

tap agents .it

il sito di TAP Portugal dedicato agli agenti di viaggio ti aspetta a braccia aperte.

TAP PORTUGAL

ANNO XXVI - N. 37
28 MAGGIO 2014

Quotidiano Travel

www.travelquotidiano.com

Entra anche tu nel mondo di Travel Quotidiano

Travel Open Day Report e learning Webinar
Speciali Social FORMAZIONE PERMANENTE Travel Open Village

Travel operator book

ALBATRAVEL

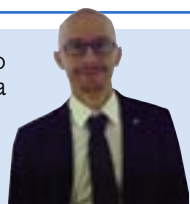
Scopri la nostra offerta MARE 2014

PREZZO PER COPIA
EURO 0,10

GIORNALE DI INTERESSE PROFESSIONALE PER IL TURISMO - POSTE ITALIANE SPA - SPED. IN ABB. POST. D.L. 353/2003 (CONV. IN L. 27.02.2004, N° 46), ART. 1, COMMA 1, CNS/AC-ROMA

Swiss, bene il debutto del Roma-Ginevra

Swiss traccia un primo bilancio positivo per la rotta Roma-Ginevra aperta da poco più di un mese.
A PAGINA 6



Nuove affiliazioni per Geco

Geco Hotels punta a nuove affiliazioni per coprire tutta Italia e offrire diverse tipologie di strutture.
A PAGINA 7



Bau

Franceschini sta studiando i curricula (quanto mi è antipatico questo plurale neutro) dei probabili commissari dell'Enit. Fra le schede c'è anche quella del commissario Rex. Io ci farei un pensiero.

Il tweet del premier: «#italiariparte Approvato decreto cultura turismo mooolto interessante»

Un commissario all'Enit

Nel provvedimento anche il credito d'imposta per il ricettivo

Cicloturismo olandese

AMSTERDAM - L'Olanda spinge sul cicloturismo. «Nonostante la congiuntura economica - commenta la pr manager dell'ente nazionale per il turismo olandese in Italia, Anna Malagoli - negli ultimi tre anni abbiamo ottenuto risultati positivi e nel 2014 puntiamo ai 470 mila pernottamenti italiani». Ampliate le zone di interesse del Paese, che grazie alle due ruote comprendono anche località minori.

A PAGINA 9

SU QUESTO NUMERO DI TRAVEL LO SPECIALE MEDITERRANEO

DA PAG. 10 A PAG. 15

Msc, maxicommissa a Fincantieri



ROMA - Una maxicommissa del valore di oltre due miliardi di euro, è quella siglata da Msc Crociere e Fincantieri. L'accordo è stato ratificato anche dal premier Matteo Renzi. La commessa prevede la costruzione di due nuove navi da crociera, le più grandi che Fincantieri abbia mai costruito, più un'ulteriore unità in opzione.

ROMA - Con il solito tweet, Matteo Renzi ha sintetizzato l'avvenuta approvazione del decreto turismo. Leggiamolo: #italiariparte Approvato decreto cultura turismo mooolto interessante. E' sulla tripla o di mooolto che mi voglio soffermare. E' probabilmente la prima volta che un premier enfatizza un provvedimento che interessa il turismo. E qui chiudo. Passiamo ai contenuti. Innanzitutto l'Enit. Il ministro Franceschini ha deciso di commissariare l'ente per un tentativo di riorganizzazione. Non credo che l'impresa sia semplice, ma, in effetti, bisognava provarci. «L'Enit oggi è inadeguata per le esigenze del turismo italiano - ha detto Franceschini -. Abbiamo previsto un commissario che procederà alla liquidazione di Promuovi Italia e riorganizzerà l'Enit». Previsi inoltre il credito d'imposta del 30% per la digitalizzazione delle imprese ricettive e per il restauro degli alberghi fino a tre stelle. I due crediti sono cumulabili.

I numeri positivi di Veratour

ROMA - Veratour continua a macinare risultati positivi; dopo un 2013 chiuso con un incremento di volume d'affari pari al 9%, il 2014 si apre in crescita: «Al 30 aprile scorso - conferma il direttore generale, Stefano Pompili - abbiamo totalizzato 102 milioni di euro fra pratiche "già partite" e già finalizzate». L'Egitto continua a essere in difficoltà, compensato però dalle positive performance di lungo raggio, della Tunisia, della Spagna e della Grecia. Collaborazione sempre più stretta con le Verastore, che hanno spinto l'advance booking del to.

A PAGINA 4

Italia, mercato decisivo per HOP!

MILANO - «L'Italia è un mercato che abbiamo deciso di presidiare»: così Hélène Abraham, deputy general director di HOP!, il vettore regionale di Air France, che vola da sei scali nel nostro Paese.

A PAGINA 5

Presentato il XIX° Rapporto turistico sull'Italia. Becheri: «Da questa crisi il settore ha guadagnato punti»

Il turismo è la prima industria del Paese

GENOVA - Il turismo e i viaggi, in generale, costituiscono il comparto più rilevante dell'economia italiana con un'incidenza del Pil che, per il 2013, è stata del 13,4%.

E' questo il riassunto formale del XIX Rapporto sul Turismo Italiano. Il turismo, che ha beneficiato di un ritmo di crescita medio dell'1,4% all'anno, è il settore produttivo privato più importante in Italia. «E' difficile capire il turismo - sottolinea Emilio Becheri, coordinatore del Rapporto sul Turismo

Italiano - .In questi anni però sono stati fatti molti passi avanti. Non solo, ma da questa crisi il turismo ha guadagnato punti».

L'unico vero problema è la riorganizzazione del sistema.

Infatti in Italia è ancora complicato investire e, almeno fino a poco tempo fa, i governi non avevano dato priorità al segmento. Speriamo che le cose possano cambiare, anche con l'approvazione del nuovo decreto turismo.

A PAGINA 2

Report Spagna in allegato



Germanwings investe su Verona

VERONA - Germanwings rinnova gli investimenti su Verona. Il Catullo è collegato oltre che con Colonia/Bonn anche con Berlino e Amburgo. «Lo scalo di Verona si è rivelato un partner prezioso con cui continuare a collaborare» dichiara Heinz Joachim Schöttes, senior vice president corporate communications della compagnia.

A PAGINA 6

CLUB PARADISO

BORA BORA Le Maitai Polynesia

TIKEHAU Nirama Resort

TETIAROA The Brando

Incantevole Polinesia tutto compreso...anche i sogni

Fax: 06 35 49 71 22
E-mail: booking@clubparadiso.it

Numero Verde 800-397200

Contro tendenza

«Una cosa è certa, da questa crisi economica la travel industry ha guadagnato punti»

13,4%

Incidenza del turismo sul Pil 2013

L'aumento del movimento turistico dal 2000 al 2012

Arte e cultura	67,9%
Città d'arte	46,8%
Arte e al paesaggio destinazioni minori	21,1%
Mare	2,0%

Componente balneare: aumento dal 2000 al 2012

presenze dei clienti esteri 96,2%
presenze dei clienti italiani 3,8%

57%

Crescita movimento turistico alberghi e turismo all'aria aperta tra il 1980 e il 2012

Il turismo è diventato il settore più rilevante dell'economia italiana

di MARIA CARNIGLIA

GENOVA - C'è chi lo ha definito al pari dell'industria, chi lo identifica come un "non settore". Quel che è certo è che ormai da anni il turismo e i viaggi costituiscono il comparto più rilevante dell'economia italiana con un'incidenza del Pil che, per il 2013, è stata del 13,4%.

Il XIX Rapporto sul Turismo Italiano, presentato in occasione della seconda edizione del festival Viaggiando Il Mondo a Genova, parla chiaro: il turismo, che ha beneficiato di un ritmo di crescita medio dell'1,4 per cento all'anno, è il settore produttivo privato più importante in Italia.

«E' difficile capire il turismo - sottolinea Emilio Becheri, coordinatore del Rapporto sul Turismo Italiano - In questi anni però sono stati fatti molti passi avanti. Non solo, ma da questa crisi il turismo ha guadagnato punti».

Insieme al Rapporto è stato pubblicato un sunto dei momenti più significativi del settore, a 30 anni dalla prima pubblicazione, 1984 - 2014: Trent'anni di Turismo in Italia secondo il



“In questi anni il comparto ha fatto notevoli passi in avanti”

Emilio Becheri

Rapporto sul Turismo. Tra il 1980 e il 2012 il movimento turistico degli alberghi e del turismo all'aria aperta è aumentato del 57%. Il movimento turistico complessivo ha raggiunto il suo massimo sviluppo nel 2011 con 386,9 milioni di pernottamenti (+3% rispetto al 2010), per scendere a 380,7 milioni nel 2012 e a 376 milioni nel 2013. Tale calo dovrebbe essere attribuito alla diminuzione del 3,4% delle presenze nazionali e all'aumento dell'1,6% degli stranieri. Per l'anno in corso si stima invece una ripresa con un incremento dell'1,7%, per un totale di 382,4 milioni.

L'aumento del movimento turistico dal 2000 al 2012, (12,3% in più ad un tasso medio annuo

dell'1,0%), è imputabile per più di due terzi (67,9%) all'arte e alla cultura del Paese: per il 46,8% alle città d'arte più note e per il 21,1% all'arte e al paesaggio delle destinazioni minori; solo per il 2,0% l'aumento verificatosi dal 2000 al 2012 è dovuto alla componente balneare. I dati sono imputabili per il 96,2% alle presenze dei clienti esteri e solo per il 3,8% a quelli nazionali. Rispetto ad altri paesi competitor, l'Italia sta faticando a crescere perché mancano le sinergie capaci di dare una svolta al settore.

«Il nostro paese - aggiunge Giulio Maggiore, coordinatore del Rapporto sul Turismo - è in grave ritardo di competitività, per questo la capacità di attrarre turismo sta

soffrendo. In Europa infatti siamo al 18° posto. Siamo il Bel Paese ma in Italia è complicato investire e non c'è priorità da parte del governo nel settore». In trent'anni di storia del Rapporto sul Turismo ci sono stati molti cambiamenti anche dal punto di vista sociale: nel 1980 si andava in vacanza per riposare dal lavoro, oggi invece si lavora per andare in vacanza: le politiche low cost, internet ed i social media hanno ridotto le distanze.

A partire dall'anno 2000 il segmento turistico ad aver ricevuto una forte spinta è stato quello d'arte e culturale, grazie all'interesse degli stranieri verso il Bel Paese: il connubio turismo-cultura è vincente e rappresenta la strada da seguire.

386,9 mln

Pernottamenti: massimo sviluppo movimento turistico complessivo nel 2011

380,7 mln

Pernottamenti: movimento turistico complessivo nel 2012

376 mln

Pernottamenti: movimento turistico complessivo nel 2013

1,7%

Stima ripresa per l'anno in corso per un totale di 382,4 milioni

La quinta Convention Otn è stata l'occasione per presentare la partnership con Going e Bluvacanze

Le nuove strategie di Open Travel Network

di MARIANNA DE PADOVA

SAN VINCENZO - Europ Assistance fornitore in esclusiva per le agenzie affiliate Open Travel Network: questa una delle novità presentate da Giorgio Lotti, direttore commerciale del network, nel corso della V convention. La convention è stata occasione per presentare anche altri nuovi partner, come Going e Bluvacanze. Proprio Bluvacanze è protagonista di una partnership concretizzata in una nuova società, la B&O, volta a proporre alle agenzie di viaggio la possibilità di un'affiliazione 'taylor made': «la nuova società si occuperà in esclusiva sia dell'affiliazione ad una rete piuttosto che all'altra, a seconda delle necessità, sia di ac-

cordi commerciali comuni con t.o.», spiega Lotti, anche amministratore delegato di B&O. Attualmente sono circa 600 le agenzie affiliate ad Open Travel Network, che «l'anno scorso ha registrato una perdita del 10% degli affiliati, causa cessione attività, livellate da nuovi ingressi dal nord, area in cui eravamo un po' deboli». All'evento annuale hanno partecipato circa 30 fornitori e 150 agenzie di viaggio, anche per un workshop contestuale, che ha confermato la vocazione di supporto alle adv di Otn. La web tv «si è rivelata strumento valido per superare la newsletter, spesso non letta attentamente, mentre Beatrice, il nostro strumento di ricerca on line dei cataloghi, propone immediatamente le



“Abbiamo puntato sulla tecnologia per portare i clienti in agenzia”

Giorgio Lotti

offerte speciali». Il web sempre al centro degli strumenti di supporto proposte: «Abbiamo raccolto le istanze delle nostre agenzie, puntando sulla tecnologia per portare i clienti in adv, ma gli agenti devono anche uscire»: Lotti si riferisce allo strumento 'Fai marketing sul tuo territorio', nell'area B2B del proprio sito Otn, che nel raggio di cin-

que chilometri, 'trova' eventuali clienti, «come può essere una crociera tematica, proposta a clienti di associazioni o altro, individuati grazie alle georeferenziazione, sfruttando anche e non solo le numerose convenzioni che abbiamo con realtà come l'Esercito». Proprio le crociere sono tra i prodotti con buon andamento: «abbiamo rispettato gli obiettivi Msc, ma buoni anche i risultati di Costa e Royal Caribbean». Riguardo il mare Italia, «nonostante solo a fine stagione si potranno fare i conti, i presupposti sono buoni: dopo la disastrosa stagione 2013, c'è interesse oltre che per la solita Puglia, anche per la Sicilia e Sardegna, dove però si deve ancora lavorare sui costi del trasporto».

Quotidiano Travel
www.travelquotidiano.com
TRAVEL AGENT BOOK S.r.l.

Direttore responsabile GIUSEPPE ALOE

Direttore editoriale DANIELA BATTAGLIONI

Autorizzazione del Tribunale di Milano 793 del 30.11.1991
Spedizione in abb. postale (Pubblicità 45%)

DIREZIONE E REDAZIONE
Via Merlo 1 - 20122 MILANO
tel. 02/76316846 (r.a.)
fax 02/76013193

AMMINISTRAZIONE ABBONAMENTI, REDAZIONE ROMANA
Via La Spezia, 35 - 00182 ROMA
tel. 06/70476418
fax 06/77200983

TARIFE ABBONAMENTI ANNUALI:
ITALIA 50,00 - ESTERO 90,00 EURO
VERSAM. SU C/C POSTALE
N. 85638005 - ROMA
CAUSALE DEL VERSAMENTO:
«ABBONAMENTO A TRAVEL QUOTIDIANO»

Stampa Comunicare Srl
Piazza Dalmazia, 6 - 0511 Terni

Concessionaria di Pubblicità Network & Communication srl
via La Spezia 35 - 00182 ROMA
Tel. +39 06.70476418 Fax +39 06.77200983
Area manager centro sud Italia: Olga Vaglio
info@travelquotidiano.com

Uffici Milano
tel. +39 02.76316846 - fax +39 02.76013193

www.travelquotidiano.com
E-MAIL: info@travelquotidiano.com
redazionemilano@travelquotidiano.com
redazioneroma@travelquotidiano.com

Seguici anche su



Il rapporto previsionale di CartaSì mette in evidenza il rafforzamento dell'online rispetto all'offline

In ripresa anche l'acquisto con la carta di credito Nel 2014 crescita dell'1,7%

di GABRIELE DI TERLIZZI

MILANO - CartaSì ha pubblicato il nuovo rapporto previsionale delle dinamiche di spesa con carta di credito attese per il 2014 e per il 2015. Secondo le stime, il 2014 sarà l'anno della ripresa, ci si aspetta un +1,7% nella spesa complessiva, mentre il 2015 sarà caratterizzato da una forte crescita, vicina al +3,2%.

«La curva d'apprendimento nell'utilizzo del canale online è ormai tale da giustificare il trasferimento di quote di domanda che altrimenti sarebbero confluite nel mondo offline - afferma Francesco Pallavicino, responsabile analisi di mercato e posizionamento di CartaSì -. Il definitivo affermarsi dell'e-commerce, unito alle previsioni di crescita di settori come informatica e beni digitali, dimo-

stra come l'innovazione sia l'elemento fondamentale dell'uscita dalla crisi».

Uno dei fattori principali di questo processo è stata la crisi economica, che nel 2013 ha toccato quote vertiginose. La crescita del canale è stata infatti del +20,4%, per una spesa complessiva di 11 miliardi e 600 mi-

lioni di euro, pari al 14,8% dello stesso globale con carta. Non bisogna però sottovalutare la direzione degli acquisti. Infatti, se da una parte la crescita dei volumi e-commerce verso i siti esteri ha segnato +27,5%, quella verso i siti italiani è stata di gran lunga inferiore,

“**Il definitivo affermarsi dell'e-commerce dimostra come l'innovazione sia l'elemento fondamentale per uscire dalla crisi,**”

Francesco Pallavicino

+13,2%. Ciò ha fatto deviare verso l'estero quote crescenti di acquisto determinando, nei volumi complessivi di spesa, un incremento online degli acquisti verso l'estero del +9,9% e una flessione verso l'Italia pari a -0,07%.

Cosa aspettarci dunque nel breve termine? «Nel corso dei prossimi due anni - prosegue Pallavicino -, infatti, oltre allo sviluppo del canale online, aumenteranno le spese in beni legati all'in-

novazione, mentre tutti gli altri settori dipenderanno in gran parte dalla loro capacità di fare leva su di essa, direttamente o indirettamente».

Quali sono nello specifico questi beni? L'informatica, i servizi consumer, le telecomunicazioni. Ma anche alberghi, ristoranti e, in generale, viaggi e trasporti. Insomma, tutta la filiera turistica potrebbe beneficiarne e non si potrebbe chiedere di più in questo momento.

+9,9%

Incremento online degli acquisti verso l'estero

+3,2%

Previsione crescita spesa collettiva per il 2015

+20,4%

crescita del canale nel 2013

11,6 mld €

spesa complessiva 2013

+27,5%

crescita dei volumi e-commerce verso siti esteri

+13,2%

crescita dei volumi e-commerce verso siti italiani



Lo strumento avrà il compito di intercettare oltre 13 milioni di turisti potenziali provenienti da tutto il mondo

Il rilancio del Lazio parte dal nuovo portale

di MONICA LISI

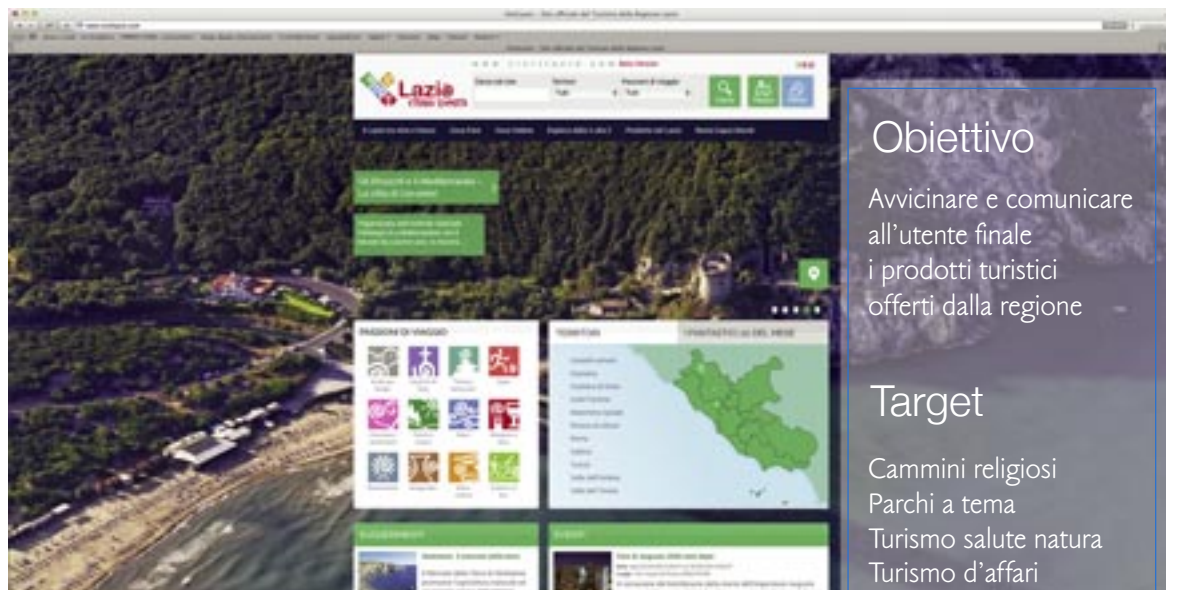
ROMA - Il rilancio turistico della regione Lazio parte dal web, con il debutto del nuovo portale Visitlazio.com che sposta Ilmiolazio.it. Un nuovo strumento che avrà il compito di intercettare oltre 13 milioni di turisti potenziali che gravitano attorno a Roma, ma anche quel bacino imponente di escursionisti e visitatori di siti e centri commerciali, parchi a tema e crociere per un totale di 10 milioni 350 mila persone.

Un portale moderno, social oriented e più internazionale di prima, pronto nei prossimi mesi a declinarsi anche in altre sei lin-

gue oltre l'italiano e l'inglese (considerando che il 65% dei turisti complessivi della regione sono stranieri). L'obiettivo è avvicinare e comunicare all'utente finale quel centinaio di prodotti turistici offerti dalla regione: «partiamo per questo proprio da internet perché oggi chi sceglie una destinazione lo fa per il 53% online - dichiara il presidente della regione, Nicola Zingaretti -. Punteremo sui cammini religiosi, i parchi a tema, il turismo legato alle salute e alla natura, ma anche su turismo d'affari, incoming formativo, agricoltura ed enogastronomia». Dal punto di vista della promo-commercializzazione, step successivo al lancio del sito, Zingaretti chiarisce: «stiamo studiando con le associazioni di categoria turistica, gli strumenti più idonei a creare online il contatto diretto con adv e albergatori per evitare il passaggio ad altri siti di vendita». Il nuovo sito si avvale di una promozione integrata del territorio

“**Stiamo studiare la formula più idonea per creare online il contatto con adv e alberghi,**”

Nicola Zingaretti



Obiettivo

Avvicinare e comunicare all'utente finale i prodotti turistici offerti dalla regione

Target

Cammini religiosi
Parchi a tema
Turismo salute natura
Turismo d'affari
Incoming formativo
Agricoltura
Enogastronomia

53%

Di coloro che scelgono una meta turistica lo fa via web

10.350.000

Escursionisti e visitatori di siti e centri commerciali, parchi a tema e crociere da catturare

Piano regionale per il turismo articolato su cinque linee di intervento nel medio periodo: politiche di sostegno e sviluppo per le imprese, politiche di stimolo e affiancamento dei territori, nuove politiche di marketing integrato, semplificazione e adeguamento della normativa regionale a favore di alberghi, agenzie di viaggio e turismo all'aria aperta e l'attivazione di un sistema di informazione per il turista insieme agli enti locali.



Operatori

Ottimo coefficiente di riempimento dei villaggi grazie anche all'andamento positivo dell'advance booking

+9%
Crescita volume
d'affari nel 2013

102 mln €
Volume pratiche
già finalizzate al 30-4-2014

“L'advance booking è al 70%
grazie anche alle Verastore”

Stefano Pompili



Veratour continua la marcia: obiettivo a 205 milioni

testi
di MASSIMO TERRACINA

ROMA - Il direttore generale di Veratour, Stefano Pompili, raccoglie i frutti della scommessa fatta dal to, con un bilancio 2013 che cresce del 9% in termini di volume d'affari, ma soprattutto che al 30 aprile registra 102 milioni di euro fra pratiche "già partite" e già finalizzate, cioè già la metà del budget fissato per il 2014. «Puntiamo ai 205 milioni di euro di fatturato, ma soprattutto vorremmo qualificarci sempre più come alfiere del Made in Italy dei villaggi nel mondo - spiega Pompili -. L'Egitto continua ad essere per noi una nota dolente ma lo sosteniamo, perché crediamo in una destinazione che nel 2014 dovrebbe procurare il 15% dello share totale». Crescono poi gli investimenti e le partnership, come quella in costante potenzia-

Spazio alle Verastore

ROMA - «Daremo sempre peso alle attuali oltre 500 VeraStore che producono il 35% del fatturato complessivo. In previsione per il 2015, il lancio della VeraStore card - spiega Stefano Pompili -, una tessera fedeltà dedicata ai clienti repeater con sconti e servizi che potrà essere emessa solo dalle agenzie di viaggio. «Sul fronte delle destinazioni nuove, stiamo sempre più pensando agli Emirati Arabi».

mento con Radisson Blu. «Dopo El Quseir e la Giordania, ecco Hammamet - prosegue Pompili - sconfinando nel prodotto Verastore, otto strutture che intendiamo aumentare

per questo segmento di mercato che stiamo esplorando». L'advance booking è al 70%, grazie anche all'operazione di fidelizzazione delle Verastore, al-

l'attenzione alla cucina, con l'introduzione due anni fa del Corporate chef Massimo Sgobba e l'attenzione all'animazione, sono punti forti che hanno gratificato Veratour portando a 23 riconoscimenti da parte di Tripadvisor. «Il 97% di riempimento sul lungo raggio invernale (+4% sul 2013) con Messico, Repubblica Dominicana, Zanzibar, Thailandia e Stati Uniti in ordine di importanza - prosegue Pompili - prelude all'inserimento di un nuovo prodotto sulla destinazione

Madagascar, il VeraResort Beach & Spa a Nosy Be, che va ad aggiungersi al Vera-club Orangea riservato agli over 18. Abbiamo raccolto soddisfazioni notevoli anche nel medio raggio dalla Tunisia, che raddoppia i volumi rispetto al 2013. L'anticipazione delle aperture dei villaggi ha certamente contribuito al raggiungimento di tali risultati; nelle settimane di Pasqua e ponti di fine aprile e in maggio, Veratour ha registrato una media di oltre mille passeggeri alla settimana nelle tre strutture di Djerba, Mahdia e Ham-

mamet. Non sono di minor rilievo i riscontri ottenuti dalla Grecia: quest'anno Veratour si presenta con un'offerta di sei villaggi, che ad oggi registrano un incremento vendite pari al 15%. Anche la Spagna si sta muovendo in positivo, anche se la crescita è minore a causa delle costanti elevate performance degli ultimi anni.

Fra le novità anche l'apertura verso mete europee poco conosciute

Maurizio Levi lancia "Trekking World"

di ISABELLA CATTONI

MILANO - Una positiva inversione di tendenza, che porta la clientela a decidere in anticipo rispetto al passato: Maurizio Levi, titolare dell'omonimo operatore, sottolinea l'andamento positivo delle prenotazioni, con picchi che su alcune destinazioni di nicchia - come Indonesia, Namibia o Botswana - raggiungono il +15% rispetto al medesimo periodo del 2014, mentre il valore medio pratica si mantiene a livelli costanti. Particolarmente soddisfacenti i risultati sul fronte della clientela individuale: «I numeri stanno crescendo e ci stiamo attrezzando a gestire questo target potenziando il booking. Va comunque ricordato che i nostri restano viaggi per piccoli gruppi, di massimo otto-dieci persone, ragione per cui si tratta pur sempre di circuiti tailor made, da organizzarsi con la massima cura del dettaglio». Le agenzie di viaggio già da qualche anno si sono dimostrate particolarmente ricettive all'offerta de I Viaggi di Maurizio Levi: «Si tratta di un canale distributivo fondamentale - aggiunge Fabio Scalzo, marketing manager - per sostenere il quale siamo disponibili a organizzare serate ed eventi in partnership per incontrare i clienti direttamente nel luogo dove si trova l'adv». Alle agenzie il to dedica due cataloghi cartacei, validi sei mesi ognuno e garantisce una commissione del 10%, «che appare tanto più significativa se si considera che il nostro valore medio pratica si aggira sui 3 mila - 3 mila 500 euro» aggiunge Scalzo. Inoltre, viene riproposta la polizza di annullamento gratuita (pari al 4% del valore del viaggio) a



“Dal 2014 proponiamo due cataloghi cartacei, validi sei mesi ognuno”

Maurizio Levi

chi prenota fino a 90 giorni prima della partenza. La formula di Levi funziona bene e per soddisfare l'elevata percentuale di repeater - si parla quasi dell'80% - l'operatore lancia quest'anno Trekking World, una novità che prevede camminate a piedi e spostamenti in auto. Per ora gli itinerari di trekking si sviluppano in Madagascar, Hawaii, Perù, Giordania e Cappadocia.



Fra le altre chicche, il Borneo malese con il soggiorno in un lodge superesclusivo in un'area della foresta fino a 20 anni fa inesplorata o la Bulgaria, inserita nel 2014 e parte di un progetto a medio termine che prevede lo sviluppo su alcune mete europee poco conosciute. «Si tratta di riscoprire alcune destinazioni nei Balcani centrali, che oltre a essere ricche culturalmente e naturalisticamente ben si prestano a viaggi più brevi anche in mezza stagione e di conseguenza a chi ha un budget più limitato. Nel 2015 potrebbe essere la volta della Polonia, nella parte confinante con la Russia dove si trova il parco di Bialowieska. «Nel 2013 abbiamo totalizzato circa 2 mila passeggeri - conclude Levi - e nel 2014 vorremmo ripetere questa performance. Il nostro è un operatore di nicchia, che mira a continuare a trasportare piccoli volumi a vantaggio della qualità, proposta a un prezzo equo».

L'operatore con sede in Nepal è specialista sull'area

Viaggia con Carlo verso l'Himalaya

di MARIA CARNIGLIA

FINALE LIGURE - Bilancio più che positivo per Viaggia con Carlo by Himalayan Trailfinder. Dopo cinque anni di attività i numeri sono decuplicati. L'operatore con sede a Kathmandu e leader in Himalaya è un punto di riferimento per i to italiani che intendono offrire alla clientela un supporto a 360 gradi in Nepal, Tibet, Mongolia e Bhutan. «Agenti di viaggio e operatori - commenta Carlo Mamberto (nella foto), responsabile in Italia per il to - ci scelgono come to locale. Offriamo guide e accompagnatori in lingua italiana». Tra le destinazioni più richieste Nepal, Tibet, Mongolia e Klimangiaro, quest'ultimo inserito l'anno scorso. «La novità del 2014 è l'Uganda, un Paese che va oltre le aspettative, ordinato e pulito». Per la clientela affezionata le proposte ideali sono i Viaggi Esplorativi, tour per conoscere nuove destinazioni. Una delle prossime tappe è il Viaggio Esplorativo in Pakistan previsto per il 26 luglio 2014. Il trekking al Campo base del K2 prevede anche la visita del ghiacciaio del Baltoro e del Campo base del Gasherbrum. Il tour coincide con il 60° anniversario della prima ascensione alla cima del K2. Per quanto riguarda il Nepal, l'operatore punta su corsi di aggiornamento per guide locali, con l'obiettivo di accrescere la professionalità del team. «Curiamo la professionalità ma soprattutto l'aspetto della sicurezza. La nostra clientela proviene da tutta Italia, moltissime richieste vengono dai viaggi di nozze». Di recente l'operatore ha aggiunto una nuova collaboratrice, Claudia Maistrello, che si occupa dell'agenzia di Kathmandu. «Siamo stati invitati dall'ufficio dell'Oman per proporre l'outdoor in Oman insieme al trekking. La destinazione sta crescendo e per noi potrebbe essere una nuova scommessa». Viaggia con Carlo by Himalayan Trailfinder ha avviato da tempo partnership con Ferrino, La Sportiva ed Etihad Airways.



La compagnia regionale di Air France prepara una stagione di crescita. Operativo il code share con Air Corsica: 30 rotte via Lione

282.000
Obiettivo pax italiani
2014, load factor 66%

70%
Traffico business
sulle rotte italiane

85%
Vendite attraverso
il canale agenziale

Napoli nella summer 2014

testi
di MARIELLA CATTANEO

MILANO - Un'offerta point-to-point sinonimo di trasparenza, semplicità con il miglior rapporto qualità-prezzo. Hélène Abraham, deputy general director di HOP!, sintetizza così l'offerta della compagnia regionale di Air France la cui mission è quella di «essere riconosciuta come leader di mercato nel trasporto interregionale europeo». Per la prima volta in Italia, la manager tira le somme del primo anno di attività del vettore (nato dall'unione di Brit Air, Regional Air ed Airlinair) che proprio sul nostro Paese punta a potenziare i risultati. «Da settembre 2013 a febbraio 2014, HOP! ha messo a disposizione dei viaggiatori più di 330 mila posti sui voli da e per l'Italia. In questi sei mesi l'offerta iniziale dei voli dall'Italia è stata ottimizzata, con una riduzione del 6% a cui ha corrisposto un calo non proporzionale del traffico (-4%), e una crescita del load factor, che ha superato il 62%». L'Italia rappresenta «una base im-

Mercato italiano in primo piano nell'estate di HOP!

portante che abbiamo deciso di presidiare con partenze da sei città (Milano, Roma, Bologna, Fi-

renze, Napoli e Venezia). Le coincidenze sull'hub di Lione, a cui si arriva da tutti gli scali, consentono ai passeggeri italiani di raggiungere oltre 20 destinazioni in Francia e in Europa. Crediamo fermamente nel potenziale di

sviluppo delle linee in partenza dall'Italia e siamo molto fiduciosi sulle performance del 2014». Il traffico dall'Italia è prettamente business «ben il 70%» e l'obiettivo per quest'anno è quello di trasportare «282 mila passeggeri con un load factor del 66%. L'offerta complessiva sul mercato italiano sarà dunque di 426

mila posti. Si stima inoltre che il 28-41% dei passeggeri volerà in connessione da Lione verso le altre destinazioni servite in Francia: tra le più richieste ci sono Nantes, Bordeaux e Tolosa». La distribuzione privilegia chiaramente il canale agenziale «da cui passa l'85% delle nostre vendite totali: Air France è il nostro gsa in Italia e con loro operiamo in code share i voli da e per il Bel Paese e siamo dunque presenti su principali gds». La proposta tariffaria include cinque livelli differenti: «Basic, Basic Plus, Maxi Flex, Promo e la nuova tariffa Famiglia». Tra le novità 2014 il re-

MILANO - L'operativo estivo HOP! prevede voli da Milano per Lione (3 al giorno dalla domenica al lunedì e uno il sabato) e per Nantes (giornaliero); da Roma per Lione (2 voli giornalieri lunedì-venerdì e uno sabato e domenica), Bordeaux (un volo il lunedì e un volo giornaliero da giovedì a domenica) e Strasburgo (un volo il lunedì, venerdì e domenica); da Bologna per Lione (3 voli quotidiani, uno il sabato e uno la domenica); da Firenze per Lione (un volo il sabato e la domenica); da Napoli (un volo il sabato dal 28 giugno al 13 settembre 2014) e da Venezia per Lione due voli al giorno da lunedì a venerdì e uno il sabato e la domenica).

cente code share con Air Corsica che consentirà a HOP! di proporre per l'estate «oltre 30 rotte: le destinazioni corse saranno quindi raggiungibili anche dall'Italia via Lione». HOP! opera oggi circa 510 voli giornalieri verso 129 destinazioni con una flotta di 93 aeromobili.



“L'Italia è un mercato importante che abbiamo deciso di presidiare”

Hélène Abraham

Incrementi a due cifre per il terzo aeroporto sloveno. L'attesa per Minoan Air

Portorose, traffico in rialzo

PORTOROSE - (ma.c.) Terzo aeroporto internazionale della Slovenia lo scalo di Portorose ha movimentato nel 2013 quasi 26 mila passeggeri, per un incremento del 15% circa sull'anno precedente. Getaway dell'Istria, a pochi chilometri dal confine italiano, rappresenta uno snodo fondamentale per il turismo sloveno gestendo molti voli di aviazione generale con aerei mono e bimotori provenienti da diversi paesi europei tra cui Italia, Svizzera, Austria, Germania, Croazia e Ungheria.

Per il 2014, grazie anche all'apertura dei nuovi collegamenti charter, le attese sono per un'ulteriore crescita del traffico passeggeri: in particolare, le attese puntano ai voli dal Sud Italia operati da Minoan Air, schedulati il martedì e sabato da Roma, Catania, Salerno. I voli, in collaborazione con il to napoletano Ctm Travelair, saranno effettuati con un Fokker 50 da 50 posti.

Complessivamente nel 2013 gli aeroporti sloveni (Lubiana, Maribor e Portorose) hanno registrato un incremento del 9% del traffico passeggeri rispetto al 2012 con un totale di un milione 280 mila unità; di pari



26.000
Totale pax
2013

+15%
Crescita pax
2013/2012

1,28 mln
Totale pax nei tre
aeroporti sloveni

+9%
Incremento pax
2013/2012

passo anche il traffico merci ha visto una crescita del 6% (9 mila 310 tonnellate).

Lo stesso obiettivo che si pone l'aero club locale (www.akpz.si) che opera sull'aeroporto e offre una scuola di volo con monomotori, assistenza ai piloti privati in transito sullo scalo e voli a domanda. L'aero club in collaborazione con l'aeroporto offre ai turisti una serie di voli charter che vanno dal breve volo sopra Pirano e le saline di Portorose, fino a tutta la costa Croata con le sue isole. Proprio recentemente è stato chiuso un accordo con l'aero club di Gorizia per posizionare un loro aereo monomotore in Friuli per sviluppare il traino degli alianti a Gorizia.

TURCHIA

Turchia
Ufficio Cultura e Informazioni
www.turchia.it

goturkey.com
OFFICIAL TOURISM PORTAL OF TURKEY
www.goturkey.com

entour AGLI
INSIEME NEL MONDO

Entour Tour Operator
Via Orti di Trastevere, 76/R2 - 00153 ROMA
Tel 06 58332321 / 22 / 23 Fax 06 5818169
e-mail commerciale@entour.it

www.entour.it

Notizie
In 10 righe

- Fly Romania

Al via il nuovo volo diretto Genova-Bucarest di Fly Romania. Il servizio sarà effettuato tre volte alla settimana (lunedì, mercoledì e sabato), per fornire un collegamento utile sia alle aziende italiane che hanno interessi in Romania sia al leisure in entrambe le direzioni. Genova conta di attirare molti turisti dalla Romania. Attualmente le presenze sulla città sono circa 20 mila, ma con il nuovo volo potrebbero arrivare a breve le 100 mila unità. I collegamenti di Fly Romania sono operati con aeromobili M83.

- Star Alliance

Star Alliance introduce quattro livelli tariffari aggiuntivi per i biglietti Giro del Mondo (Rtw). I clienti possono ora scegliere tra 14 tariffe, tre per viaggiare in first class, quattro per la business e sette per l'economy. Le novità più importanti riguardano le tariffe economy, che variano in base al numero di soste e alle miglia complessive dell'itinerario scelto. L'opzione più conveniente resta quella che consente ai clienti di viaggiare per un massimo di 26 mila miglia effettuando dalle tre alle cinque soste ovunque.

- Orio al Serio

Orio al Serio figura nella top ten dei migliori aeroporti low cost al mondo nell'edizione 2014 del World Airport Awards, la cui classifica viene redatta annualmente da Skytrax. Lo scalo risulta il migliore degli aeroporti italiani e ottavo assoluto nella graduatoria mondiale che vede al primo posto Londra Stansted, seguito da Berlino Schönefeld, Londra Luton, Bruxelles Charleroi, Kuala Lumpur, Francoforte Hahn e East Midlands. L'indagine è stata realizzata intervistando quasi 13 milioni di passeggeri in 410 aeroporti del mondo.

Dal Catullo decollano i collegamenti per Amburgo e Berlino, in aggiunta a quello per Colonia/Bonn

Germanwings, nuova fiducia a Verona

di LUIGI FRANZOSO

VERONA – Germanwings risolve le traversie dei mesi passati e apre la stagione estiva dal Valerio Catullo di Verona confermando la tratta per Colonia/Bonn (quattro volte a settimana) e ampliando l'offerta con i voli per Amburgo e Berlino Tegel. Per Amburgo saranno operate due frequenze settimanali il martedì e il sabato, Berlino Tegel avrà tre voli a settimana martedì, giovedì e sabato.

Le nuove rotte promettono di aumentare il numero dei passeggeri sia leisure che business tra le città e le rispettive regioni, per il senior vice president corporate communications di Germanwings Heinz Joachim Schöttes le previsioni sono ottime e ci sono tutte le condizioni per consolidare gli assetti con l'aeroporto di Verona: «Tre collegamenti diretti con la Germania, l'aeroporto si è rivelato un partner prezioso e proficuo, con cui continuare a collaborare per aumentare il flusso di passeggeri sia leisure che busi-

17
Aeroporti italiani serviti da Germanwings

196
Collegamenti settimanali dall'Italia

ness dalla Germania e viceversa; nel luglio 2013 abbiamo lanciato la "nuova Germanwings", presentando un brand e uno standard di prodotto completamente rinnovati nel mercato europeo delle low cost. Siamo felici di poter offrire il nostro servizio di alta qualità e un'esperienza di volo "à la carte" anche dall'aeroporto di Verona e fidu-

ciosi di intensificare il numero dei viaggiatori tra le città e le rispettive regioni».

Il presidente dell'aeroporto Valerio Catullo Paolo Arena ha ricordato che il collegamento Verona-Colonia è attivo da nove anni, «quest'anno incrementiamo il nostro network anche con Berlino e Amburgo. L'andamento del traffico nel mese di aprile a Verona è stato molto positivo e abbiamo buone aspettative per l'estate, in particolare proprio con il mercato tedesco, che premia sempre nelle scelte il nostro territorio».

A sottolineare questo aspetto il direttore generale dell'aeroporto Carmine Bassetti: «La Germania è il primo mercato

“Lo scalo di Verona si è rivelato un partner prezioso e proficuo con cui continuare a collaborare”

Joachim Schöttes



Da sinistra Carmine Bassetti, Paolo Arena e Heinz Joachim Schöttes

per import ed export nell'interscambio delle imprese veronesi e che nel 2013 solo la regione Veneto ha registrato quasi 14 milioni di presenze di turisti tedeschi». In seguito al graduale passaggio da parte della controllante Lufthansa delle tratte europee a eccezione di Monaco e Francoforte, la compagnia aerea tedesca ha riscontrato una crescita dei posti offerti pari a +83 punti percentuali rispetto alla summer 2013. L'of-

ferta di Germanwings copre 17 aeroporti italiani e 196 voli settimanali, quasi il doppio rispetto all'operativo invernale, verso le città di Berlino, Amburgo, Düsseldorf, Colonia, Bonn, Stoccarda, Hannover, il totale di passeggeri trasportati nel 2013 è di 800 mila. Nei collegamenti da e per Verona Germanwings permette diverse fasce tariffarie, passando da un viaggio a basso costo a un'esperienza di volo "à la carte".

Da Malpensa



Twin Jet su Nizza e L'Aquila

MILANO – Twin Jet apre due nuovi collegamenti no-stop da Milano Malpensa: Nizza e L'Aquila. Le due rotte, che si aggiungono a quella già esistente tra Malpensa e Tolosa, saranno operative rispettivamente dal 6 giugno 2014 e dal 26 maggio 2014, e avranno durata stagionale. Tutti i voli di Twin Jet sono in vendita sui gds Amadeus, Sabre e Galileo. Twin Jet è partner FlyingBlue, programma di fedeltà del gruppo Air France-Klm. La flotta è composta da 10 aeromobili Beechcraft 1900, che collocano Twin Jet al primo posto in Europa tra i maggiori utilizzatori di questa tipologia di velivolo. Twin Jet serve 13 aeroporti con oltre 200 voli giornalieri.

Primo bilancio ad un mese dall'apertura della Roma-Ginevra, volo che si è aggiunto a quelli operativi su Zurigo

Swiss consolida il network da Fiumicino

di GAIA GALLOTTA

oltre 80 destinazioni nel mondo.

ROMA - Nuovo collegamento giornaliero tra Roma e Ginevra operato da Swiss con aeromobili Airbus A319 e A320. Segnale questo, che rafforza l'importanza del mercato italiano per la compagnia svizzera e per lo scalo della Capitale, da cui sono già operativi quattro voli al giorno per Zurigo con coincidenze verso l'intero network composto da

«Sono molto orgoglioso dell'ampliamento della nostra offerta dall'Italia - dichiara Stefan Zwicky, direttore vendite Italia e Malta di Swiss International Air Lines - i nuovi voli collegano la capitale a Ginevra, città sede di importanti organizzazioni internazionali. Sono convinto che, grazie alle nostre tariffe speciali si avrà una crescita esponenziale di passeggeri del Centro Italia, che potranno scoprire la regione francofona».

La Svizzera, in particolare, rappresenta un mercato di primaria impor-

+7%

Crescita mercato svizzero per Roma negli ultimi 4 anni

850.000

Passeggeri 2013 tra Roma e la Svizzera



tanza per Roma, con una crescita media del +7%, negli ultimi quattro anni, e un volume di circa 850 mila passeggeri trasportati nel 2013. «Siamo certi che il nuovo collegamento potrà incrementare il numero dei turisti provenienti dall'Italia in visita a Ginevra - spiega Pascal Buchs, pr & media relations manager Europe - che al momento non viene annoverata tra i primi dieci paesi per inco-

ming. Il numero di italiani cresce in maniera imponente solo nel mese di marzo, in occasione del Motorshow, raggiungendo il terzo posto tra i mercati europei». L'Ente del turismo sta spingendo molto per incrementare il segmento leisure, che ad oggi rappresenta solo il 25% del turismo ginevrino, a fronte del 75% rappresentato dal business. Ginevra è una città multiculturale, una vera e

propria porta d'accesso per innumerevoli località montane che offrono la possibilità di svolgere attività sportive oppure rilassanti weekend per tutta la famiglia.

Diversa l'offerta turistica ad alto livello tra cui ricordiamo il Grand Hotel Kempinski Geneva, con 412 stanze e suite, tra cui la Suite presidenziale che con i suoi 1080m2 su due piani si annovera tra le più grandi d'Europa.

“Sono convinto ci sarà una crescita esponenziale di passeggeri dal Centro Italia”

Stefan Zwicky



Notizie
In 10 righe

- Jet Airways

Jet Airways ha lanciato un volo diretto tra Mumbai e Parigi, terza destinazione in Europa. Il volo, che sarà operativo quattro volte alla settimana per diventare giornaliero dal 26 giugno, verrà effettuato da un A330-200. Per questa rotta Jet Airways ha anche firmato un accordo di code share con Air France che riguarda 23 città europee.

- China Southern

China Southern, la compagnia aerea cinese con base a Guangzhou, ha ordinato ad Airbus 80 nuovi velivoli per un valore complessivo di almeno 7,3 miliardi di dollari. Si tratta di 30 esemplari di A320 più 50 A320neo, che verranno consegnati tra il 2016 e il 2020, incrementando la capacità del vettore di oltre il 12%.

Il gruppo mira a coprire tutto il territorio italiano e alla differenziazione dell'offerta



Geco Hotels amplia network e tipologia di strutture

di MARIA CARNIGLIA

FIRENZE - Arricchire il network completando l'offerta territoriale e di tipologia di strutture. L'obiettivo di GecoHotels Consulenze alberghiere è crescere ancora. Il network, che ha rivoluzionato il concetto di affiliazione alberghiera ponendo l'ospite al centro dell'attenzione, ha raggiunto le 37 strutture affiliate, con l'ingresso recente dell'hotel Barrage di Pinerolo e del Terme Venadoro di Abano. «In questo modo copriamo 13 regioni in Italia - spiega Marco Fabbroni, amministratore unico Geco Srl -. Puntiamo però a raggiungere tutta Italia perché ogni regione ha un'offerta di livello».

GecoHotels è presente nelle città d'arte, al mare, sui laghi, in montagna, alle terme, in campagna e nelle località dove domina anche il turismo business. «Non solo siamo al completo a livello di destinazioni tipologiche ma abbiamo tra le strutture affiliate hotel e realtà extralberghiere



come residence, agriturismo, case vacanza, bed & breakfast e dimore d'epoca. Ma i nostri sforzi sono concentrati a garantire al cliente un'offerta ancora più ampia».

«**Vogliamo garantire al cliente un'offerta ancora più ampia,**»

Marco Fabbroni

coHotels è indubbiamente un network sui generis per il settore e si differenzia dagli altri proprio per il taglio particolare. «La differenziazione e l'apertura a tutte le tipologie è tipica di Geco - commenta l'amministratore - e se consideriamo la copertura quantitativa sul territorio abbiamo superato gli al-

tri network». Bilancio positivo anche per quanto riguarda Geco Srl, che registra un fatturato in crescita del 20%. «L'incremento è legato alla crescita del parco clienti. Grazie a questo e dopo anni di esperienza abbiamo sperimentato una nuova area dedicata agli studi di fattibilità».

La crisi ha reso gli imprenditori più sensibili ed accorti. «Prima di avviare l'investimento - conclude Fabbroni - Geco viene interpellata per uno studio di fattibilità o prefattibilità. Per noi è una nuova ed importante opportunità che ci consente di mettere a frutto un bagaglio acquisito».

Rilancio sul nostro mercato: sette notti al prezzo di quattro

Four Seasons: è di scena Langkawi



Armando Kraenzlin

di VALENTINA PORTA

MILANO - Il gruppo Four Seasons è determinato ad attirare il mercato italiano anche nelle strutture fino ad oggi meno conosciute, come il resort Langkawi, in Malesia. A questo proposito Armando Kraenzlin, regional vice president e general manager del gruppo, ha voluto incontrare a Milano la stampa, con lo scopo di presentare per la prima volta al mercato italiano il resort Langkawi. Aperta sette anni fa, la struttura si trova all'interno di un geopark riconosciuto dall'Unesco nel 2007 (il primo nel Sud-est asiatico), un'area che ospita una grande varietà di risorse geologiche, biologiche, archeologiche, storiche e culturali di grande valore. Il resort conta 90 ville immerse in un giardino tropicale ai margini della spiaggia. Gli ospiti possono scegliere fra una grande varietà di attività all'aria aperta, a contatto con la natura, dalle eco-avventure, alle gite in barca, ai safari nelle mangrovie, alle escursioni in bicicletta. Infine una "geo spa", con trattamenti mirati in linea con le ancestrali tradizioni del luogo. «Il resort è pensato sia come rifugio per le coppie in cerca di intimità, sia come meta per una vacanza con la famiglia. Tuttavia gli spazi sono scrupolosamente definiti e separati: ad esempio, vi è una piscina in cui l'accesso è consentito solo agli adulti e un'altra aperta invece alle famiglie. Vogliamo garantire ad ogni ospite la vacanza da sogno, proprio come l'ha sempre desiderata», ha puntualizzato Kraenzlin. Il resort si configura anche come scenario ideale per matrimoni, viaggi di nozze o anniversari. È possibile scegliere tra tre diversi matrimoni "a tema"; un wedding specialist, incluso nel pacchetto, si occupa poi di personalizzare l'evento. «Langkawi è un gioiello Four Seasons nell'oceano Indiano. Tradizionalmente ha attirato il mercato australiano e inglese, ora vogliamo spingerlo sul mercato italiano perché siamo sicuri che avremo un buon riscontro». Per l'estate 2014 è possibile approfittare della vantaggiosa offerta sette notti al prezzo di quattro, mezza pensione inclusa.

Riduzione delle perdite nel primo trimestre dell'anno

Nh Hotel Group, il bilancio rispetta le attese

MILANO - Nh Hotel Group archivia il primo trimestre 2014 in linea con le attese. In termini di ricavi consolidati va sottolineato che, durante il 2013, diversi hotel hanno cessato di contribuire in maniera significativa al quadro generale: alcune strutture sono state vendute o sono uscite dal gruppo poiché non più ritenute parte fondamentale del business. Ciò influisce sui ricavi consolidati, che si sono ridotti dello 0,6% rispetto allo scorso anno, assestandosi su 271 milioni 900 mila euro. I ricavi comparabili nel business ricorrente degli hotel sono aumentati del 2,5% nel primo trimestre, spinti dalla stessa crescita rilevata nel revPar, più elevati in tutte le business unit del gruppo nonostante i trend sfavorevoli dei tassi di cambio in America Latina. A conti fatti la perdita netta, compresi gli elementi non ricorrenti, si è ridotta del 7% rispetto all'anno precedente. Nel mercato italiano si registra una crescita dei prezzi di

271,9 mld
Ricavi 1° trimestre (in euro)

7%
Riduzione delle perdite

quasi il 3% su scala comparabile, spinta da una forte domanda e un leggero aumento delle tariffe medie giornaliere. Gennaio si è dimostrato un mese particolarmente forte, grazie alle eccellenti performance registrate in città quali Milano e Roma, mentre non è possibile effettuare un confronto con i dati di marzo a causa della data della Pasqua di quest'anno e la scelta del nuovo Papa nel primo trimestre 2013.

Il Kempinski di St. Moritz celebra l'anniversario con eventi ad hoc. Aumentano gli ospiti dal Belpaese

Grand Hotel des Bains, 15 secoli di storia

di MARIELLA CATTANEO

ST. MORITZ - Stagione estiva alle porte per il Kempinski Grand Hotel des Bains di St. Moritz, che si prepara ad un periodo di celebrazioni visto che proprio quest'anno ricorre l'anniversario dei suoi primi 150 anni. «Dopo un'ottima stagione invernale - dichiara Betina Welter, area director of public relations - anche il booking per i prossimi mesi sta registrando risultati molto buoni. Da notare come proprio gli arrivi dall'Italia stiano tornando a crescere: St. Moritz è tornata una destinazione d'appeal per il mercato italiano. Quest'estate ci sarà poi questa occasione davvero speciale, in cui celebriamo 15 secoli di storia dell'hotellerie e lo faremo con numerose iniziative e pacchetti su misura».

Nel dettaglio, l'offerta per il 150° anniversario prevede tre notti in camera doppia "Resort", colazione, passaggio alla categoria di camera superiore, buono anniversario del valore di 150 franchi, servizio anniversario in camera, un cesto con grigliata di specialità locali, una cena d'anniversario all'Enoteca (3 portate) vini esclusi, ingresso gratuito al centro termale Kempinski The Spa, biglietti per la ferrovia di montagna. Le tariffe partono da 1.474 franchi per due persone in camera doppia "Resort" e da 990 in camera singola "Classic". A disposizione degli ospiti diverse altre proposte tra cui il pacchetto Alpine Recreation, Family Time, Discovery Engadin e Suite Dreams. «Premesso



«**Il booking per i prossimi mesi registra buoni risultati,**»

Betina Welter

che la struttura è costantemente oggetto di rinnovi - prosegue Betina Welter - va segnalato che tra le novità 2014 sono state aggiunte una nuova area parcheggio e un nuovo parco giochi per i bambini realizzato all'esterno».

Tra gli eventi in calendario per celebrare i 150 anni, il 9 agosto è prevista l'inaugurazione del nuovo design dell'entrata dell'albergo: «I festeggiamenti per l'anniversario saranno un vero e proprio festival estivo con barbecue e torte di compleanno, un programma per i più piccoli, mostra di foto storiche e musica» aggiunge Rupert Simoner, general manager del Grand Hotel des Bains. Primo anniversario invece per il rinnovato Palais Hansen Kempinski

Vienna «che ha chiuso con soddisfazione il primo anno di attività dopo la riapertura. L'apprezzamento arriva sia dal mercato locale sia da quello internazionale». La clientela conta anche un significativo apporto dal segmento business, specie nei periodi infrasettimanali. Ora l'obiettivo della struttura è quello di aumentare la brand awareness sui mercati esteri, tramite azioni di marketing ad hoc. Sempre in Austria Kempinski conta anche l'Hotel Das Tirol a Kitzbühel, che riapre le porte per l'estate proprio oggi, 28 maggio. La struttura è la prima tra gli hotel di lusso in Austria che ha superato i test della Camera di commercio austriaca (WKÖ) che ora consentono di annoverare una "S" di Superior accanto alle 5 stelle.

Annunci economici

Cerco offro vendo compro

RUBRICA DI ANNUNCI ECONOMICI

Se cerchi lavoro nel settore turistico, se hai qualche opportunità di impiego da offrire o se vuoi vendere o acquistare un'agenzia di viaggio, utilizza lo spazio che Travel Quotidiano riserva agli annunci gratuiti.

Come? E' sufficiente compilare i campi richiesti nella sezione "Annunci di lavoro" all'indirizzo www.travelquotidiano.com

Affare

Cedes, per motivi familiari, attività di agenzia viaggi, con pacchetto clienti. Ottimo investimento. Ubicazione in zona commerciale, vicino a mercato rionale. Prezzo trattabile, 13000 euro. galap74@gmail.com

Cercasi adetto Business Travel

Esperto biglietteria BT, lingua inglese, Amadeus, Sabre, Aves. Inviare CV a: alejandro.m@colony.sm

Direttore tecnico disponibile part time

pomeriggio e sabato come banconista. 45 anni, bella presenza, ottimo inglese parlato e scritto, molta esperienza di vendita - pacchetti e biglietteria... solo per Milano città, disponibile per incontro conoscitivo 380 7590510.

Primario tour operator italiano ricerca agenti plurimandatari per tutta Italia.

Requisiti: esperienza minima 3 anni nel settore della promozione in adv, buona conoscenza del territorio, conoscenza del mercato. Prego inviare curriculum presso: selezione.modugno@etjca.it. indicare nell'oggetto della mail: candidatura agenti plurimandatari.

Offerta di lavoro

Caratteristiche di base:

- Prenotazione e biglietteria ferroviaria con Sipax
- Prenotazione e biglietteria aerea con Amadeus
- Conoscenza lingua inglese - buon livello scritto e parlato

- Conoscenza ed uso del pacchetto Office

- Buone capacità relazionali

Costituiranno titolo preferenziale:

- Giovane età
- Conoscenza IBM AS400
- Conoscenza Lingua spagnola
- Conoscenza del settore no-profit / Cooperazione internazionale

COME CANDIDARSI:

Se ritenete di essere idonei e siete interessati a candidarsi per questo ruolo, chiediamo gentilmente di inviare un CV dettagliato con foto alla mail: cv2014rti@gmail.com

Disponibile a intraprendere una collaborazione professionale per la promozione/commercializzazione di prodotti o sviluppo progetto nell'area della Sicilia o, eventualmente, anche del Sud Italia.

Possiedo un'esperienza decennale nel settore nei suoi più vari aspetti. In questi ultimi anni, promuovendo e commercializzando vari tour operator e società del settore turistico di importanza e levatura nazionale, ho sviluppato un'approfondita conoscenza del mercato dimostrando, con una buona capacità relazionale e predisposizione al team-work, una spiccata attitudine ai rapporti commerciali.

Disponibilità a trasferte o lavoro fuori sede, possiedo tutti i requisiti per l'eventuale iscrizione come agente di commercio/enasarco. Ho ottima conoscenza ed uso quotidiano dei sistemi informatici, Crm e dei principali applicativi e software oltre che dei più conosciuti gds in uso nelle adv. Al momento sto collaborando con altra società del settore del turismo e pertanto disponibile ad offrire una collaborazione come purimandatario.

Comunque disposto a visionare e vagliare una proposta nel caso si abbia la necessità di un mandato in esclusiva.

Se interessati disponibile ad un contatto e/o incontro per una conoscenza reciproca.

Piena disponibilità per ulteriori chiarimenti o invio cv. lavoro.promo@gmail.com

Direttore Tecnico Adv Lombardia - Regioni Limitrofe offresi.

Esperienza pluridecennale teorico-pratica certificata da Commissione d'esame d'abilitazione nazionale

dirigenti turistici presso Albo. Votazione: ottimo e Complimenti della commissione d'esame, come da certificato scritto.

Laurea 109/110+certificati Iata+doppio master specializzazione tourism management con prof. Castoldi.

Gestione completa front-back office.

Compenso da concordare, massima flessibilità.

Si garantiscono esperienza, affidabilità, professionalità.

Raffaella, 346 3025738 ore pasti direttoretecnicoadv@libero.it

DIRETTORE D'ALBERGO ESPERIENZA VENTENNALE CERCA LAVORO PER NUOVA SFIDA PROFESSIONALE

DETERMINATO INTRAPRENDENTE DINAMICO MOLTO MOTIVATO PER RAGGIUNGERE OBIETTIVI DI RILIEVO

SI OFFRE INOLTRE ANCHE CONSULENZA COME EVENT MANAGER START-UP LANCIO NUOVE APERTURE E/O RILANCIO STRUTTURE RICETTIVE GIA' ESISTENTI.

averuser@libero.it

Agenzia viaggio ricerca madrelingua spagnolo/a, con buona conoscenza della lingua italiana, da inserire nel proprio organico in qualità di Addetto Biglietteria Aerea.

Si richiedono:

- Esperienza nel Settore e Professionalità
 - Conoscenza di almeno uno dei sistemi GDS (AMADEUS, WORLDSPAN, SABRE, GALILEO)
 - Elevate Capacità di Problem Solving
 - Predisposizione al Team Working
 - Velocità d'apprendimento
 - Dinamicità e flessibilità
 - Automotivazione
- simona.neri@easymarketcrs.it

Stiamo selezionando per prestigiosa struttura in Egitto (Sharm El Sheikh) un promoter.

La risorsa sarà inserita nello staff di animazione ma si occuperà della promozione e vendita dei servizi a pagamento della struttura, quali: cene, eventi, discoteche, cene-spettacolo, ecc...

La risorsa dovrà lavorare a contatto con la gente e cooperare all'interno di uno staff di venditori.

Ruolo: Promoter

Periodo: Immediata per 6 mesi

Lingue richieste: Inglese (buon livello)

Benefit: Voli a/r, uniformi, vitto e alloggio

Destinazioni: Egitto (Sharm El Sheikh - Domina Coral Bay)

Compenso mensile 380-400 fisso + commissioni

Caratteristiche richieste per il ruolo:

- Bella presenza
- Ottime capacità comunicative
- Spiccata attitudine alla vendita e al lavoro per obiettivi
- Adattabilità e resistenza fisica
- Pregressa esperienza in animazione e in attività di promozione/vendita (preferenziale)
- Età 20-30 anni.

COME CANDIDARSI:

Se ritenete di essere idonei e siete interessati a candidarsi per questo ruolo, chiediamo gentilmente di inviarci un CV dettagliato con Foto intera alla mail: recruiting4fun@bluewin.ch

per ulteriori informazioni potete contattarci al seguente numero 0041.916832623

Sarete contattati immediatamente per un colloquio conoscitivo.

Per entrare a far parte del Team di For Fun compilare il cv on line cliccando <http://www.masteranimazioneuristica.it/> Per qualsiasi informazione ci puoi anche contattare al numero Vieni a visitare il nostro sito: www.4funentertainment.com

Stiamo selezionando per prestigiose strutture in Italia e all'estero Resp. Intrattenimento bambini e ragazzi

Ruolo: Responsabili Intrattenimento bambini e ragazzi

Periodo: Tutto l'anno - dai 3 ai 6 mesi

Lingue richieste: Inglese (preferenziale)

Benefit: Voli a/r, uniformi, vitto e alloggio

Destinazioni: Egitto, Tunisia, Spagna, Italia, Grecia, Turchia, Zanzibar, Kenya

Compenso mensile 600-900

Caratteristiche richieste per il ruolo:

- Bella presenza

- Pregressa esperienza nei centri estivi, scout, educatori, oratori, grest

- Esperienza pluriennale nella gestione di Miniclub (da 5 persone in su) nei villaggi turistici

- Età 20-30 anni.

COME CANDIDARSI:

Se ritenete di essere idonei e siete interessati a candidarsi per questo ruolo, chiediamo gentilmente di inviarci un CV dettagliato con Foto intera alla mail: 4funhumanresources@bluewin.ch

per ulteriori informazioni potete contattarci al seguente numero 0041.916832623

Sarete contattati immediatamente per un colloquio conoscitivo.

Stiamo selezionando per prestigiose strutture in Italia e all'estero Resp. Intrattenimento bambini e ragazzi

Ruolo: Responsabili Intrattenimento bambini e ragazzi

Periodo: Tutto l'anno - dai 3 ai 6 mesi

Lingue richieste: Inglese (preferenziale)

Benefit: Voli a/r, uniformi, vitto e alloggio

Destinazioni: Egitto, Tunisia, Spagna, Italia, Grecia, Turchia, Zanzibar, Kenya

Compenso mensile 600-900

Caratteristiche richieste per il ruolo:

- Bella presenza
- Pregressa esperienza nei centri estivi, scout, educatori, oratori, grest
- Esperienza pluriennale nella gestione di Miniclub (da 5 persone in su) nei villaggi turistici
- Età 20-30 anni.

COME CANDIDARSI:

Se ritenete di essere idonei e siete interessati a candidarsi per questo ruolo, chiediamo gentilmente di inviarci un CV dettagliato con Foto intera alla mail: 4funhumanresources@bluewin.ch

per ulteriori informazioni potete contattarci al seguente numero 0041.916832623

Sarete contattati immediatamente per un colloquio conoscitivo.

Stiamo selezionando baby sitter per prestigioso Resort in Sardegna.

Ruolo: Baby sitter

Periodo: dal 20 giugno a fine agosto

Lingue richieste: italiano madrelingua

Benefit: compartecipazione al rimborso voli a/r, uniformi, vitto e alloggio

Destinazioni: Sardegna

Compenso mensile 420-500 + benefit

Caratteristiche richieste per il ruolo:

- Bella presenza
- Diploma in ambito: educativo, sociale, psicologico
- Pregressa esperienza come baby sitter
- Referenze attestabili
- Età 18-30 anni

COME CANDIDARSI:

Se ritenete di essere idonei e siete interessati a candidarsi per questo ruolo, chiediamo gentilmente di inviarci un CV dettagliato con foto intera alla mail: 4funhumanresources@bluewin.ch

per ulteriori informazioni potete contattarci al seguente numero 0041.916832623

Sarete contattati immediatamente per un colloquio conoscitivo.

L'ufficio commerciale Italia di Transhotel cerca un'addetta BackOffice per sostituzione maternità.

Si richiedono:

- precedente esperienza nel campo turistico
 - ottima conoscenza dello spagnolo scritto e parlato
 - residenza Milano e provincia
 - età massima 35 anni
- italia@transhotel.com

PLURIENNALE ESPERIENZA PRESSO BUSINESS TRAVEL OFFRESI.

maria.marea2008@libero.it

Selezioniamo una persona addetta al booking, nuova agenzia di viaggio Roma zona piazza Fiume. Gradita la conoscenza della lingua inglese. info@tmctravel.it

Esperto libero professionista nel settore comunicazione e ufficio stampa offresi per progetti, collaborazioni nel settore pubbliche relazioni, comunicazione, ufficio stampa e marketing per aziende dell'industria del turismo come uffici del turismo, tour operator, hotel e resort, compagnie aeree e di trasporti, associazioni. pr.freelance@yahoo.com

Nell'anno consacrato alla bicicletta, l'ente del turismo rinnova una proposta ampia, che va oltre Amsterdam

465.000
Pernottamenti italiani
gen-set 2013

470.000
Pernottamenti italiani
attesi nel 2014

12,735 mln
Pernottamenti totali
nel 2013

“Le risorse tecnologiche si confermano essenziali”,
Anna Malagoli



L'Olanda in sella per riscoprire i centri minori

testi di ALBERTO CASPANI

AMSTERDAM - L'Olanda torna in sella. Consacrato il 2014 alla bicicletta, l'ente del turismo olandese ha elaborato un ventaglio di proposte che danno modo a chiunque di scoprire il Paese dei tulipani secondo la più tipica prospettiva dei suoi cittadini: scelta senza dubbio premiante, visto che i numeri dei pernottamenti sono in costante crescita.

«Nonostante le difficoltà economiche italiane - osserva Anna Malagoli, pr manager dell'ente nazionale olandese per il turismo in Italia - negli ultimi tre anni abbiamo sempre registrato dati positivi, passando da 457 mila pernottamenti tricolore nel 2012 a 465 mila nel 2013 (rilevamenti sui primi nove mesi), ma le proiezioni per quest'anno puntano addirittura alle 470 mila unità. L'Italia si conferma quarto mercato assoluto in Europa, non più legato solo alla fortunata formula dei city-break, bensì a un tipo di vacanza maggiormente votata all'esplorazione e all'autenticità locale

Vivacità culturale

AMSTERDAM - Se le condizioni meteo possono esporre a rapidi cambi di tempo, questo non significa non poter più muoversi per il territorio: l'Aja (dove il 27 giugno riaprirà il museo d'arte Mauritshuis), Rotterdam e Utrecht (col suo nuovo Palazzo della musica nel centro di cultura pop Tivoli) presentano infatti un'offerta culturale vivacissima e in aperta competizione con Amsterdam, nonostante la capitale resti il principale punto d'accesso al Paese. Nello scorso ottobre Transavia ha aperto un nuovo collegamento con Torino, mentre da maggio è attiva anche Klm con un nuovo volo. Sempre Transavia decolla da Bari a partire da aprile.

(che piace soprattutto ai 30/40enni). Questo trend, d'altra parte, interessa tutti i mercati internazionali, visto che anche sul fronte dei pernottamenti globali siamo passati da

12 milioni 205 mila nel 2012 a 12 milioni 735 mila la scorsa stagione, prevedendo un incremento del 2% anche nel 2014». Un notevole aiuto al-

l'orientamento del gusto viene dalle numerose risorse tematiche messe a disposizione sul portale www.holland.com, dove si punta l'attenzione sui 4.500 chilometri di itinerari nazionali a lunga percorrenza (su un totale di ben 32 mila), grazie in particolare alla possibilità di disporre di un pianificatore di itinerari online (con libera scelta di distanze e percorso) e di una guida alla segnaletica, così come dei regolamenti ciclistici olandesi. L'accrescimento della mobilità individuale sta modificando conseguentemente le zone d'interesse, non più concentrate sui centri urbani, ma su

aree naturali dove meglio comprendere il lifestyle tradizionale olandese, come le piccole comunità del nord e della Frisia.

Oltre ai complessi balneari di Kijkduin, Noordwijk e Schevigen, grande successo raccolgono oggi le dune di Bergen (fonte d'ispirazione di molti artisti), ma anche il Wadden dalle scenografiche coreografie marine dovute ai cambi di marea.

«Le risorse tecnologiche si rivelano fondamentali per sviluppare una conoscenza più approfondita della destinazione e permettono di raggiungere in modo capillare i singoli viaggiatori. Da quando è stata lanciata l'app Visit Holland, scaricabile sia su iPhone tramite l'App Store che su sistemi Android tramite Google Play (appena atterrati ad Amsterdam è possibile usufruire del collegamento wi-fi gratuito), è

stato possibile differenziare rapidamente l'offerta, puntando sul circolo virtuoso fra immagini attrattive, utilizzo di cartine e banche dati dettagliate.

«Non a caso anche i tempi medi di soggiorno sono in crescita, con vacanze che spesso e volentieri si prolungano dai sette ai 10 giorni, oltre a registrare un altissimo tasso di reaper: l'obiettivo, però, è di affrancarsi dal periodo d'alta stagione compreso fra fine marzo e fine maggio, per dimostrare che l'Olanda è attrattiva in qualunque periodo dell'anno».

La differenziazione del prodotto alla base della proposta 2014. Continua la formazione degli adv

Cipro tiene bene e destagionalizza l'offerta

NICOSIA - (a.c.) In viaggio tutto l'anno. Quel che sino a poco tempo fa suonava soprattutto un auspicio, è diventato oggi un segno distintivo dell'offerta cipriota; non a caso l'isola di Afrodite ha retto brillantemente gli effetti della crisi economica italiana, riuscendo a confermare i suoi 23 mila turisti tricolore anche in un'annata delicata quale il 2013.

Nonostante un calo complessivo dei visitatori internazionali di circa il 2,4%, la spesa turistica è aumentata dell'8,4% (2,1 miliardi di euro, circa il 12% del Pil nazionale) e, dato quanto mai significativo, si sono registrati picchi d'accesso in periodi tradizionalmente di bassa stagione, soprattutto fra novembre e gennaio (+38%).

«Per noi rappresenta una bella vittoria - hanno commentato Christos Tsiakas e Olga Mazzoni, rispettivamente direttore dell'ente del turismo di Cipro in Italia e responsabile della comunicazione - dal momento che non perdiamo terreno sul fronte delle vacanze balneari, più legate a un pubblico di massa, ma guadagnamo accolti sul fronte dei soggiorni culturali.

«Questo è il frutto del persistente lavoro di formazione fra gli agenti di viaggio, sostenuto attraverso eductour, corsi di formazione, ma grazie anche al costante presidio delle principali fiere italiane di settore, dalla Bit a Ttg, passando



23.000
Turisti italiani
nel 2013

+8,4%
Incremento spesa
turistica globale

per Bmt. La trasformazione della domanda turistica ci mette al riparo dalle problematiche del settore aereo, dal momento che Cipro non è più considerata alla pari di altre destinazioni mare e dunque

interscambiabile su questo piano, ma viene apprezzata per l'eccellenza della sua offerta: si raggiunge l'isola col deliberato intento di provare un'esperienza di soggiorno nelle dimore rurali e negli agriturismi recuperati al patrimonio immobiliare storico, una sessantina di strutture dove la diretta gestione delle persone locali permette di assaporare un clima non comparabile con altre realtà mediterranee. Analogamente, il settore alberghiero presenta complessi unici nel loro panorama, come il Thalassa boutique hotel&spa di Paphos, insignito del World Travel Award quale Leading hotel of the world per la sezione "boutique". Fra i nostri plus, possiamo vantare 57 spiagge

“bandiere blu”, ovvero oltre il 50% di litorale certificato per la purezza delle sue acque e perciò particolarmente appetibile anche per gli appassionati di diving o archeologia subacquea, così come sei istituti educativi certificati per lo studio dell'inglese».

Che Cipro stia facendo passi da gigante per posizionare i propri prodotti al vertice delle classifiche internazionali è provato anche dal recente riconoscimento a Paphos del titolo di Capitale della cultura 2017, oltre all'apertura di musei che hanno già raccolto ampi consensi: quello paleontologico di Larnaka, ad esempio, ma anche il museo d'arte moderna e contemporanea Loukia&Zampelas di Nicosia.

Settore sempre più strategico si sta rivelando infine il turismo sportivo, grazie all'istituzione del primo Cyprus Walking Festival, che permette di scoprire a piedi i luoghi naturalistici più remoti dell'isola in compagnia di guide specializzate, ma anche per l'inserimento della prova locale della Sunshine Mountainbike Cup nel circuito ciclistico professionale, al pari della classica Cyprus Marathon.

In attesa della completa entrata in servizio della nuova marina di Limassol, lo stesso settore crocieristico mostra oggi enormi potenzialità di sviluppo.

Bandiere Blu

Un premio alle spiagge di Israele

GERUSALEMME - Si è ufficialmente aperta la stagione balneare in Israele che si concluderà alla fine di ottobre e Usa Today ha nominato Tel Aviv come la migliore destinazione "beach party" al mondo, inserendo la capitale della movida israeliana in una nuova lista creata dal Matador Travel Network. Inoltre, la Foundation for Environmental Education ha assegnato l'ambita Bandiera Blu per eccellenza ambientale a 21 spiagge di Tel Aviv e a due marine: il doppio del numero assegnato nel 2013. Le 21 spiagge scelte includono Hukuk Beach sul lago di Tiberiade, Dado ad Haifa; Chanz, Onot, Amfy, Herzl, Sironit North, Sironit South, Lagoon-Argaman e Poleg beaches a Netanya; Metzizim e Jerusalem beaches a Tel Aviv; HaKachol Beach a Rishon LeZion; Mei Ami, Oranim, Lido, Kshatot, Yod Alef, Riveria una specifica spiaggia di Ashdod e l'Hash'hafim Beach ad Eilat.

SPECIALE

a cura della redazione



Mediterraneo

PANORAMA & TURISMO
Immobiliare Tour Operator



✓
Tour dall'Est all'Ovest



✓
Gemme di Sicilia



✓
Tour dei Sapori



✓
Il Barocco Siciliano



✓
Sicilia Antica



✓
Tra Terra e Mare

Sicilia per Gruppi 2014

www.panorama-turismo.it - info@panorama-turismo.it

TURBANITALIA

“ Il 2014 è partito in modo molto positivo ”

Graziano Binaghi



Qual è l'andamento delle prenotazioni?

«Il 2014 è partito in modo molto positivo con un gennaio, febbraio e marzo caratterizzati da buone vendite - spiega Graziano Binaghi - direttore generale di TurbanItalia. Aprile ha rilevato un rallentamento per le prenotazioni dell'estate, condizionate probabilmente dalla presenza di tutti i ponti festivi che hanno in qualche modo falsato il calendario. Nel mese di maggio stiamo riscontrando nuovamente un buon andamento».

La novità di prodotto?

«Ci siamo concentrati sul consolidamento del nostro prodotto più che su delle vere e proprie novità, mantenendo quasi invariata la struttura del catalogo e cercando di perseguire sempre una logica di equilibrio tra qualità e quotazione, sottolineando la nostra vocazione di operatore specializzato che non si limita al pacchetto pubblicato. Segnaliamo comunque due novità: nei tour, auricolari in dotazione ai clienti per gruppi superiori alle 15 persone per facilitare l'ascolto della guida e riduzione terzo letto bambino dai 2 ai 9 anni. Per la crociera in caicco: due itinerari classici e più conosciuti sul mercato, la Turchia Blu e la Turchia Turchese, in formula "tutto incluso a bordo". Ritorna poi in programmazione un itinerario molto apprezzato, la Turchia Azzurra, che combina i punti più belli della costa egea della Turchia con le isole del Dodecaneso: Kos, Nisiros e Symi. Per i villaggi, abbiamo riconfermato la nostra presenza sulla costa turca con due strutture: una a Bodrum e una a Kemer, con target e caratteristiche diverse; entrambi i resort si affacciano su un mare che ha ottenuto la Bandiera Blu. Il Latanya Beach Resort di Bodrum è prodotto di livello medio-alto in una delle località più apprezzate dell'Egeo. Il Latanya collegato all'Italia da maggio a ottobre con voli Pegasus Airlines e Turkish Airlines. Inoltre sono programmati voli charter operati da Free Bird Airlines. A Kemer invece TurbanItalia propone l'Holiday Club, sempre in esclusiva per l'Italia, con trattamento all inclusive».

Due

Le strutture di punta sulla costa turca: il Latanya Beach Resort di Bodrum e l'Holiday Club di Kemer



www.facebook.com/turbanitalia



Speciale Mediterraneo

ENTE DEL TURISMO ELLENICO



“Il turismo emerge ora come pilastro fondamentale della crescita”,
Kyriaki Boulasidou

Qual è l'andamento delle prenotazioni?

«Nel 2013 il turismo in Grecia, se consideriamo anche i croceristi, ha superato i 20 milioni di visitatori provenienti da tutto il mondo – commenta il direttore dell'ente del turismo ellenico in Italia, Kyriaki Boulasidou -. Le prenotazioni per il periodo gennaio-febbraio 2014 mostrano un aumento del 17,3% e gli arrivi del primo trimestre hanno avuto un incremento del 23% a livello mondiale. Atene è protagonista, con un incremento di oltre il 32%». È stato elaborato dal governo greco un progetto di strategia nazionale del turismo con obiettivi specifici: aumentare

il reddito del turismo; rafforzare l'occupazione; garantire la sostenibilità del prodotto turistico; tutelare l'ambiente naturale; diffondere i benefici economici e sociali del turismo in tutta la società greca. «La Grecia cambia. Attraverso la crisi nasce una nuova Grecia, più forte, più matura, più efficace. Il turismo emerge come pilastro fondamentale della crescita, sostenuta da strumenti di pianificazione finanziaria. Più potere d'acquisto per i visitatori, miglioramento della competitività, specializzazione delle risorse umane, aggiornamento di infrastrutture e servizi».

La novità di prodotto?

«Sono stati promossi e sostenuti importanti progetti turistici, quali ad esempio quello relativo al resort Atalanti Hills nella Grecia Centrale, al villaggio Iliade a Itaca (campo da golf a 18 buche, un porto turistico con 200 posti barca, borgo marinaro sei unità alberghiere di lusso), al complesso alberghiero "Itanos Gaia" Lassithi Creta e al Pomegranate wellness Spa Hotel nella penisola di Kassandra in Calcidica».

20 milioni

Visitatori in Grecia nel 2013

 www.facebook.com/visitgreecegr
 twitter.com/visitgreecegr

GRIMALDI LINES

“Sono 14 i collegamenti regolari proposti nel Mediterraneo”,
Francesca Marino

Qual è l'andamento delle prenotazioni?

«Il trend delle prenotazioni è in linea con quello dell'anno scorso, quindi positivo» dichiara Francesca Marino, passenger department manager di Grimaldi Lines.

La novità di prodotto?

«Per la stagione estiva 2014, Grimaldi Lines conferma 14 collegamenti regolari nel Mediterraneo, verso Sardegna, Sicilia, Spagna, Grecia, Tunisia e Marocco. In particolare, la Sardegna è servita dal collegamento Civita-



vecchia-Porto Torres, che offre fino a cinque partenze alla settimana in alta stagione, mentre verso la Spagna sono operative le linee Civitavecchia-Barcellona - partenze tutti i giorni tranne la domenica - Livorno-Barcellona con frequenza settimanale e Porto Torres-Barcellona con partenze da aprile ad ottobre (2, 4 e 5 partenze a settimana in base alla stagionalità). Per quanto riguarda la Grecia, al collegamento giornaliero Brindisi-Igoumenitsa-Patrasso (che in alta stagione raggiunge le nove partenze a settimana), da dicembre 2013 si affianca la linea settimanale Ravenna-Igoumenitsa-Patrasso. Prosegue inoltre l'offerta di eventi a bordo sulla tratta Civitavecchia-Barcellona, servita dalle due ammiraglie Cruise Roma e Cruise Barcelona: si tratta di minicrociere dedicate ai più svariati temi, quali il gioco, la cultura, il fitness, la musica e molto altro ancora».

Eventi

Sulla Civitavecchia Barcellona prosegue l'offerta di minicrociere dedicate ai più svariati temi

 www.facebook.com/grimaldi.lines
 twitter.com/GrimaldiLines

Con Acentro in Sicilia, al Rocco Forte Verdura Golf e SPA Resort

IL LUOGO

Inserito in un meraviglioso tratto della costa nel sud-est della Sicilia, il Rocco Forte Verdura Golf e SPA è senza dubbio una delle strutture più esclusive del Mediterraneo. Nel cuore delle bellezze della natura siciliana, vicino ai più apprezzati siti archeologici della Magna Grecia, dista poco più di un'ora da Palermo e dal suo aeroporto.

IL RESORT

Progettato nel rispetto dell'ambiente circostante attraverso l'utilizzo di materiali naturali, è il luogo ideale per rilassarsi e recuperare le proprie energie, sempre tutto all'insegna dell'eleganza e di una raffinata semplicità. Le camere, arredate con materiali pregiati, offrono ampi spazi e vista sul mare.

RISTORANTI E BENESSERE

I tre diversi ristoranti riservano un'accurata ed ampia scelta di menu ideati da un grande Chef, Fulvio Pierangelini, che sa proporre la

cucina mediterranea tradizionale, esaltando la riscoperta dei sapori, con profumi e colori della cucina tradizionale siciliana. I nomi sono un programma, dal Buon Giorno, accogliente e luminoso con vista su piscina e mare, al La Zagara, elegante con vista sui giardini circostanti. E per concludere il Liolà, tipica trattoria siciliana con vista sul mare, ideale per un pranzo o una cena informale.

Poi una Spa di 4000 metri quadrati, luogo per eccellenza di relax e benessere con terrazza esterna e una palestra completa di tutte le attrezzature sportive di ultima generazione, oltre a 4 piscine per talassoterapia, solarium, hammam, sauna ed un centro estetico. E infine sei campi da tennis, due piscine con vista aperta sul mare e una spiaggia privata attrezzata.

IL GOLF

Ma soprattutto è il giocare a golf in un contesto che sembra essere fuori dal tempo e dallo spazio che rende la vacanza unica. Straordinario per la bellezza del contesto e per i tracciati, il Verdura Resort ospita due campi da golf da 18 buche più un altro campo da 9 buche, disegnati e progettati da Kyle Phillips. Impegnativi e divertenti al tempo stesso, indimenticabili. Con Acentro alle migliori condizioni possibili.

di Laura Piras



Condizioni in esclusiva solo con ACENTRO

Rocco Forte Verdura Golf e SPA Resort
Prezzo per persona: **da € 950**

LA QUOTA COMPRENDE:

- 5 notti in camera Deluxe
- Trattamento di prima colazione
- Green fees giornalieri con carrello e palline di campo pratica
- ingresso al centro Spa per i clienti Acentro inclusivo di : sauna, bagno turco, palestra e piscine, hammam, e piscina per 1 ora al giorno a persona,

Sempre incluso nella quota:

- Servizio ricerca voli e hotel con la miglior tariffa e emissione biglietti con pagamento garantito alla compagnia aerea e hotels
- Assicurazione medico sanitaria e assicurazione bagaglio/ sacca da golf
- Assicurazione rimborso in caso di cancellazione viaggio sino al giorno della partenza (condizioni come da catalogo generale Golf Vacanze)
- Assistenza telefonica gratuita prima, durante e dopo la vacanza

e in omaggio:

- 12 palline Srixon AD333 per camera
- 1 borsa omaggio per camera (o coprisacca).



Via V. Pisani, 5/7
20124 Milano
Tel. 02.66.70.74.90
Fax 02.66.70.72.79
www.acentro.it

Speciale Mediterraneo

ACENTRO TURISMO



“Il catalogo GolfVacanze rinnova ogni anno proposte e destinazioni,”

Laura Piras

Qual è l'andamento delle prenotazioni?

«Il settore turistico dedicato al golf riscuote sempre maggior interesse con numeri incoraggianti e un trend in continua crescita – afferma Laura Piras, direttore marketing Acentro Turismo -. Acentro, mantenendo la posizione di leader in questo segmento, presenta una ricca e qualificata offerta di prodotti. Il catalogo GolfVacanze propone villaggi nel Mediterraneo, destinazione tra le più affermate nel panorama internazionale del turismo golfistico grazie al giusto mix di fattori tra cui il clima, il paesaggio e la cultura».

La novità di prodotto?

«Acentro rinnova ogni anno la programmazione con nuove proposte e destinazioni, quest'anno soprattutto nel Mediterraneo fra Spagna, Francia, Italia, Grecia e Turchia. In Spagna proponiamo soggiorni in 5 resort di lusso: a Girona il Melia Golf Vichy Catalan Pga Catalunya, nella località di Sotogrande, l'Almenara Golf Hotel & Spa, a San Pedro De Alcantara, l'Hotel Guadalmina Spa & Golf Resort, a cinque minuti dal centro di Marbella, il Los Monteros Hotel e infine l'Hotel Puente Romano vicino a Puerto Banus. In Francia offriamo due soluzioni: il Terre Blanche Hotel Spa Golf Resort a Tourrettes (Provenza) e l'hotel & Spa des Pescheurs su un'isola a poche miglia dalla Corsica. In Italia siamo nell'area di Ragusa con il Donnafugata e, a pochi minuti da Sciacca, il Verdura Golf & Spa Resort; in Puglia il Borgo Egnazia e il Doubletree by Hilton Acaya Golf Resort; in Sardegna, l'Is Molas Hotel. Due le proposte sulla Grecia, entrambe a 5 stelle: il Westin Costa Navarino, e il The Romanos Costa Navarino. Infine in Turchia con i resort situati lungo la costa di Antalya: il Kempinsky Hotel The Dome, il Gloria Golf Resort, il Riu Kaya Belek e il Regnum Carya Golf & Spa Resort.

Golf

Il segmento registra un trend in costante crescita

PANORAMA IMMOBILIARE & TURISMO

“Ad oggi le richieste sono per Sicilia e Croazia, principalmente gruppi,”

Daniela Aljinovic

Qual è andamento delle prenotazioni?

«La stagione estiva sta cominciando a muoversi ora e l'andamento delle prenotazioni è in leggera flessione rispetto all'anno scorso – racconta Daniela Aljinovic, amministratore unico Panorama Immobiliare & Turismo -. La gente sta diventando un po' più attenta al budget e tende a studiare di più prima di prenotare un viaggio. Per questo, c'è bisogno di più tempo prima di prenotare e gli impegni arrivano più sotto data. Stiamo comunque accogliendo richieste sia per la destinazione Sicilia sia per la Croazia, principalmente per viaggi di gruppo».

La novità di prodotto?

«Quest'anno presentiamo il Tour dei Balcani: un itinerario che parte dal mare e si addentra all'interno, attraverso le 4 capitali dell'ex Jugoslavia, da Spalato a Sarajevo, Belgrado, Zagabria e Lubiana. Il secondo tour che proponiamo invece è costiero e tocca Croazia, Bosnia e Montenegro. Entrambe queste proposte sono a vocazione culturale. Il terzo itinerario invece è in Italia, lo proponiamo per gruppi ed è un tour in Costiera Amalfitana con 3 notti a Sorrento per poi imbarcarsi da Napoli e proseguire con un tour classico della Sicilia. Una terza località che si affaccia sul Mediterraneo ed è balneare è Portorose, dove stiamo proponendo un collegamento bus da Milano ogni sabato dal 19 luglio al 6 settembre (possibili fermate lungo la A4, a Bergamo, Verona e Vicenza). Qui proponiamo soggiorni settimanali nelle strutture della catena LifeClass 4 stelle, Hotel Lucja 3 stelle e Residence Marina».

Sei

Partenze garantite per il Tour dei Balcani



www.facebook.com/
PanoramaImmobiliare-TurismoSrl



☎ 081 496 444

**L'ESTATE SI AVVICINA.
PRENOTA ORA**

Qualunque sia la tua esigenza,
Grimaldi ha un'offerta pensata per te.

Sulle rotte da e per
Spagna, Grecia, Sardegna e Sicilia

-15% ENTRO IL 01/6*

GRIMALDI LINES

grimaldi-lines.com

Con Grimaldi raggiungi
anche **Marocco e Tunisia.**

MINOAN LINES

*Per partenze in media ed alta stagione sulle linee Grecia, Spagna e Sardegna o in alta stagione per le linee Sicilia. Offerte speciali soggette a disponibilità e riconferma, verifica le condizioni di applicabilità su www.grimaldi-lines.com

INSIEME
QUEST'ESTATE
REALIZZEREMO
GRANDI SOGNI.

**VOLA ALLE
BALEARI
E ALLE ISOLE
GRECHE.**

vueling

LOVE THE WAY
YOU FLY

**VOLI DIRETTI DA 17 AEROPORTI ITALIANI
O IN CONNESSIONE VIA ROMA FIUMICINO O BARCELLONA.**

Prenota su www.vueling.com/agenzie o su GDS. Call center agenzie 199 30 88 30.
Iscriviti alla nostra newsletter su www.vueling.com/agenzie per ricevere tutte le nostre promozioni e le ultime notizie sul mondo Vueling.

Speciale Mediterraneo

VUELING



“Da Roma offriamo 29 nuovi collegamenti di cui sette domestici”,
Massimo Di Perna

Qual è l'andamento del booking?

«Continuiamo a registrare un ottimo andamento delle prenotazioni – dichiara Massimo Di Perna, regional manager Italia, Malta e Svizzera di Vueling - soprattutto relativo alle nuove rotte annunciate per la stagione estiva 2014».

La novità di prodotto?

«Tre le principali novità: 41 nuove rotte dirette su un totale di 72 disponibili dai 16 aeroporti italiani in cui operiamo. In particolare sono 29 i nuovi collegamenti (22 internazionali e 7 domestici) operativi da Roma Fiumicino per l'estate 2014: ad esempio si potrà volare verso alcune delle più belle città europee come Praga, Berlino e Amsterdam; raggiungere le migliori destinazioni turistiche del Mediterraneo come la Croazia, la Grecia, la Corsica e la Spagna. Sempre da Roma, sarà possibile utilizzare anche i voli domestici per Catania, Palermo, Torino, Genova, Bari, Brindisi e Lamezia. Inoltre, attraverso i voli in connessione di Vueling a Fiumicino, i passeggeri in partenza da Catania, Palermo, Bari, Brindisi e Lamezia Terme potranno volare via Roma verso altre 37 nuove destinazioni con un unico check-in per entrambe le rotte e il ritiro del bagaglio imbarcato direttamente a destinazione. Vueling continua poi a puntare sulle migliori tecnologie per offrire servizi innovativi, come la carta d'imbarco ora disponibile su Smartwatch della Sony e il wi-fi ad alta velocità presto in dotazione sugli aerei della compagnia, anche per voli di corto raggio».

137 mln €

Utile esercizio 2013, in crescita di 101 milioni rispetto al 2012 e un fatturato di 1,13 miliardi.



ENTOUR



“Turchia e Marocco stanno registrando buoni risultati”,
Enzo Martino

Qual è l'andamento delle prenotazioni?

«Abbiamo avuto una prima parte dell'anno piuttosto interessante per quanto riguarda alcune destinazioni dell'area mediterranea – sostiene Enzo Martino, direttore commerciale Entour -. In particolare, la Turchia che ha raggiunto ottimi risultati in marzo, specie con dei tour settimanali a prezzo speciale su Istanbul e Cappadocia, e per le partenze di aprile, Pasqua e Ponti. Anche il Marocco ha dato soddisfazione con le proposte di tour classici. Sempre come tour, abbiamo inoltre assistito ad una ripresa degli itinerari in Grecia. Ad oggi, le prenotazioni estive si stanno muovendo e per la maggior parte riguardano gli itinerari classici in Turchia».

La novità di prodotto?

«Come novità, visto il successo avuto in marzo, stiamo studiando delle combinazioni a prezzo speciale per l'autunno sulla Turchia. Le presenteremo a breve. Per quanto riguarda il Marocco invece, abbiamo nel periodo estivo una serie di interessanti combinazioni “partenze garantite”».

Obiettivi

Mantenimento del trend dello scorso anno per quanto riguarda l'estate e un aumento del 15-20 % per le nostre combinazioni speciali sulla Turchia in autunno



Turchia - Bodrum
LATANYA BEACH RESORT

Un'incantevole spiaggia, un mare da bandiera blu e grandi spazi sono il biglietto da visita di questo bel villaggio adatto a tutti e ristrutturato nel 2007. Per una vacanza "pieds-dans-l'eau!"

- Esclusiva per l'Italia
- Mare Bandiera Blu
- Tutto incluso con ricchissima formula food & beverage
- Staff di animazione Turbanitalia
- Atmosfera raffinata nella baia più bella di Bodrum



TURBANITALIA
Emozioni in viaggio

Tel. 02 5830 8791 - email: info@turbanitalia.it - www.turbanitalia.it - Turbanitalia

Speciale Mediterraneo

PER SAPERNE DI PIU'...

Le prenotazioni della stagione invernale (chiusura al 30 aprile) «Si sono chiuse con un risultato molto positivo e un incremento a doppia cifra rispetto all'inverno scorso - commenta Giorgio Trivellon, responsabile vendite di **Club Med Italia** -. Anche le prenotazioni estive registrano un risultato positivo, grazie alla nostra politica di advance booking ormai consolidata e nonostante un leggero calo avuto a fine aprile per le varie festività e ponti. Per Club Med l'intero 2014 è un anno eccezionale: abbiamo aperto Guilin in Cina, apriremo Dong'ao (il primo Resort cinese sul mare) in autunno e Val Thorens il 14 dicembre 2014 in occasione della prossima stagione invernale. Per quest'anno gli sforzi di rinnovamento si sono focalizzati su Cancún Yucatán (in Messico), Columbus Isle (nelle Bahamas) e Bali (Indonesia). Un'area su cui stiamo investendo molto è la Cina: il nostro programma è di arrivare a 5 resort entro fine 2015. Inoltre abbiamo progetti di nuove aperture anche in Oman, Brasile, Canada e nel Mediterraneo, Italia compresa. Per Club Med l'Italia rimane prioritaria, soprattutto per il target famiglie».

L'Italia resta una meta prioritaria, specie per le famiglie

Anticipo

Si registra un aumento significativo dell'advance booking rispetto al 2013

L'andamento delle prenotazioni «è a buoni livelli, con un aumento significativo dell'advance booking rispetto allo scorso anno - dichiara Angelo E. Cartelli, direttore commerciale e marketing di **Eden Viaggi** -. Per il 2014 abbiamo presentato molte novità nell'area mediterranea: gli Eden Village Natura Park a Kos, Olympian Village nel Peloponneso, Yadis Hammamet in Tunisia e Caesar Bay a Marsa Matrouh, più una struttura in esclusiva sul mercato italiano, l'Eden Resort Aphrodite Beach a Mykonos e la nuova area greca della Penisola Calcidica, con strutture a marchio Eden Special. Bagnata dall'oceano Atlantico, ma appartenente alle destinazioni del Mediterraneo insieme alle Baleari, Fuerteventura torna nella nostra programmazione con l'Eden Village Cotillo Beach. Inoltre, in Italia va segnalato l'ingresso dell'Eden Special Falconara Charming House, piccolo gioiello a Marina di Butera, sulla costa sud della Sicilia meridionale».

L'andamento «è buono per tutte le destinazioni, a cominciare da Grecia e Spagna, che ad oggi fanno segnare un +30% cento rispetto allo stesso periodo del 2013, con un trend di crescita che non prospetta flessioni - spiega Federico Gallo, direttore prodotto di **Settemari** -. Rifiorisce la Tunisia dopo la flessione degli ultimi anni. Molto importanti per il supporto delle prenotazioni le due promozioni: "Beati i primi", con prezzo dinamico a partire dalla quota start e "Offerte Formato Famiglia", con la possibilità di avere il primo bambino completamente gratuito.

L'estate 2014 vede il debutto del progetto "Casa Italia"

«L'estate 2014 nei Settemari-Club vedrà il debutto di "Casa Italia" dove professionisti dell'assistenza, dell'intrattenimento e del gusto made in Italy si mettono al servizio dei clienti con un'ampia gamma di servizi e attività: gli assistenti, gli appuntamenti SevenTime, le attività sportive e di fitness SevenFit, l'esclusivo miniclub Pirati dei Settemari, il club Seventeen per gli adolescenti con spazi e attività a loro dedicati e il cuoco SettemariClub che propone piatti della tradizione italiana».

Orange

Sono cinque le new entry estive della linea Orange; tutte stanno registrando ottimi andamenti

L'andamento delle vendite «è più che soddisfacente, con grande impulso dalle prenotazioni del primo trimestre - spiega Isabella Candelori, direttore commerciale di **InViaggi** -. Malgrado la chiusura di Sharm, i fatturati esprimono un segno positivo a due cifre rispetto a pari data del 2013, con performance ottime di Tunisia / Grecia e Spagna». In prima fila tutto il prodotto della linea Orange Club e Apple Style, a seguire il prodotto generalista con il Fruit in prima battuta. Sulle destinazioni storiche come Palma, Ibiza, Rodi e Creta, InViaggi riesce ad offrire ottime soluzioni con partenze da molti aeroporti italiani anche periferici. «Sono 5 i nuovi Orange della programmazione estiva, Orange Club La Noria di Minorca, Orange Club Paraiso Playa di Fuerteventura, Orange Club Delfin Mar di Palma, Orange Club Olive Garden di Rodi e Orange Club Sissi Beach & Spa di Creta. Tutti e 5 hanno andamenti eccellenti con settimane di tutto esaurito».

Le vendite «sono decollate da un paio di settimane - spiega il responsabile commerciale Italia di **Swan Tour**, Elisabetta Pavanello -; sino ad allora hanno faticato a partire in particolare Grecia e Turchia, molto meglio Spagna e Tunisia. Ora però tutte le destinazioni sono allineate, agosto è già in prenotazione anticipata, giugno si muove bene, mentre luglio va un po' più a rilento. Il nostro Beach Swan Club di Minorca e il Barbarroja Swan Enjoy a Formentera stanno registrando un positivo feedback. La Tunisia, con il nuovo One Resort Golf & spa Swan Club ha riscosso apprezzamento e richiesta in tutto il mondo agenziale per la sua notorietà e la trasformazione in Swan Club è stata ben recepita. Il "super prenota prima Swan Tour" continua a funzionare, la formula prezzo garantito piace e dà sicurezza. Il pricing sui nostri villaggi è in linea con quello dello scorso anno su alcune mete, più in sofferenza e leggermente incrementato su altre, ma sono sempre oscillazioni di poco rilievo. Infine, il prodotto Clubresta in questo momento uno dei più forti quanto ad appeal sui clienti, in particolare per il target famiglia».

Buon riscontro per il "super prenota prima Swan Tour"



UN MONDO DI DESTINAZIONI

INVITA I TUOI CLIENTI AD
ESSERE NOSTRI OSPITI



Etihad Airways è lieta di annunciare che a partire dal prossimo 15 Luglio 2014 volerà ogni giorno da Roma ad Abu Dhabi. Etihad, World's Leading Airline*, offre comodi collegamenti con un solo scalo verso oltre 85 destinazioni in tutto il mondo, con un ampio network in Medio Oriente, Africa, Asia e Australia.

Etihad è l'unica compagnia aerea globale che sui voli a lungo raggio offre poltrone che diventano veri e propri letti, ognuna con accesso diretto al corridoio; in questo modo i tuoi clienti potranno godere del meglio dell'ospitalità a bordo.

Per saperne di più visita etihad.com/it

Voli giornalieri da Roma a partire dal 15 luglio 2014.

*World Travel Awards 2013.

الإتihad
ETIHAD
AIRWAYS
ABU DHABI