'AEROPORTO AL CENTRO CITTÀ

China Eastern Airlines offre in esclusiva per i propri viaggiatori di Business Class il nuovo servizio di transfer di lusso dall'aeroporto di Shanghai all'hotel in centro città. «Abbiamo aperto questo servizio solo da qualche mese – spiega Wei Cui, sales & marketing manager di China Eastern Airlines in Italia -. Consiste nell'offerta, ai passeggeri che hanno acquistato un biglietto di Business Class da Roma, di una macchina di lusso per il trasferimento dall'aeroporto di Shanghai al centro città (e viceversa per la data del ritorno)». Il transfer è gratuito per una destinazione compresa nel raggio di 60 km dall'aeroporto. Dopo questo limite di distanza, il viaggio costa 5 yen cinesi al chilometro. Il passeggero può prenotare il servizio anche tramite l'agenzia di viaggi, l'importante è che la prenotazione sia effettuata entro massimo 3 giorni dalla partenza. I passeggeri China Eastern Airlines che volano in Business Class a Shanghai, come a Roma, hanno la possibilità di utilizzare le Lounge aeroportuali riservate e il servizio di special security check pass.

ORA UNO STOP OVER A SHANGHAI CONVIENE

Dal 1° gennaio 2013 è entrata in vigore la nuova regola dell'Immigrazione Cinese per cui i passeggeri in transito a Shanghai possono facilmente ottenere un visto turistico gratuito di 72 ore per un interessante stop over nella metropoli cinese. «Si tratta di una notizia molto importante, che siamo certi interessa i nostri clienti – dice Wei Cui, sales & marketing manager di China Eastern Airlines in Italia -. Ora chi passa per Shanghai ha 72 ore di visto gratuito, invece dei circa 100 euro che servono per quello tradizionale, e la procedura per ottenerlo è molto semplice. In questo modo, si agevolano le opportunità di visita in città da parte di chi viaggia via Shanghai verso le altre destinazioni in Cina e nel mondo. Un Paese su cui puntiamo molto per i collegamenti in connessione è il Giappone, dove siamo i primi, con 14 scali collegati direttamente via Shanghai. Inoltre,



andiamo in Australia a Melbourne, Cairns e Sydney». Da Shanghai China Eastern collega molto facilmente tutte le destinazioni cinesi e poi Thailandia, Malesia, Indonesia, e tutto il Sud asiatico. La compagnia offre inoltre voli giornalieri per le celebri isole Phuket e Bali. La connessione è molto semplice, perché partendo dall'Italia si arriva a Shanghai nel pomeriggio e i collegamenti per queste destinazioni sono la sera. In caso contrario, se non fosse possibile partire la sera stessa, China Eastern Airlines offre la notte in albergo in aeroporto.

CINA



*Alberghi di 1a Superiore e Lusso
 Pensione completa con pasti occidentali
 Guide e accompagnatori italiani*

200 PARTENZE DI GRUPPO E VIAGGI INDIVIDUALI

MARCO POLO

PECHINO | XI'AN | SHANGHAI
 9 GIORNI / 6 NOTTI
 6/4 13/4 20/4 27/4 4/5 18/5
 25/5 1/6 15/6 29/6 6/7 13/7
 20/7 27/7 3/8 10/8 17/8 24/8
 31/8 7/9 14/9 21/9 28/9 12/10
 26/10 2/11 9/11 23/11 27/12
 18/12 8/2 22/2 1/3 15/3 29/3
QUOTE DA EURO 1.340

CANALI E GIARDINI

PECHINO | XI'AN |
 GUILIN | NANCHINO |
 SUZHOU | SHANGHAI
 HONG KONG
 14 GIORNI / 11 NOTTI
 29/4 27/5 17/6 15/7 5/8 12/8
 9/9 21/10 26/12 24/3
QUOTE DA EURO 2.960

PRISMA DI GIADA

PECHINO | XI'AN | GUILIN | SHANGHAI
 11 GIORNI / 8 NOTTI
 8/4 15/4 23/4 29/4 6/5 13/5
 20/5 27/5 10/6 24/6 1/7 8/7
 15/7 22/7 29/7 5/8 12/8 19/8
 26/8 2/9 9/9 16/9 23/9 7/10
 14/10 21/10 28/10 4/11 25/11
 26/12 3/2 3/3 17/3 24/3
QUOTE DA EURO 1.580

CLASSICI RIVISITATI

SHANGHAI | HANGZHOU | NANCHINO |
 SUZHOU | GUILIN | XI'AN | PECHINO
 15 GIORNI / 13 NOTTI
 8/4 12/4 27/4 11/5 1/6 22/6
 29/6 6/7 13/7 20/7 27/7 3/8 8/8
 17/8 24/8 31/8 7/9 28/7 12/10
 26/10 16/11 22/12 15/3
QUOTE DA EURO 2.170

FIORI E SCULTURE

PECHINO | XI'AN | CHENGDU | LESHAN |
 EMEISHAN | DAZU | CHONGQING |
 KUNMING | GUILIN | SHANGHAI
 19 GIORNI / 16 NOTTI
 2/7 9/7 6/8 3/9
QUOTE DA EURO 2.990

CORNICE DELLA STORIA

PECHINO | NANCHINO | SUZHOU |
 SHANGHAI | GUILIN | XI'AN |
 15 GIORNI / 13 NOTTI
 14/4 21/4 5/5 26/5 9/6 16/6
 30/6 14/7 28/7 4/8 11/8 18/8
 1/9 15/9 6/10 20/10 17/11 22/12
 19/1 23/2 16/3
QUOTE DA EURO 2.220

UNIVERSO DI COLORI

SHANGHAI | HANGZHOU | SUZHOU |
 NANCHINO | XI'AN | PECHINO |
 15 GIORNI / 13 NOTTI
 1/4 14/4 22/4 6/5 27/5 10/6
 17/6 30/6 14/7 28/7 5/8 12/8
 19/8 1/9 15/9 6/10 20/10
QUOTE DA EURO 2.120

LA VIA DELLA SETA

SHANGHAI | XI'AN | LANZHOU |
 BINLINGSI | DUNHUANG | TURFAN |
 URUMQI | KASHGAR | PECHINO
 18 GIORNI / 16 NOTTI
 6/8 20/8
QUOTE DA EURO 4.260

LA LUNA NEL LAGO

PECHINO | XI'AN | CHENGDU | EMEISHAN
 LIJIANG | DALI | KUNMING | GUILIN |
 SHANGHAI
 19 GIORNI / 17 NOTTI
 31/5 28/6 26/7 2/8 9/8 30/8
QUOTE DA EURO 3.160

VENTAGLI DI FIORI DI PESCO

PECHINO | TAIYUAN | PING YAO | XI'AN |
 HANGZHOU | SUZHOU | SHANGHAI
 14 GIORNI / 11 NOTTI
 3/4 17/4 1/5 8/5 22/5 5/6 12/6
 3/7 10/7 17/7 24/7 31/7 7/8
 14/8 21/8 28/8 4/9 18/9 2/10
 23/10 25/12 26/2 12/3 26/3
QUOTE DA EURO 2.030

LA TERRA DEI LAMA

SHANGHAI | CHENGDU | LESHAN | EMEI-
 SHAN | LHASA | GYANTZE | XIGATZE |
 XI'AN | PECHINO
 20 GIORNI / 18 NOTTI
 1/8 8/8
QUOTE DA EURO 4.720

GERMOGLI DI PRUGNO

SHANGHAI | HANGZHOU | NANCHINO |
 PECHINO | XI'AN | GUILIN | HONG KONG
 15 GIORNI / 13 NOTTI
 7/6 28/6 5/7 12/7 26/7 2/8 9/8
 16/8 30/8 13/9 4/10
QUOTE DA EURO 2.970

In collaborazione con Ufficio Nazionale del Turismo Cinese



华亚旅行社
CHINASIA
 TOUR OPERATOR

in collaborazione con:



“La luna nel lago”
Il tour più richiesto

Gli itinerari Chinasia si intendono a pensione completa, pasti e bevande inclusi. Sono compresi anche escursioni e guide.

«I mesi migliori per visitare la Cina sono aprile, maggio, giugno, settembre e ottobre.

Le partenze italiane si concentrano prevalentemente nei mesi di luglio e agosto.

Un viaggio molto richiesto è La luna nel lago: si tratta di un tour di 19 giorni (17 notti) che tocca Pechino, Shanghai, Xian (Con la visita all'Esercito di Terracotta), lo Yunnan dove vive la maggior parte delle minoranze etniche cinesi».

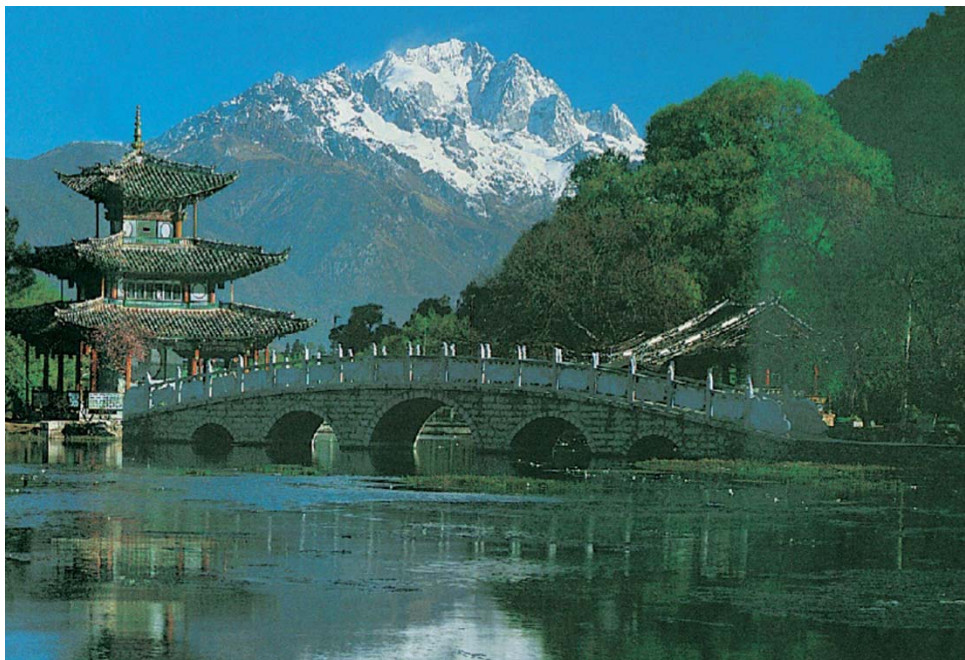
Un' alternativa più breve è il viaggio Marco Polo: 9 giorni, 6 notti. Tocca Pechino, Xian e Shanghai, con prezzi a partire da 1340 euro «sempre tutto incluso e in hotel di categoria 4 stelle superiore».



Una Paese per tutti



“Non abbiamo mai riscontrato cali sulla destinazione”,
Laura Grassi



Chinasia è senza dubbio un punto di riferimento per i viaggiatori che scelgono la Cina. Laura Grassi Amministratore Unico di Chinasia, definisce il Gigante Asiatico «un Paese emergente da più punti di vista, non soltanto per la sua notevole crescita economica ma anche per la capacità di attrarre turismo leisure».

Capacità che non è certo venuta meno negli anni della crisi, infatti, continua Grassi, «non abbiamo mai riscontrato cali sulla destinazione, al

contrario: dal 2011 al 2012 le statistiche ci indicano un incremento del 15% e si prospetta altrettanto per il 2013. Inoltre, riscontriamo una certa separazione di tendenze tra turismo business e leisure: uno non è per forza il traino dell'altro, anche se, senza dubbio, il traffico business contribuisce a far parlare della destinazione Cina e a suscitare curiosità. E gli italiani, si sa, sono curiosi e viaggiatori per natura...».

Un ruolo fondamentale l'hanno giocato però anche le compagnie aeree. «Un biglietto per Pechino si può trovare anche sui 300 euro, senza contare che tante compagnie europee hanno varato programmi fedeltà che consentono di accumulare miglia». Il ritratto - tipo del turi-

sta italiano che sceglie la Cina corrisponde a «un viaggiatore esperto, che ha già visitato diversi Paesi e che ora non ha paura di misurarsi con una cultura lontana».

Anche i più esperti, però, devono fare attenzione: «Non bisogna sottovalutare il viaggio, per tante ragioni, dalla burocrazia alle diverse usanze della vita quotidiana. Anche se le nuove generazioni stanno imparando bene l'inglese, la barriera linguistica è tuttora un problema, persino negli hotel di alto livello. Diventa quindi indispensabile appoggiarsi a un tour operator esperto, in grado di risolvere le piccole e grandi questioni pratiche lasciando al cliente la libertà di godersi la vacanza».

L'età dei viaggiatori diretti in Cina è altrettanto variegata, «si va dai 30 ai 70 anni, molti sono senior ma in generale è un pubblico variegato». Una recente tendenza è scegliere la Cina anche per i viaggi di nozze: «generalmente chiedono un viaggio di circa 10 giorni, che comprende Pechino, Shanghai e un'estensione mare in Thailandia o in Indonesia».



www.chinasia.it
info@chinasia.it



VIAGGI DELL'ELEFANTE

T O U R O P E R A T O R

Speciale Cina

Anteprima nuovo catalogo Cina 2013

Viaggio	Partenze	Prezzo p.p.
CINA INDIVIDUALE 4* 9 giorni	Giornaliere	Da € 1.700
CINA CLASSICA 11 giorni	22/02, 16/03, 28/03, 6/04, 20/04, 27/04 11/05, 25/05, 8/06, 29/06, 06/07 27/07, 03/08, 10/08, 17/08, 24/08, 07/09 21/09, 05/10, 26/10, 16/11, 26/12	Da € 1.750
GRAN VIAGGIO IN CINA 16 giorni	24/04, 11/08 26/10, 28/12	Da € 3.200
CINA IMPERIALE E HONG KONG 16 giorni	28/03, 20/04, 20/07 03/08, 10/08, 24/08 26/10, 26/12	Da € 3.600



Veniteci a trovare in fiera
CINA Padiglione 2, stand F11 - G16

VIAGGI DELL'ELEFANTE S.P.A.

UFFICIO BOOKING CINA - ROMA Via d'Ascanio 8/9 - Via Via dei Condotti 61/A - Tel. 0660513001 - Fax 066796164
UFFICIO BOOKING - MILANO Via Fiori Chiari 18 - Tel 0236631015 - Fax 0236631014
preventivi@viaggidellelefante.it / cina@viaggidellelefante.it - www.viaggidellelefante.it

VIAGGI DELL'ELEFANTE
TOUR OPERATOR

Non solo lusso...



Alessio Colantoni, product manager Cina e Giappone Viaggi dell'Elefante, riscontra negli ultimi anni «un cambiamento nelle richieste e nelle scelte delle mete e degli itinerari, in particolare, dell'area leisure. Se fino a pochi anni fa i nostri clienti ci chiedevano itinerari classici per la conoscenza delle più famose città della Cina, negli ultimi anni è cresciuta la richiesta di visitare regioni meno conosciute e aree con maggior caratterizzazione. Alcuni esempi: Yunnan, Regioni del Sud, minoranze etniche, itine-

riario della Via della Seta. Questo testimonia certamente un incremento di clienti repeater ma anche un cliente più curioso ad approfondire cultura e tradizioni meno conosciute». Continua Colantoni: «c'è stato un incremento dell'offerta voli da parte delle Compagnie aeree. Da un alto questo ci ha permesso di avere una maggior possibilità di selezionare migliori voli (come tariffe e come tipologia di tratta e di compagnia) per i nostri clienti individuali. Per quanto riguarda invece i gruppi o comunque la contrattazione con le singole compagnie aeree per posti volo in allot-

ment o comunque a tariffe migliorative per gruppi, la gestione della parte volato è più complessa. I cinesi, infatti, sono ormai, un popolo di grandi viaggiatori in tutto il mondo, soprattutto in Italia e le tratte aeree sono riempite da questo tipo di flusso turistico che riesce ad avere tariffe migliori proprio perché è maggiore e costante». La destinazione Cina per Viaggi dell'Elefante «nell'anno 2012 non ha subito cali, anzi l'anno si è chiuso con un segno positivo in particolare per i flussi turistici di Gruppi. La crisi non ha influito nemmeno sulla quota media pratica. I flussi turistici per la Cina sono però più diversificati e di livello socio-economico più alto». Il punto di forza di Viaggi dell'Elefante sulla destinazione è «la personalizzazione dei viaggi e l'alta qualità dei prodotti e servizi. Per l'anno 2013 evidenziamo questi plus: ricerca continua e diretta da parte della sede di alberghi, ristoranti e guide cinesi di grande preparazione storico/culturale; ufficio Viaggi dell'Elefante a Pechino con nostro corrispondente che ci consente di avere un'assistenza diretta e costante e di disporre dei migliori contatti e quotazioni; accompagnatore dall'Italia; esperienze di lifestyle, ovvero escursioni, visite o proposte in aggiunta agli itinerari classici per approfondire la conoscenza del Paese, delle sue tradizioni e del modo di vivere odierno. Tra queste citiamo, Cena al Cina Club, visita dell'asta dei fiori, aperitivi in locali di tendenza, brevi escursioni in bicicletta e molto altro ancora».



“**Registriamo certamente una crescita di clienti repeater**”

Alessio Colantoni



Il meglio della Cina e Hong Kong 2013

«Evidenziamo due itinerari: il primo è la Cina Classica, un itinerario di 11 giorni per un massimo di 25 persone con assistenza di accompagnatore cinese parlante italiano al raggiungimento dei 10 passeggeri. Il vettore è Air China, insieme alle maggiori compagnie di linea, quota a partire da 1.750 euro per persona in camera doppia. Questo viaggio visita le 4 maggiori attrazioni turistiche della Cina: Pechino; la Grande Muraglia e la "Città Proibita" residenza degli imperatori; Xian, con l'Esercito di Terracotta; Guilin e Shanghai, metropoli immensa e motore economico del paese. Un'estensione di tre giorni permette la visita di Suzhou, Hangzhou e Tongli». Il secondo itinerario è la Cina Imperiale ed Hong Kong: tour di 15 giorni, accompagnatore dall'Italia al raggiungimento dei 10 passeggeri, hotel 5 stelle con pensione completa, a partire da 3.500 euro. «Si tratta di un circuito classico con tappe a Shanghai, Suzhou, Nanchino, Pechino, Guilin e Hong Kong».



www.viaggidellelefante.it
Info@viaggidellelefante.it

Yunnan e Cina tipica

Tour individuale 17 giorni/15 notti da 3.050 euro più volo
1° giorno: volo Italia-Pechino.
2° giorno: Pechino: visita di piazza Tienanmen. Cena in hotel.
3° giorno: Grande Muraglia e tombe della dinastia Ming. Cena a base di anatra laccata.
4° giorno: Visita alla Città Proibita e al Palazzo Imperiale d'Estate. **5° giorno:** Pechino - Visita al Tempio del Cielo. Nel pomeriggio partenza per Xi'an.
6° giorno: Xi'an: l'Esercito di Terracotta, la cinta muraria dinastia Ming e la pagoda della Grande Oca Selvatica.
7° giorno: Kunming. Escursione alla Foresta di Pietra.
8° giorno: Partenza per Dali.
9° giorno: Trasferimento a Lijiang.
10° giorno: Lijiang: la montagna Yulong, il tempio dei Lama Yufeng, il museo della cultura Dongba, il villaggio Baisha.
11° giorno: Trasferimento a Zhongdian.
12° giorno: Zhongdian: visita al monastero Song Zan Lin Si.
13° giorno: Rientro a Kunming. Nel pomeriggio partenza per Guilin.
14° giorno: Guilin: escursione in motobarca sul fiume Li.
15° giorno: Visita della collina Fubo, della Grotta del flauto di canna e della Collina della proboscide d'elefante. Partenza per Shanghai.
16° giorno: Tour di Shanghai, pranzo in ristorante. Cena libera.
17° giorno: Prima colazione e rientro in Italia.



“**Proponiamo 18 itinerari che coprono tutte le aree più interessanti del Paese**”

Michele Vignieri



DGV Travel
Tour Operator

Nel segno del tailor made



Nato dalla passione per l'Estremo Oriente di Michele Vignieri e Davide De Caro, l'operatore romano Dgv Travel si è costruito negli ultimi anni una solida reputazione come specialista in viaggi tailor made in Cina - suo prodotto di punta - ma anche in Vietnam, Cambogia, Laos, Birmania, Indonesia, Malesia e Singapore. Merito di una grande attenzione per dettagli come guide qualificate in italiano,

tour con autista, assistenza telefonica h24 in loco e dall'Italia, partnership collaudate sia con primarie agenzie di incoming sia con enti del turismo. «A partire dal 2009 - spiega Michele Vignieri - abbiamo concentrato la nostra attività sul web investendo su Google, che tramite la ricerca per parole chiave facilita l'incontro tra il cliente e il nostro sito www.dgvtravel.com. Qui proponiamo per la sola Cina 18 itinerari che coprono tutte le aree più interessanti della destinazione e possono essere personalizzati in base al budget o agli interessi del viaggiatore». Forte di numerose recensioni positive su TripAdvisor e QViaggi, Dgv Travel conta

su una clientela di target medio-alto che genera pratiche del valore medio di circa 3 mila euro, volo dall'Italia compreso, per viaggi di due settimane: «Attraverso il sito è possibile richiedere un preventivo che verrà elaborato e consegnato nel giro di 48 ore - precisa Vignieri - ma le successive fasi di consulenza al cliente avvengono via telefono, in modo da personalizzare il più possibile l'itinerario».

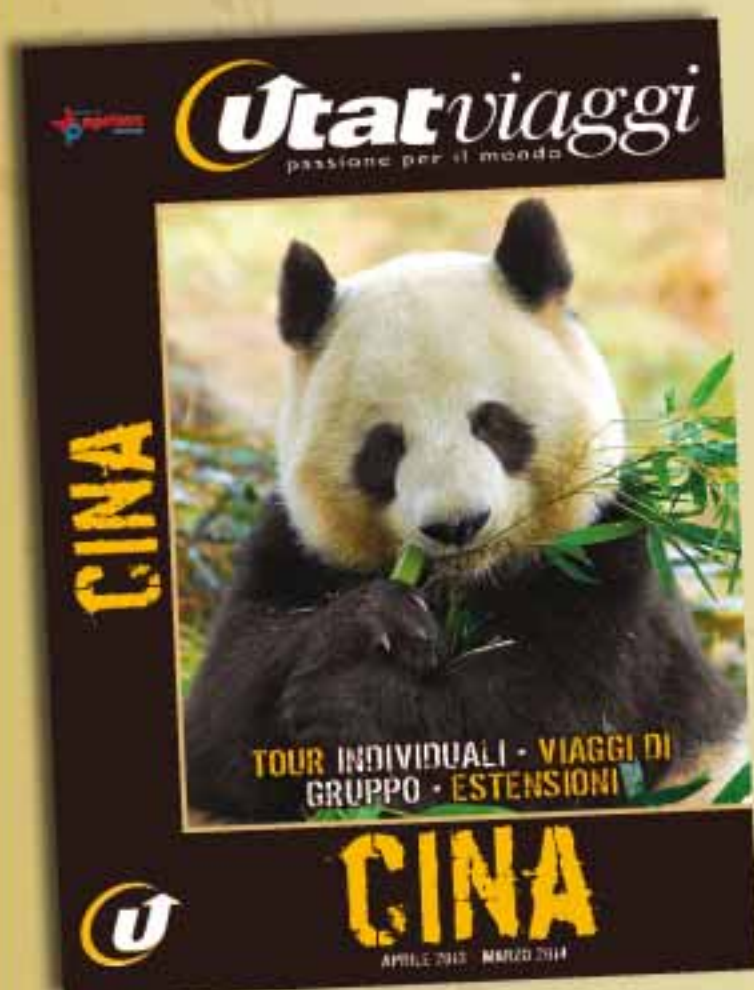
Anche il Vietnam - soprattutto abbinato alla Cambogia - sta regalando a Dgv Travel buone performance di vendita, ma senza dubbio «la Cina è il prodotto che tra il 2011 e il 2012 ha generato la crescita maggiore, con un +26% di passeggeri ed un +53% di fatturato». In cima alle preferenze dell'operatore spiccano lo Yunnan, regione meridionale al confine con Birmania, Laos e Tibet dove esiste la maggiore diversità di gruppi etnici, l'affascinante zona carsica di Guilin ed infine l'isola tropicale di Hainan, ideale per concludere la vacanza con alcuni giorni di relax sulla spiaggia in strutture alberghiere di livello internazionale.



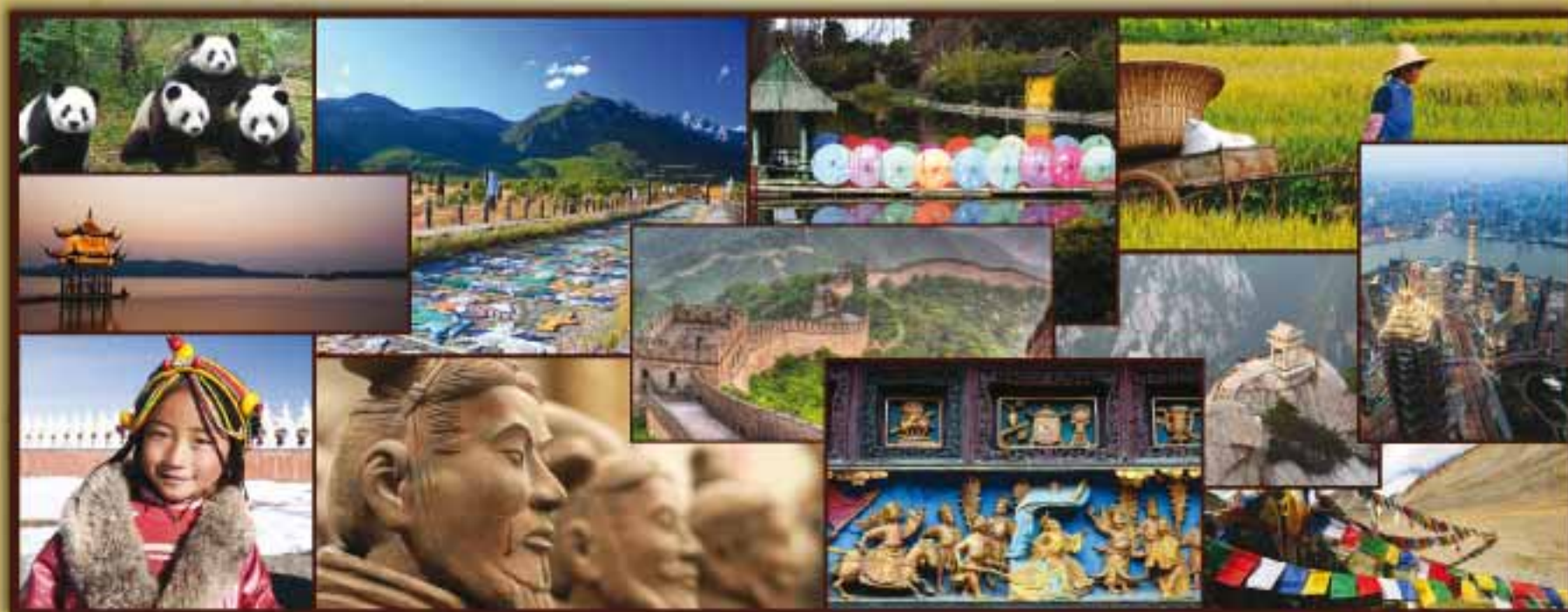
www.dgvtravel.com
preventivi@dgvtravel.com

DAI INIZIO CON NOI AD UNA STRAORDINARIA
AVVENTURA: LA SCOPERTA DELLA

CINA



- Partenze individuali e di gruppo
- Estensioni
- Tour classici
- Viaggi firmati Utat
- Itinerari tematici
- Speciale Sichuan
- Hotels di charme
- Soggiorni mare



Utatviaggi
passione per il mondo

booking@utat.it
www.utat.it

Tariffa Urbana
848.46.60.00

Utatviaggi
passione per il mondo

Gli itinerari tematici



Arianna Pradella, direttore commerciale di Experience Travel Team riscontra una tendenza interessante nei rapporti Italia-Cina: «Si registra un costante aumento negli scambi commerciali che porta ad un incremento nel segmento business e degli scambi/culturali fra scuole, ma il nostro core business sulla Cina è decisamente il leisure». Le ragioni alla base della crescita leisure sono diverse. «La destinazione è divenuta accessibile, un po' per la maggiore conoscenza che tutti ne hanno e un po' per l'abbassamento

dei costi. Si registra quindi un netto aumento fra gli "absolute beginners" che vi si recano e che tendono a toccare le destinazioni più consuete, i must». Ovvero: viaggiatori con un buon bagaglio di esperienze alla ricerca di nuove emozioni. «Buona parte dei viaggiatori che si recano in Cina per la prima volta si trasforma poi in "repeater", e successivamente richiedono itinerari sempre più originali, tematici, che vadano dritti al cuore della cultura e della storia del Paese». Riassu-

mendo: aumento di visitatori che vanno in Cina per la prima volta, e aumento di richieste sempre più specifiche e specialistiche da parte di repeaters». A rendere più accattivante la destinazione ha contribuito il pricing aggressivo delle compagnie aeree, al punto che anche nel picco della crisi «non ci sono stati cali sul prodotto Cina e il forte appeal esercitato sul consumer delle cosiddette compagnie del golfo ha portato tutte le altre compagnie a rivedere le tariffe e fare campagne promozionali per gruppi e per individuali». Pradella riassume così i punti di forza dell'offerta Experience Travel sulla destinazione Cina: «il primo è la contrattazione diretta con i vari fornitori senza intermediazione di un corrispondente locale, grazie alla presenza di uffici di nostra proprietà sul territorio cinese (nel 2012 è stato aperto il 2° ufficio, questa volta a Chengdu, nel Sichuan). Il secondo punto



“Buona parte dei nostri viaggiatori si trasforma in repeater”

Arianna Pradella

Sichuan e città sull'acqua

Il nuovo catalogo Cina 2013 prevede 4 tipologie di programmi:

- 1 - partenze garantite sempre, con guida parlante italiano e nessun minimo richiesto
- 2 - estensioni tematiche (minimo 2) abbinabili alle garantite, per la personalizzazione del proprio viaggio
- 3 - tour classici (minimo 10) che rappresentano il cuore del nostro prodotto e vengono ogni anno aggiornati e modificati
- 4 - i viaggi firmati Utat itinerari speciali, che cercano un'alternativa ai programmi consueti. «Questi viaggi -sottolinea Pradella -rappresentano la nostra continua ricerca e il nostro approfondimento. In quest'ultima sezione quest'anno abbiamo aggiunto tour specifici nella regione del Sichuan, abbinamenti Sichuan + Yunnan o Sichuan + Tibet, e dei programmi dedicati alle Città sull'Acqua meno consuete, che ripercorrono viaggi ed esplorazioni del nostro primo viaggiatore in Cina: Marco Polo».



www.utat.it
booking@utat.it

Bestseller Il Gran Tour della Cina

Tra le varie offerte disponibili nel catalogo Kuoni sulla destinazione Cina, la scelta degli italiani tende a vertere sul classico.

Commenta infatti Asborno: «Il nostro best-seller è indubbiamente il Gran Tour della Cina, un tour completo di 17 giorni attraverso le antiche capitali, i patrimoni artistici, le bellezze naturali; i felici connubi fra modernità e tradizioni, le giunche ed i grattacieli.

Un invito a scoprire il meglio della Cina: Pechino, Nanchino, Suzhou, Shanghai, Xian, Guilin, Canton e Hong Kong, con partenze a date fisse garantite con un minimo di 6 partecipanti».



“Gli italiani sono sempre meno "timorosi"”

Claudio Asborno



KUONI Un'offerta ampia e flessibile



Kuoni Italia guarda all'Oriente da una nuova prospettiva: quella internet. Da febbraio 2013 sarà attivo il nuovo sistema di prenotazioni online G@te24 di Kuoni Italia, che consente di realizzare preventivi e di effettuare prenotazioni per viaggi su misura, compresi escursioni, trasferimenti, tour, noleggi auto e voli di linea (anche multipoint). Saranno immediatamente preventivabili e prenotabili online destinazioni come Stati Uniti, Messico, Caraibi, Maldive, Mauritius, Seychelles, Emirati Arabi, Thailandia ed Indonesia. In

seguito il sistema sarà esteso a Sud Africa, Australia, Canada, Cina, Giappone, Malesia. C'è da scommettere che la destinazione Cina beneficerà ulteriormente della nuova soluzione targata Kuoni. Claudio Asborno, Head of Product Department e Asia Market Manager di Kuoni Italia, descrive così l'approccio del Belpaese alla Cina: «Possiamo affermare che gli Italiani sono sempre meno "timorosi" nell'approccio alla destinazione e ciò contribuisce ad allargare un po' i loro orizzonti e, di conseguenza, gli itinerari classici, che restano però i più richiesti per la semplice ragione che per la quasi totalità dei nostri clienti si tratta del primo viaggio in Cina». Anche per Kuoni, «il 2012 si è rivelato un anno molto positivo per la destinazione, sia per gli individuali che per i gruppi, ri-

sultato che a nostro avviso ha valenza doppia se pensiamo al trend generale del lungo raggio, non certo positivo nel 2011». Aggiunge Asborno: «Con ogni probabilità, la crisi ha influito sulla performance della destinazione, in quanto avremmo probabilmente raccolto di più in un contesto diverso».

I punti di forza di Kuoni sulla destinazione Cina sono diversi, ma comunque riconducibili «senza dubbio alla flessibilità tipica del Dna Kuoni, unita ad un'offerta sempre più ampia e diversificata di tour garantiti con partenze settimanali e guide in italiano».

Va specificato che la novità G@TE24 coinvolge anche

Best Tours; il nuovo strumento, accessibile dalla homepage del sito www.kuoni.it, offre la garanzia della tariffa voli migliore. Le agenzie potranno inoltre avvalersi di un helpdesk attivo dalle 10 alle 18 (dal lunedì al venerdì) e dalle 10 alle 12.30 (sabato mattina). Le agenzie di viaggio che effettueranno le prenotazioni interamente online potranno avvalersi di una notevole convenienza economica proposta dal contratto multibrand Kuoni/Best Tours 2013.



www.kuoni.it

Incantevole Cina



Il fascino della Cina attrae sempre più visitatori italiani. Lascia che anche i tuoi clienti godano della sua ricca varietà di panorami, suoni e sapori: dal patrimonio storico, culturale ed artistico delle sue città ai paesaggi rurali.

Con TravelCube puoi prenotare:

1665 hotels in 140 destinazioni in tutta la Cina da Pechino e Shanghai a Guangzhou e Xian

Strutture da 2 a 5 stelle per i business travellers vicino agli aeroporti o ai centri affaristici delle città, ma anche hotels posizionati a solo mezz'ora a piedi dal Tempio dei Sei Fichi d'India del VI° secolo e molti altri monumenti storici.

TravelCube offre anche **245 escursioni e tours** in Cina tra cui:

- ◆ Tour della Città Proibita, Tempio del Paradiso e Palazzo d'Estate
- ◆ Guerrieri di Terracotta e Sorgenti Termali Calde di Huaqing
- ◆ Crociera sul lago Erhai e visita all'antico villaggio di Dali
- ◆ Lezione di cucina cinese di mezza giornata in varie località
- ◆ Cena con biglietti per l'Opera di Pechino o uno show di kung fu
- ◆ E molti altri tour di mezza o intera giornata...

Infine, con **261 trasferimenti** privati in tutta la Cina è facile portare i tuoi clienti da un posto all'altro.

Vendi la Cina con successo in www.travelcube.com

hotels • appartamenti • escursioni • trasferimenti

 **travelcube**

travelcube www.travelcube.com/it
hotels • appartamenti • escursioni • trasferimenti

Innovativi e di tendenza



Roberta Volpi country manager per l'Italia di TravelCube conferma il fascino crescente che la Cina esercita sugli occidentali. «È noto il gran numero di turisti cinesi in uscita in tutto il mondo, ma negli ultimi anni la Cina è diventata protagonista tra le destinazioni turistiche, annoverando un numero sempre maggiore di turisti in entrata». I viaggiatori che guardano a oriente non sono soltanto business travellers: «il mercato emergente e il boom economico è senz'altro motivo di crescita del settore viaggi

d'affari - dichiara Volpi - ma la Cina offre un potenziale turistico illimitato che trova risposta anche nel crescente interesse per il patrimonio culturale del paese. Il fascino dell'antico e dell'estremo oriente spinge sempre più turisti ad avvicinarsi a tesori storici ed architettonici come Shanghai, Shenzhen e Hangzhou». Tre destinazioni che si confermano tra le scelte preferite degli italiani. Continua Volpi: «TravelCube ha saputo intuire la nuova tendenza ed ha programmato per l'ultimo quadrimestre del 2012 una campagna incentrata sulle

maggiori destinazioni asiatiche. "Destinazione Asia" ha coinvolto per 4 mesi le agenzie italiane, spagnole, francesi, tedesche, inglesi e portoghesi, nella promozione di destinazioni come Malesia, Thailandia, Giappone, Singapore ed ovviamente Cina. Colorati banner si sono susseguiti nel portale online www.travelcube.com/it ed accattivanti newsletters sono state inviate ai clienti per porre l'attenzione su tariffe ridotte fino al 50% sul prezzo originario e sulle numerosissime offerte 4x3». I risultati non si sono fatti attendere: «Il numero di room nights rispetto al 2011 ha visto una crescita a doppia cifra nelle prenotazioni effettuate per gli alberghi in promozione. Malgrado la situazione economica non favorevole la campagna ha ottenuto un grande successo ed ha visto incrementare le prenotazioni delle agenzie di viaggio, grazie anche alla nostra capacità di offrire un vasto range di destinazioni che ci permette di ottenere inventory e tariffe vantaggiose in tempo reale».

Il focus sulla Cina e sugli altri paesi asiatici continuerà anche nel 2013. Continua Volpi: «gli agenti di viaggio potranno prenotare facilmente molte strutture a prezzi competitivi ma anche servizi a terra, tour con guide professionali e trasferimenti».



“**Negli ultimi anni la Cina è diventata una delle protagoniste del turismo mondiale**”

Roberta Volpi

Escursioni alla scoperta di Pechino

«Proponiamo una combinazione di escursioni alla scoperta di Pechino. Tutti includono pick up e drop off in hotel, veicolo privato, visite guidate in Inglese, Spagnolo, Francese o Tedesco, oltre a Giapponese e Mandarino» specifica Volpi. La prima escursione proposta è la visita della Città proibita abbinata alla visita al Tempio del Paradiso, per dirigersi verso un centro d'arte tradizionale della lavorazione della seta cinese. Il tour termina con la visita del Palazzo Estivo. La seconda escursione prevista è di un giorno alla Grande Muraglia di Mutianyu e la Tomba di Dingling. Tra la visita delle famose tombe imperiali e la sosta di 2 ore alla Grande Muraglia saranno a disposizione 45 minuti per una visita alla fabbrica della lavorazione della giada. «Per concludere proponiamo l'escursione al Villaggio di Chuan Di Xia, costruito più di 500 anni fa durante il periodo della Dinastia Shin e Qing. Il tour prevede un delizioso pranzo che sarà servito nella casa di un abitante del villaggio».



www.travelcube.com/it
booking.it@travelcube.com

Shanghai





Un'offerta completa



Michele Serra, pm Cina di Mistral Tour, operatore del Consorzio Quality Group, commenta così la costante crescita di interesse per la destinazione da parte del mercato italiano « La Cina è un paese forte ed emozionante, che colpisce per i suoi contrasti e la sua magia, non a caso a ben 37 anni rappresenta il cuore pulsante e il fiore all'occhiello della programmazione Mistral Tour». La crescita della destinazione si lega anche alle offerte delle compagnie aeree, che crea un circolo virtuoso a beneficio dei clienti finali: «L'offerta aerea in questi ultimi anni sulla Cina è aumentata in

modo esponenziale. Ciò ci ha permesso di lanciare ottime offerte e nuovi itinerari che hanno arricchito ulteriormente la nostra inimitabile programmazione». Programmazione di cui Serra va particolarmente fiero: «il catalogo Mistral dedicato alla Cina non ha eguali in Italia per completezza e per esperienza. Lo confermano l'elevato numero di tour di gruppo in assoluta esclusiva, con partenze sempre garantite ogni settimana. Nessuno dei nostri viaggi è proposto in compartecipazione con altri operatori, con guide collettive o con servizi condivisi. Ogni itinerario è disegnato in totale esclusiva in base alla nostra esperienza e nasce da una verifica

costante dei nostri esperti, dei nostri corrispondenti e del nostro ufficio di Pechino. Mistral Tour è stato, infatti, il primo operatore italiano che ha aperto un proprio ufficio a Pechino, con personale in lingua italiana, a disposizione dei clienti 24 ore su 24.

«L'ufficio si occupa di assistere i viaggiatori, di controllare e coordinare i servizi resi dal corrispondente, di monitorare la situazione dei nuovi alberghi e, soprattutto, di selezionare e preparare le migliori guide disponibili. Abbiamo così creato un gruppo di guide private che parlano italiano e che lavorano in esclusiva per Noi».

Continua ancora Serra: «Abbiamo introdotto una nuova figura in Mistral Tour, il Quality Manager, che ha il compito di migliorare continuamente i nostri servizi e personalizzare ogni viaggio, in contatto diretto con il nostro ufficio a Pechino e con i nostri corrispondenti. Tra le novità dell'anno, poi, per proteggere i nostri clienti dalla continua fluttuazione delle valute, abbiamo deciso di bloccare ogni adeguamento valutario al momento della conferma del viaggio.

Infine, per la cancellazione antecedente la partenza di uno qualsiasi dei nostri viaggi da catalogo, anche in caso di annullamento all'ultimo secondo, la Mistral Tour rimborserà l'intera quota di partecipazione già versata, ad esclusione di un contributo spese forfettario che varia dal mino del 5% al massimo del 15%».



“**Mistral è stato il primo operatore italiano ad aprire un proprio ufficio a Pechino**”

Michele Serra

Una Cina inconfondibile

«Quest'anno abbiamo notevolmente ampliato la sezione dei "viaggi in libertà", per chi ama muoversi in autonomia, organizzandosi per conto proprio le visite, proponiamo ben 7 affascinanti soluzioni dai 6 ai 18 giorni» sottolinea Michele Serra, che continua: «Tra le novità per i viaggi di gruppo, segnaliamo "Magica Cina", effettuata con volo della China Eastern Airlines da Roma per Shanghai. Si tratta di un viaggio in esclusiva di 15 giorni che tocca le città e le località principali del Paese, con quote a partire da ? 1.945 a persona e pensione praticamente completa». All'inizio o alla fine di ogni viaggio è possibile aggiungere un'estensione nelle zone più remote e affascinanti della Cina o dei Paesi confinanti. Nella ricchissima sezione "Tesori nascosti" Mistral tour ha raccolto ben 15 proposte alla scoperta di luoghi incantati, alcuni dei quali scoperti proprio da Michele Serra e da lui lanciati sul mercato italiano. Si parte del tour dello Shanxi, la provincia delle lanterne rosse, per giungere allo Hunan, "il pianeta degli Avatar". E ancora Shandong, la patria di Confucio e la Manciuria». Tra i tour individuali, nuovo è il viaggio "Cina d'autore" di 16 giorni, della linea QExperience, «un itinerario di grande prestigio che combina località classiche del Paese, con altre minori, ma di grande fascino, come Fenghuang, una delle più belle città storiche cinesi».



www.mistral.it





Specialisti per Passione.



CINA? CHIEDILA AGLI SPECIALISTI

Scopri tutti gli itinerari su www.qualitygroup.it

Lo specialista dei viaggi su misura e leader in Italia per i tour di gruppo per voi si è fatto in 8!





CHINA EASTERN AIRLINES

Benvenuti a bordo

VOLI DIRETTI ROMA – SHANGHAI

Dal 01 aprile 2013 – VOLI GIORNALIERI

China Eastern Airlines

Via Barberini 86 – 00187 Roma Tel 06-420470888 Fax 06-420470818

<http://it.ceair.com> info@chinaeastern.it



世界品位 东方魅力