

Europcar
moving your way

FAI SVOLTARE I TUOI AFFARI
CON EUROPCAR

GLI

NUMERO
1556

GUIDA VIAGGI

Europcar
moving your way

10% di sconto
per i noleggi effettuati
entro il 30/11/2018
prenotando
con il contract
53247134
su click4wheels.it

www.guidaviaggi.it

Poste Italiane SpA - spedizione in abbonamento postale - D.L. 353/2003 conv. in L. 27/02/2004 n° 46 art. 1 - CN/AN. Detentore del conto è l'ufficio P.T. di Ancona CMP Passo Varano - Prezzo per copia euro 0,50 Anno XLVI -8 Ottobre 2018

Expedia TAAP
PROGRAMMA AGENZIE DI VIAGGI

...Ci guadagni sempre!

www.expedia.it/Taap
VIENI A TROVARCI AL TTG!
Pad. A1, St. 45/46
Tel.: 02 99953708 ext.1 - E-mail: agenzie@expedia.com



Per l'Idd c'è tempo

Sul fronte assicurativo la scadenza per adeguarsi è quella del 23 febbraio 2019

Nei cambiamenti che riguardano il mondo assicurativo c'è l'intervento del legislatore europeo, che ha deciso di coinvolgere nella trasformazione tutte le categorie che agiscono nella vendita di polizze accessorie. Assodato questo, resta il conforto che c'è tempo per adeguarsi. Se la data fatidica dell'introduzione della **Insurance Distribution Directive (Idd)** è fissata per il primo ottobre, è altrettanto vero che si può correre ai ripari con adeguate soluzioni entro il 23 febbraio 2019. Cosa cambia e che tipo di

orientamento suggerire alle agenzie di viaggio per alleviare il compito che le attende è stato oggetto di dibattito nei giorni scorsi negli uffici di **Europ Assistance** a Milano. La tavola rotonda del ciclo **MARTEDITurismo by Guida Viaggi**, dal titolo "Conosciamo l'Idd, l'acronimo che impatta sulla vendita di polizze in agenzia", ha fatto emergere un messaggio rassicurante. **Massimiliano Sibilio, head of travel di Europ Assistance**, ha così sintetizzato: "È un momento di riflessione,

ma non vuol dire che non siamo pronti. Ci sono tre scadenze e due impatti da considerare, uno documentale ed uno economico". L'aspetto documentale va a segno con il documento Dip, che ha lo scopo di rendere semplice il confronto tra due policy assicurative simili, grazie ad un format bifacciale unico. Dal primo gennaio, poi, ci sarà il Dip aggiuntivo. Dal fronte associativo, **Fto**, in rappresentanza del mondo agenziale, asserisce nelle parole del suo **direttore Gabriele Milani**: "Ribadisco il

messaggio di tranquillità al mercato. Fino a 200 euro per polizza a persona non cambia quasi niente, al di sopra di questa soglia stiamo studiando le soluzioni proposte dalla normativa e dagli operatori. Vedremo per quante agenzie sarà necessaria l'iscrizione al Rui, nel registro E poiché l'F significherebbe essere agenti assicurativi propriamente, e faremo le opportune valutazioni". Uno dei temi principali riguarda il limite del premio versato, che impatta sull'8% circa delle vendite in adv.

DA PAG. 2

IN QUESTO NUMERO

PRIMO PIANO

La Tunisia e il focus sull'Italia Pag. 6

ECONOMIA

Per Going l'inverno è partito Pag. 8

Formazione il must di Fiavet Sardegna Pag. 10

Vueling cambia il piano tariffario Pag. 11

Quattro brand per Arkus Pag. 14

SPECIALI

Australia-Sud Pacifico: successo dei combinati Pag. 18

Anno positivo per il turismo religioso Pag. 22

venere.comTM
Travel Agency Interface

in collaborazione con

Hotels.comTM

SIAMO AL TTG FIERA DI RIMINI

dal **10** al **12** **OTTOBRE**

Padiglione: A1 Stand: 045/046



Idd, c'è tempo per adeguarsi

L'entrata in vigore della direttiva, fissata per il primo ottobre, indica una fase di transizione che porterà il mondo trade a trovare soluzioni entro il 23 febbraio

di Paola Baldacci e Laura Dominici

Siamo davanti a cambiamenti importanti nel settore assicurativo, di per sé già spessi da digerire, e il legislatore europeo ha deciso di coinvolgere nella trasformazione tutte le categorie che agiscono nella vendita di polizze accessorie. Assodato questo, resta il conforto che c'è tempo per adeguarsi. Se la data fatidica dell'introduzione della Insurance Distribution Directive (Idd) è fissata per il primo ottobre, è altrettanto vero che si può correre ai ripari con adeguate soluzioni entro il 23 febbraio 2019.

Cosa cambia e che tipo di orientamento suggerire alle agenzie di viaggio per alleviare il compito che le attenderà è stato oggetto di dibattito nei giorni scorsi negli uffici di Europ Assistance a Milano. La tavola rotonda del ciclo MARTEDIturismo by Guida Viaggi, dal titolo "Conosciamo l'Idd, l'acronimo che impatta sulla vendita di polizze in agenzia", ha fatto emergere un messaggio rassicurante. **Massimiliano Sibilio, head of travel di Europ Assistance**, ha così sintetizzato: "È un momento di riflessione, ma non vuol dire che non sia-



Un momento del dibattito

mo pronti. Ci sono tre scadenze e due impatti da considerare, uno documentale ed uno economico". L'aspetto documentale va a segno con il documento

Dip, che ha lo scopo di rendere semplice il confronto tra due policy assicurative simili, grazie ad un format bifacciale unico. Dal primo gennaio,

poi, ci sarà il Dip aggiuntivo. "Dal punto di vista economico - spiega Sibilio - è vero che ci sono dei limiti, ma restano alcuni mesi fino al 23 febbraio per mettersi in regola, previa un'adeguata riflessione su contenuti, modelli e pricing". Ad entrare nello specifico è **Michele Cossa, ceo Borghini e Cossa Insurance Broker**: "Il cambiamento è rappresentato dal fatto che se fino ad oggi gli operatori potevano distribuire la polizza assicurativa a titolo accessorio, ora devono fare delle macro analisi. La prima differenziazione è a titolo oneroso, perché vige l'obbligo di proporre le polizze in maniera professionale. E le agenzie dovranno chiedersi se varrà la pena sostenere gli oneri dell'iscrizione al Rui e sottostare alle indicazioni di un registro che è per sua natura regolamentato". Uno dei temi principali riguarda infatti il limite del premio versato, che non dovrà superare i 200 euro a persona (contro i 500 della normativa precedente). "Caso che riguarda l'8% circa delle vendite in agenzia (secondo alcune stime), e per il quale le compagnie assicurative dovranno predisporre vie diverse", commenta Cossa. Va anche visto un aspetto positivo: "Per i distributori tradizionali può essere uno strumento fidelizzante iscriverli al Rui il proprio partner. In questo senso le compagnie stanno

rivedendo le polizze e il sistema di remunerazione", aggiunge Cossa.

Il valore del business

Il business assicurativo per un gruppo come Uvet è una fonte di ricavo importante: "Abbiamo un network di 850 agenzie a cui se ne aggiungono 200 Last Minute Tour e di proprietà - dichiara **Antonello Lanzellotto, direttore generale di Uvet Travel Network** -. Abbiamo messo a disposizione un portale esclusivo che consente di acquistare le polizze al netto. Ora con questa nuova situazione che si è venuta a creare siamo curiosi di capire cosa succederà, ma abbiamo già diramato un comunicato interno spiegando che dal primo ottobre cambierà poco. Intanto la percentuale che sfiora i nuovi limiti del premio è attorno al 5% e il nostro consulente assicurativo è a disposizione delle agenzie per chiarimenti". Uvet ha registrato un incremento del 4% nella vendita di polizze anno su anno, su un giro d'affari di 240 milioni di euro di pacchetti. **Maurizio Baino**, che per **Alpitour World** è responsabile vendite prodotti assicurativi, spiega: "Stiamo collaborando in modo intenso con Europ Assistance (è stato appena siglato un contratto per altri 7 anni, ndr) per individuare le soluzioni migliori. Ritengo che il legislatore abbia

inteso intraprendere una via per aumentare la tutela nei confronti del cliente finale. Questa va vista come un'occasione imperdibile, al di là delle difficoltà operative, per tour operator, assicurazioni e agenzie che finora hanno venduto polizze per abitudine o in forma meccanizzata". Da un punto di vista commerciale ci sono valutazioni da fare, ma secondo Baino la gran parte delle polizze, il 93-94%, sono inferiori alla soglia dei 200 euro. Conferma Sibilio di Europ Assistance: "Occorre fare delle analisi in base al business delle adv e se il punto vendita ha un forte volume di pratiche di valore alto non bisogna porre dei limiti". La società assicurativa che troverà la giusta soluzione, quasi indolore per le adv, avrà quindi a disposizione un'importante leva commerciale. Certo le agenzie, specialmente al Centro-Sud, che vivono sui viaggi di nozze saranno investite maggiormente dal problema. "Il legislatore - interviene **Tito Gherardi, responsabile commerciale Ernesto Solari Assicurazioni Genova** - ha dato enfasi al regolamento per la necessità di tutelare il consumatore, ma ha dimenticato il punto dell'investimento da parte del passeggero che potrebbe avere difficoltà a trovare una polizza ad alto costo. Così i legislatori rischiano di impe-

Cosa cambia con l'IDD

In Italia la Direttiva è stata recepita dal Decreto Legislativo n. 68 del 21/05/2018 che ha modificato il Codice delle Assicurazioni Private (CAP). L'Istituto per la Vigilanza sulle Assicurazioni (IVASS), dopo una fase di pubblica consultazione durata fino al 9 luglio, il 2 agosto ha pubblicato quattro regolamenti che danno attuazione alla normativa. Nasce la figura dell'intermediario assicurativo a titolo accessorio e deve essere iscritto al Registro degli intermediari assicurativi (Rui), a queste condizioni:

A) l'attività professionale principale di tale persona fisica o giuridica è diversa dalla distribuzione assicurativa;
B) che la persona fisica o giuridica distribuisce soltanto determinati prodotti assicurativi, complementari rispetto ad un bene o servizio;
C) i prodotti assicurativi in questione non coprono il ramo vita o la responsabilità civile, a meno che tale copertura non integri il bene o servizio che l'intermediario fornisce nell'ambito della sua attività professionale principale;
Sono esentati dall'iscrizione al Rui se:
a) l'assicurazione è accessoria ad un prodotto o servizio e ne copre:

1) i rischi di perdita, deterioramento, danneggiamento del prodotto fornito o il mancato uso del servizio prestato dal fornitore;

2) la perdita o il danneggiamento del bagaglio e altri rischi connessi con un viaggio prenotato presso tale fornitore;

3) l'assicurazione è complementare rispetto al servizio e la durata di tale servizio è pari o inferiore a tre mesi, mentre l'importo del premio versato per persona non è superiore a 200 euro.

Tra gli obblighi dell'intermediario assicurativo a titolo accessorio:

A) 60 ore di formazione iniziale e 15 oppure 30 ore a seconda di che tipo di iscrizione al Registro, per singolo addetto alla vendita;

B) La capacità finanziaria permanente richiesta che deve essere pari al 4% dei premi annuali incassati e non inferiore a 18mila750 euro;

C) Conti separati per la vendita delle polizze.
Infine, la Direttiva dice che il cliente va informato su come l'intermediario/ agente di viaggio guadagna dalla vendita di quella polizza.

MARTEDIturismo

L'aspetto dell'opportunità

Sedersi intorno a un tavolo per capire il mercato il messaggio trasversale lanciato dai panelist

dire ciò che in realtà volevano ottenere". In sintesi la direttiva potrebbe sortire l'effetto contrario e una compagnia potrebbe decidere di vendere prodotti sotto la soglia prevista e non tutelare il cliente. **Michele Tarallo, titolare dell'agenzia TopDown Tour di Milano**, cerca di proporre una soluzione pratica: "Non si può vendere al netto? Se la copertura assicurativa è parte integrante del pacchetto non rientra nella direttiva". Per il settore crociere l'impatto è evidente e lo spiega così Tito Gherardi: "Vendiamo polizze per crociere di oltre 90 giorni e che hanno un valore più alto della soglia prevista, poi abbiamo bisogno di lavorare in tutta Europa. Per questo siamo in costante contatto con Europ Assistance e con un team di lavoro per capire cosa consigliare ai nostri clienti". Sono già pronte le compagnie aeree e le Ota, la cui offerta assicurativa è per il momento di importi bassi. Almeno così per **Air Italy**, pur orientata ad investimenti in rotte di lungo raggio che aumenteranno i valori dei premi sottoscritti dalla clientela per tutelare eventuali annullamenti. "Siamo sotto i 200 euro, ma abbiamo un premio fisso che stiamo trasformando in variabile per non esporci al rischio, in considerazione del nostro focus

sulle rotte a lunga percorrenza - spiega **Rossella Iandolo, direttore procurement** -. Chiederemo perciò di porre un limite al nostro assicuratore". La compagnia aerea non è obbligata all'iscrizione al Rui (Registro degli intermediari assicurativi) poiché diretta il cliente sul sito dell'assicurazione per sottoscrivere la polizza, in un processo di cui assicura la trasparenza e la corretta informazione. Il fatto di operare su diversi mercati internazionali ha aiutato **Lastminute.com**: "Operare nel Regno Unito ci ha permesso di fare esperienza, in questo mercato già eroghiamo formazione ai nostri venditori - argomenta **Marco Corradino, responsabile delle assicurazioni** -. Abbiamo predisposto un documento da consegnare ai clienti e con il limite dei 200 euro non dovremmo incorrere in altri obblighi né in formazione. Se il quadro normativo resta tale siamo pronti". Per la Ota, il valore medio di una polizza commercializzata è pari a 20/30 euro (per fare un paragone, la media di Europ Assistance è sei volte superiore, ndr); in Lastminute.com si tratta di un volume complessivo di vendite per centinaia di migliaia di euro, con una ben più alta marginalità rispetto ad un volo.

"Sediamoci attorno ad un tavolo e cerchiamo di capire che mercato c'è oggi in Italia". Questo il messaggio che trasversalmente è stato lanciato dai panelist della tavola rotonda sull'Idd. "Il decreto può rappresentare un'opportunità, cerchiamo di riportare l'assicurazione al suo posto, quello di un servizio accessorio venduto da professionisti che spiegano bene e che offre una remunerazione più che corretta". Ciò che manca è una visione d'insieme globale. Ad essere chiamata in causa è anche l'Ivass, che non dà risposte chiare e che non prevede tavoli di confronto con le aziende. C'è anche da valutare l'aspetto delle clausole che quasi nessuna compagnia di assicurazioni vuole riproteggere: è l'esempio dell'insolvenza per fallimento. La visione di **Fto** è semplice: "Il nostro compito è quello di aiutare ad aumentare la profes-



I panelist

sionalità nel settore e agevolare il percorso di professionalizzazione. Con il decreto assicurazioni non siamo riusciti ad imporre le nostre proposte di modifica e c'è un'unica spiegazione: il mondo assicurativo è cambiato e il segmento turismo ha un peso limitato". La stima di polizze individuali (da banco) per il settore travel

si aggira attorno ai 250 milioni di euro. Da parte dell'agenzia **TopDown Tour di Milano** intervenuta al dibattito emerge l'esigenza di offrire un servizio di consulenza chiaro e idoneo al tipo di viaggio che il cliente sta acquistando: "Le compagnie devono mettermi nelle condizioni di vendere, è compito

mio spiegare al cliente qual è la copertura più appropriata per la sua vacanza", osserva **Michele Tarallo**. Si consideri che nel momento in cui la polizza verrà "inglobata" nel valore del pacchetto (un tutto compreso), ne alzerà (forse) il prezzo, ma uscirà dal perimetro normativo della Direttiva. **P.Ba. e L.D.**

traghetti GDS

40 compagnie di navigazione

IL SISTEMA DI DISTRIBUZIONE GLOBALE DEI TRAGHETTI E DEGLI ALISCAFI

L'unico Partner che ti dà accesso a tutta la
Biglietteria Marittima del Mediterraneo



- ✓ Attivazione e Utilizzo Gratuiti
- ✓ Rapida Comparazione dei Prezzi
- ✓ Commissioni Immediate su ogni Vendita sia per Individuali che per Gruppi

www.traghetfigds.it

Per maggiori informazioni scrivi a agenzie@traghetfigds.it o chiama il numero 0565 912323



www.srilanka.travel



UNO SRI LANKA SELVAGGIO E NON ADDOMESTICATO PIENO DI MERAVIGLIE NATURALI

L'esigenza di preservare l'ambiente naturale è sempre stata profondamente sentita nella società tradizionale dello Sri Lanka. Nel terzo secolo A.C. il primo monarca Buddhista del paese creò la prima riserva naturale per la fauna selvatica. Oggi, questa tradizione coincide con il 13% del territorio dello Sri Lanka destinato a parchi naturali, riserve e corridoi di percorrenza nella giungla.

Lo Sri Lanka possiede un alto grado di biodiversità ed è stato identificato da Conservation International come uno dei 34 punti focali del mondo nel campo della biodiversità.

Un safari in uno dei 14 parchi nazionali offre la possibilità di osservare alcune delle 91 specie di mammiferi, delle quali 16 endemiche, tra le quali elefanti, leopardi, orsi labiati, sambhur, cervi maculati, topi suini, daini, capre selvatiche, porcospini, formichieri, zibetti, loris, scoiattoli giganti e tante scimmie come i macachi, la scimmie dal muso viola ed il langur grigio.

L'isola è il paradiso per gli ornitologi in quanto popolata da 233 specie residenti, delle quali 33 endemiche, che, con la specie migratorie raggiungono l'incredibile numero di 482. Vi sono 171 specie di rettili, delle quali 101 endemiche con due specie di coccodrilli uniche al mondo. Per fortuna solamente 5 delle 83 specie di serpenti sono letali. Negli ultimi anni vi è stato un grande aumento delle scoperte di nuove specie di anfibi e, mentre voi leggete queste righe, saranno sicuramente aumentate dalle 106, delle quali ben 90 endemiche, finora classificate.

La piu' alta
densita' di
leopardi
al mondo

sri lanka
W O N D E R O F A S I A

Tunisia alla conquista del mercato Italia

Souheil Chaabani, direttore per l'Italia dell'Ente Nazionale Tunisino del Turismo, fa il punto in vista della stagione invernale. E parte la nuova campagna promozionale

di Alessandra Gesuelli



Souheil Chaabani

"La Tunisia ha fatto un lavoro grandissimo a livello di sicurezza, sulla qualità della proposta e dell'immagine vera e autentica. C'è una immagine all'estero negativa che non corrisponde alla realtà del paese". Così **Souheil Chaabani, direttore per l'Italia dell'Ente Nazionale Tunisino del Turismo**, riassume la volontà del paese nordafricano

di scrollarsi di dosso gli ultimi due anni.

"Con anticipi importanti, i tour operator di altri paesi si stanno garantendo la capacità alberghiera. Non vogliamo dare troppa capacità agli altri mercati, come già sta succedendo, vogliamo che l'Italia torni tra le presenze principali" ha spiegato.

"Dopo il 2015 c'è stato un calo

fortissimo dal vostro mercato che stenta a tornare, mentre altri mercati stanno sostenendo in modo importante la nostra ripresa" ha aggiunto il manager.

Intanto da ottobre parte la nuova campagna promozionale con dei video sul web e le affissioni in Italia, Francia, Spagna e Belgio. Il nuovo claim è "Tunisia, il paese dai mille viaggi".

Russia ed Europa dell'Est al posto dell'Italia

I numeri confermano le osservazioni di Chaabani.

L'obiettivo dell'ente nel 2018 è chiudere a 8 milioni di turisti. Il primo mercato resta quello francese che quest'anno ha registrato un +37%. Ma a sostenere la matematica ci sono i nuovi mercati dell'est e, a sorpresa Uk. Al secondo posto infatti si posiziona il mercato russo con un +24%.

Il Regno Unito si afferma terzo con un +345%. La Repubblica Ceca spunta fra i primi mercati con un +54% mentre quello belga raggiunge il sesto posto con un +114%.

Anche l'Italia ha visto un buon recupero con un +18%. Ma non basta, ha aggiunto Chaabani. "Speriamo di chiudere l'anno con un +20-25%, finora sono stati 80.000 i turisti italiani nel paese, certo è stato un recupero importante ma non c'è paragone con il passato: nel 2005, anno di picco, abbiamo accolto 480.000 italiani" ha aggiunto Chaabani.

"I tour operator più grandi stanno tornando, ora aspettiamo la ripresa delle crociere, è un tema tecnico, relativo alla gestione del terminal, che ci auguriamo si chiuda a breve. Gli italiani sono più sensibili di altre nazionalità ma vogliamo tranquillizzarli. Siamo convinti che con il 2019 la

ripresa anche del vostro mercato sarà chiara" ha detto ancora Chaabani.

A lui si è unito **Mehdi Larbi, manager per il Nord Italia di Tunisair**: "Il vostro è un mercato in cui crediamo, da Milano abbiamo due voli giornalieri, 14 a settimana, e nella stagione estiva voliamo anche da Venezia e Bologna,

Roma è il nostro hub principale con 11 voli a settimana. Non vorremmo ridurre la capacità, a favore di altri mercati che ci stanno chiedendo la disponibilità" avverte. E fa riferimento, anche ai mercati scandinavi, che stanno "dando segnali di interesse e ci chiedono collegamenti aerei". **A.G.**

I Viaggi dell'Airone

ricerca nuove risorse

da inserire nel reparto Booking di Napoli

si richiede:

comprovata esperienza tecnica
buona padronanza della lingua inglese

si offre:

impiego full-time

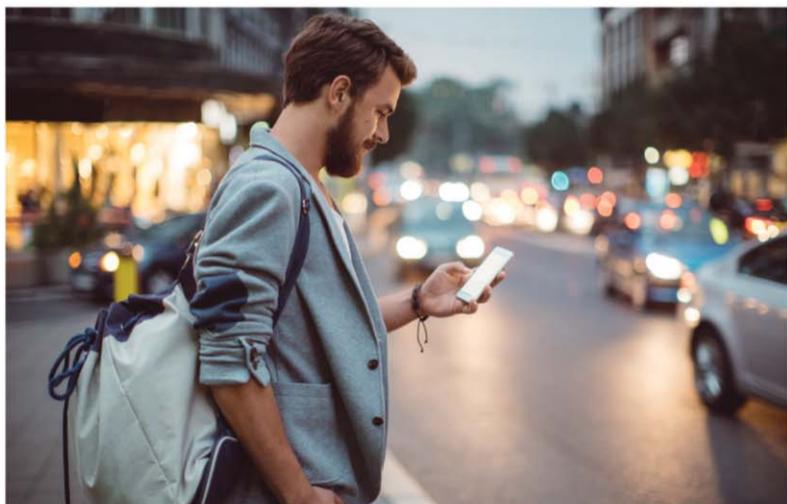
inquadramento

C.C.N.L. Turismo Confindustria

Inviare CV con foto a : vadacca@progetta.org

vueling
AIRLINES

NUOVA TARIFFA TIMEFLEX
PER CHI CONSIDERA IL PROPRIO TEMPO PIÙ IMPORTANTE
DI QUALSIASI ALTRA COSA A UN PREZZO
DECISAMENTE ACCESSIBILE.



TIMEFLEX

- ☆ Check-in e imbarco **prioritari**.
- 🕒 Flessibilità di modificare gratuitamente il volo nella stessa giornata.
- ⏩ Fast track per passare velocemente dal controllo di sicurezza **senza fare la fila**.
- 🛋 Scelta **gratuita** del posto.

Ulteriori informazioni su www.vueling.com/agenzie
E sul nostro blog news.vuelingpartners.it

QUEST'INVERNO PARTI PER IL MEDITERRANEO CON
PREZZO LEGGERO
LA SECONDA PERSONA PAGA LA METÀ*.



Quest'inverno proponi ai tuoi clienti le infinite sfumature e la ricchezza culturale del Mediterraneo con MSC. Prenotando entro il 31 ottobre, con Prezzo Leggero, la seconda persona paga la metà.



**MALTA - SPAGNA
FRANCIA**

Da Genova, Civitavecchia
e Palermo
dal 17/11/18 al 06/04/19

**MSC MERAVIGLIA
8 GIORNI - 7 NOTTI**



**FRANCIA - SPAGNA
ISOLE BALEARI
MALTA**

Da Genova e Civitavecchia
dal 25/11/18 al 25/03/19

**MSC SINFONIA
11 GIORNI - 10 NOTTI**

#prezzoleggero
Per tutti i dettagli
visita mscbook.com
o chiama 848 242411**



NON È UNA CROCIERA QUALSIASI



*Promozione soggetta a disponibilità limitata da verificare al momento della conferma. Valida per prenotazioni dal 27/08/18 al 31/10/18. Non retroattiva e non cumulabile con altre promozioni da/extra catalogo, ad eccezione degli sconti previsti per i soci MSC Voyagers Club. Per 50% si intende uno sconto del 25% sui primi due passeggeri e si applica esclusivamente sulla quota crociera; restano interamente a carico dei passeggeri le Tasse e i Servizi Portuali, l'Assicurazione e i trasferimenti (ove previsti). Per ulteriori informazioni si rimanda alle Condizioni Generali di Vendita consultabili su mscbook.com **Numero a costo ripartito. Per il dettaglio dei costi della chiamata visita il sito mscbook.com

Going: "In adv l'inverno è già partito"

Per il 2019 novità sul mare Italia: implementata la piattaforma "Going4You"

di Gianluca Miserendino

Soddisfazione per la performance dell'estate appena trascorsa, "soprattutto sul Go Resort Perdepera, sul quale avevamo raddoppiato gli impegni presi rispetto allo scorso anno" e per l'andamento delle prenotazioni per la prossima stagione invernale, con "una forte richiesta verso strutture che possano abbinare un soggiorno balneare con esperienze alla scoperta della destinazione, come per il nostro Go Resort Jacaranda a Watamu, in Kenya".

E' questo lo stato dell'arte di **Going**, tra una stagione appena terminata e una che sta per iniziare, nelle parole del **brand manager Emmer Guerra**, che identifica invece la destinazione meno performante "nell'area caraibica, mediamente poco vivace quanto a richiesta".

Sulla prossima stagione invernale il manager spiega a Guida Viaggi che "è già online



Emmer Guerra

la nostra brochure di Capodanno, con diverse proposte per festeggiare l'arrivo del 2019 a New York, Maldive, Mauritius e Thailandia" e che "sono in preparazione i sei cataloghi monografici e il travel magazine, che presenteremo nelle prossime settimane".

A livello di pre-booking "vediamo una buona domanda

sull'Oceano Indiano per la stagione invernale 2018/2019, oltre che per i primi mesi del prossimo anno, che sono identificati come il periodo migliore per partire, in particolare sulle Maldive. Abbiamo positive aspettative, poi, per Rovaniemi e Lapponia, una delle nostre principali novità dell'inverno. In conclusione, visto

l'andamento complessivo, possiamo affermare che l'inverno in agenzia è già partito".

Quanto ai principali trend, Guerra premette che "abbiamo fatto la scelta di tenere i prezzi allineati alla scorsa stagione nonostante gli incrementi, soprattutto sul trasporto a causa del carburante, ed è stato un investimento notevole che ha avuto un rientro positivo", e poi spiega che "abbiamo notato una maggiore richiesta di soggiorni flessibili (anche 5-10 notti) nei villaggi, la cui domanda è sempre importante".

Quali le novità di prodotto in programma per il futuro prossimo? Il manager risponde che "abbiamo appena comunicato alle adv l'ingresso di un nuovo Go Resort nel portfolio villaggi di Going: il The Residence Maldives è stato lanciato con un'offerta molto competitiva proprio in questi giorni. Si aggiunge al Go Re-

sort Perdepera a Cardedu in Sardegna, Go Resort Pestana South Beach (Miami, USA), Go Resort Jacaranda (Kenya), Go Resort Arc en Ciel (Madagascar) e Go Resort Merville Beach (Mauritius)". Ma non è tutto: "Per la prossima stagione estiva 2019 ci saranno delle novità in Italia e Mediterraneo, per arricchire un portfolio prodotti che presto avrà delle novità anche a livello di branding e contenuto". In merito alle attività in cantiere per le adv, detto degli investimenti in area prodotto, - spiega Guerra - l'importante impegno a livello tecnologico con i rilasci massicci praticamente settimanali di nuove funzionalità e contenuti sulla piattaforma di prenotazione hotel e servizi 'Going4You'. In poco più di otto mesi dal suo lancio, mette insieme il prodotto di oltre 100 aggregatori tra hotel, appartamenti, trasferi-

menti, escursioni e noleggi auto. Prevediamo entro la fine dell'anno di arricchirla con un carrello evoluto, la possibilità di prenotare voli ed effettuare cross selling, entrando quindi a tutti gli effetti tra gli online tool protagonisti per la creazione e prenotazione di pacchetti dinamici". In ultimo, una domanda di scenario: come si pone - in termini di posizionamento e di possibili sviluppi - Going nel possibile duopolio tra Alpitour-Eden e Gruppo Uvet? "Going è un tour operator strategico per il mondo Bluvacanze, Vivere & Viaggiare e Blunet - rimarca il manager -. Ci consente di offrire alle agenzie del gruppo dei prodotti su misura dei nostri clienti, un servizio personalizzato e spesso esclusivo. E' un punto di forza del nostro polo distributivo e non ha alcuna ambizione di competere con i principali partner e fornitori".

VOLO DA BERGAMO —————

L'imbarazzo... CABO VERDE ...della scelta!

OGNI SABATO

CABO VERDE
time

ISOLA DI SAL

HALOS
CASA RESORT

novità

TTG
TRAVEL EXPERIENCE
Pad. A4
Stand 025

MELIÀ
DUNAS
CAPE VERDE

HOTEL *****
SOBRADO

Hilton
CABO VERDE SAL RESORT

MELIÀ
LLANA
CAPE VERDE

Dunas de Sal
DESIGN HOTEL

MELIÀ
TORTUGA
CAPE VERDE

Sol
Dunas
All inclusive

www.caboverdetime.it

+39 030 3700167

@ info@caboverdetime.it

f Caboverdetime



È ESTATE QUANDO LO VUOI TU

SHARM EL SHEIKH
RIVIERA DEL MAR ROSSO



Egitto

THISISEGYPT.COM
L'INIZIO DI TUTTE LE STORIE.
ANCHE LA TUA.

Formazione al centro dei programmi Fiavet Sardegna

Si conta di incrementare di qualche unità il numero degli associati

di Nicoletta Somma

Un seminario relativo al nuovo regolamento privacy, la fornitura dei moduli per l'adeguamento al Gdpr e un seminario relativo alla nuova direttiva pacchetti turistici: sono state queste le ultime iniziative organizzate da **Fiavet Sardegna**.

Le prossime metteranno sempre in primo piano la formazione, "grazie anche alla collaborazione con l'Ebts - spiega il **presidente Gian Mario Pileri** -. Andremo ad organizzare dei corsi che riguarderanno temi importati per le agenzie come gli aspetti fiscali dell'attività delle imprese di viaggi e turismo, regime Iva ordinario e regime 74/ter quando e come applicarlo. Insisteremo sui temi del nuovo regolamento privacy con un corso di formazione teorico/pratico e un ulteriore corso di formazione sulla nuova direttiva Pacchetti Tu-

ristici. Inoltre vi sarà formazione sulla gestione e sui sistemi di prenotazione e social media marketing".

Ma qual è lo stato di salute delle adv nel territorio? "Lo stato di salute delle agenzie migliorerebbe tantissimo se ci fossero i dovuti controlli da parte degli organi preposti per quanto riguarda l'abusivismo - sottolinea il presidente -; purtroppo è un fenomeno che sembra inarrestabile e la nostra federazione, da sola, non riesce ad arginare il problema".

Attualmente sono 50 gli associati Fiavet Sardegna: "In questo anno non abbiamo avuto fortunatamente defezioni ma solo nuovi ingressi e contiamo di incrementare di qualche unità nel corso di quest'anno e del nuovo", anticipa il presidente.

Pileri non si tira indietro nel commentare le ultime novità



Gian Mario Pileri

fiscali e legali: "Ritengo non ci sia attualmente un settore più bistrattato del nostro, le nuove normative legali ci investono

di responsabilità che non dovrebbero competerci - afferma il presidente -; recente la sentenza che condannava l'organizzatore del viaggio al pagamento di una penale perché il cliente ha trovato un insetto in camera, come se questa fosse una nostra responsabilità. Non parliamo poi di cause da vacanza rovinata, completamente inesistenti dove il legislatore privilegia sempre le ragioni del cliente, o come nel caso della nuova normativa, che permette la cancellazione del viaggio praticamente senza penali". Ancora: "A livello fiscale siamo da sempre sotto investigazione, quasi noi fossimo attività che hanno margini da capogiro, quando tutti sanno che con le normali commissioni di agenzia o con i diritti che vengono fatti pagare ai passeggeri a stento si riescono a pagare affitti e stipendi - dice Pileri -. Ritengo

che complicare la vita a chi già fa tanta fatica a restare a galla sia inutile e dannoso per tutto il comparto del turismo".

Intanto, in termini di trend delle vendite Pileri segnala che il "mare Italia, nonostante sia un meta importante ha avuto una pesante flessione e questo anche a causa di un sommerso sempre più dannoso che cresce a vista d'occhio e che sta diventando un grande problema sia per le agenzie di viaggi che per lo stato che non incassa le tasse. Vanno molto bene in agenzia le vendite di crociere, degli Stati Uniti, dell'Oriente con in testa Thailandia e Malesia, dell'Oceano Indiano con Mauritius e Maldive in ripresa, e del Mar Rosso, che potrebbe presto ritornare ad essere la meta principale dell'italiano medio che cerca a poca distanza da casa una vacanza e-economica e interessante".

Lusso e itinerari targati Ipv

Sono quattro le novità di **Idee per Viaggiare**, che nei giorni scorsi ha presentato la programmazione 2019 con Alitalia e la catena alberghiera Lux. Si tratta di *Idee sublime*, un prodotto di lusso; *Idee moon* specializzato in viaggi di nozze; *Glamour*, un prodotto non necessariamente di lusso, ma caratterizzato dalla particolarità, e *Tour viaggi* un catalogo dedicato ai tour.

Daniilo Curzi, amministratore delegato dell'operatore, presenta così la nuova stagione, compiacendosi del rapporto con la catena Lux e del sempre più stretto contat-

to con Alitalia. Lo conferma anche **Marco Cefoli**, responsabile commerciale Nord Europa e Italia per la parte **leisure tour operator di Alitalia**. Un rapporto, quello di Alitalia e Idee per Viaggiare, che il sales manager definisce in crescita, soprattutto dal punto di vista professionale "perché la stima - dice - c'è sempre stata". Alitalia c'è, assicura il manager, continuerà a immettere prodotto e preannuncia anche novità nell'immediato futuro.

Dal 30 ottobre partirà il volo Roma-Male con 3 frequenze che dall'11 dicembre aumen-

teranno a 4, per poi passare a 5 nel periodo natalizio. "È un prodotto che è andato tantissimo e per questo continueremo a proporlo - commenta - apriremo anche Milano-Male con 2 frequenze settimanali". Per quanto riguarda l'isola di Mauritius, riparte il 26 ottobre il volo Roma-Mauritius, operativo tre giorni a settimana per tutta la stagione invernale fino al 30 marzo 2019. Idee per Viaggiare va dunque incontro alla stagione invernale senza timore, lasciandosi alle spalle un buon bilancio estivo con circa 10 destinazioni di punta. Così

commenta Curzi: "La nostra stagione non è l'estate, ma tutti i 12 mesi dell'anno". Ottimi risultati per la futura stagione invernale, che rappresenta più del 50% del fatturato annuo. D'altro canto, in squadra è presente anche Lux, la catena alberghiera mauriziana che ha introdotto la nuovissima realtà chiamata Salt, che aprirà i battenti il 1 novembre 2018 e getterà le basi per lo sviluppo della catena nel resto del mondo. Il nuovo marchio vuole offrire un approccio diverso al turismo, più immersivo nella cultura locale e tra le persone del



la Corsica
come non l'hai mai vista

Vienici a trovare al

Pad. A4 • Stand 21

luogo. Un brand che si differenzia rispetto agli altri resort di Lux nell'isola, indirizzato prin-

cipalmente al viaggiatore che ama scoprire nuovi luoghi e nuove culture. **G.I.T.**

GV
GUIDA VIAGGI

Poste Italiane SpA
Spedizione in abbonamento postale
D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004
N. 46) Art. 1, comma 1, DCB Milano.
In caso di mancato recapito rinviare
all'ufficio P.T. di Ancona CMP Passo
Varano detentore del conto per la re-
stituzione al mittente che si impegna
a pagare la relativa tariffa.

Editore:

GIVI S.r.l.
Via San Gregorio 6
20124 Milano
tel. 02 2020431 (6 linee)
fax 02 93664679
email: guidaviaggi@givisrl.com
sito internet: www.guidaviaggi.it
twitter: @gvlive

Direttore responsabile:

Paolo Bertagni
email: pbertagni@givisrl.com

Redazione: Capo Redattore

Laura Dominici
tel. 02 20204327
cell. 339 3665001
email: ldominici@givisrl.com

twitter: @laura_dominici

Paola Baldacci
cell. 335 8310050
email: pbaldacci@givisrl.com
twitter: @pla_baldax

Stefania Vicini
cell. 3403877973
email: svicini@givisrl.com
twitter: @StefVic

Alessandra Gesuelli
email: agesuelli@givisrl.com
twitter: @alegesuelli

Gianluca Miserendino
cell. 393 3372159
email: gmiserendino@givisrl.com
twitter: @gianlucanews

Collaborano al giornale:

Ada Cattaneo
Ornella D'Alessio
Paolo Ferrari
Gianfranco Nitti
Franca Rossi
Angelo Scorza
Nicoletta Somma
Paolo Stefanato

Corrispondenti a Roma:

Annarosa Toso
Letizia Strambi

Divisione eventi:

Sveva Faldella
tel. 02 20204337
email: sfaldella@givisrl.com

Sales and Marketing Consultant:

Elena Di Tondo
tel. 329 1428575
email: editondo@givisrl.com

Ufficio commerciale:

Via San Gregorio 6
20124 Milano
tel. 02 20204334
email: commerciale@givisrl.com
fax 02 20204343

Art Direction:

Creativa Impresa
di comunicazione Srl
Stampa:
Rotopress International Srl
Loreto (AN)

Autorizzazione Tribunale di Milano

n. 321 del 28/8/1973
Iscrizione al ROC
(Registro degli Operatori
di Comunicazione) nr. 1588.
CCIAA 1264804

Questo periodico è associato a:

- Uspi
- A.N.E.S.

Tutto il materiale inviato non verrà restituito e resterà di proprietà dell'Editore. Lettere ed articoli firmati impegnano solo la responsabilità degli autori. Le proposte pubblicitarie implicano la sola responsabilità degli inserzionisti.

Vueling modifica il piano tariffario

Cresce la flotta con gli A320neo

L'introduzione di due nuove tariffe per i business traveller e le famiglie e una nuova proposta tariffaria per i sedili con maggior spazio disponibile e il primo A320neo della flotta. Sono queste le ultime novità **Vueling** presentate da **David Garcia Blancas, chief commercial officer** del vettore. Le modifiche al piano tariffario sono state inserite a seguito di un'analisi dei dati della compagnia: "Il 70% del traffico - ha evidenziato il manager - è rappresentato da passeggeri leisure, di cui il 17% è appannaggio delle famiglie, mentre il restante 30% spetta ai viaggiatori business". Le novità si chiamano *Timeflex* e *Family*. La prima, dedicata ai business traveller, comprende tra le altre possibilità di cambi illimitati e gratuiti, imbarco prioritario, fast track, priority check-in, selezione del posto, bagaglio a



David Garcia Blancas

mano fino a dieci kg. Si rivolge invece alle famiglie la tariffa *Family*, che include bagaglio a mano fino a 10 kg, un bagaglio da stiva fino a 23 kg e posti vicini per tutti i membri della famiglia. Inoltre, in caso siano presenti bambini al di sotto dei due

anni, i genitori potranno usufruire dell'imbarco prioritario e di un banco esclusivo in aeroporti selezionati (Barcellona e Roma). Si modifica inoltre l'offerta di selezione del posto, con la creazione del marchio *Space* suddiviso in tre categorie: *Space One*, prima fila dei sedili dell'aereo, con il 20% di posto in più, *Space Plus* con posti compresi tra le file 2 e 4, che hanno il 10% di spazio in più e *Space*, con posti compresi fra le file 12 e 14 con il 20% di spazio in più.

Nuovi aeromobili

Il nuovo arrivo in flotta è, invece, il primo A320neo. "Il secondo arriverà in ottobre, poi altri otto si aggiungeranno entro fine anno e 15 nel 2019", ha annunciato il manager per un totale di 47. Gli aeromobili non serviranno una specifica rotta, ha segnalato

Garcia Blancas, ma saranno posizionati a seconda delle specifiche esigenze del network. Non è tutto: grazie a una partnership con Expedia è stato introdotto il prodotto *Vueling Holidays*, che offre pacchetti vacanza in più di 20 destinazioni con voli diretti e in connessione e più di 200-mila hotel. Nuova anche l'homepage del sito nell'ottica di "un ulteriore miglioramento del servizio al passeggero". Ma quali saranno i prossimi sviluppi del network, che a oggi comprende 140 destinazioni? "La strategia - risponde Garcia Blancas - non è tanto quella di aprire nuove tratte, ma di intensificare quelle esistenti, aumentando il numero di frequenze negli aeroporti chiave come Roma, Parigi, Firenze. A oggi siamo al primo posto per i collegamenti dalla Francia verso la Spagna, al numero due per quelli dall'Italia verso la Spagna e al primo per quelli domestici interni alla Spagna. L'Italia è un mercato chiave per noi, è il secondo per importanza dopo la Spagna". E a proposito di Ndc? "Vueling è nato già dall'inizio Ndc. Il 90% delle Ota è concesso direttamente al nostro database". Al momento il 55% è venduto direttamente dalla compagnia, il 45% attraverso agenzia di viaggi. **N.S.**

Formentera, focus turismo green

Fari da visitare, trekking lungo i percorsi naturali, tanti eventi sportivi tutto l'anno. Oltre il mare c'è di più nella piccola isola di **Formentera**. In particolare in autunno e in primavera. Così la destinazione continua, con la campagna *Better in Winter*, a promuovere il turismo fuori stagione e prolungare le opportunità di visita. Nel 2017 sono stati 429.000 gli arrivi di italiani all'aeroporto di Ibiza, +3% rispetto all'anno precedente. Sempre nel 2017 in tutte le Baleari ci sono stati 747.000 italiani, il 57% solo a Ibiza e Formentera. "L'Italia è il secondo mercato dopo quello spagnolo, ma nei mesi di luglio e agosto l'isola parla italiano, visto che siete il 55% delle presenze. Per ora non abbiamo dei dati disagiunti rispetto a Ibiza ma dal 2019 nascerà un osservatorio del turismo solo per Formentera dove potremmo evidenziare i nostri trend e individuare le nostre

esigenze specifiche" ha spiegato **Alejandra Ferrer, consellera de turismo, territorio y comercio**. Nel 2019 sarà online anche il nuovo portale turistico dove i visitatori potranno trovare tutte le info sui percorsi trekking e naturalistici, e l'offerta di eventi tutto l'anno. L'isola punta molto su un turismo di qualità nel pieno rispetto dell'ambiente e ha messo in atto una serie di azioni green. Dal 2019 entrerà in vigore una nuova legge che pone un tetto ai mezzi motorizzati sull'isola a favore della mobilità sostenibile su mezzi elettrici a due e quattro ruote. Inoltre, a difesa dei fondali l'isola ha lanciato il *Posidonia Project* per la conservazione della preziosa pianta acquatica. Sull'isola ci sono già da anni diverse limitazioni all'uso della plastica e si fa la raccolta differenziata, che sarà incrementata a breve con il sistema dei resi. **A.G.**



GRIMALDI LINES,
il miglior viaggio LOW COST.

LE NAVI GRIMALDI LINES TI PORTANO IN
SPAGNA, GRECIA, MAROCCO, TUNISIA, MALTA, SICILIA E SARDEGNA

grimaldi-lines.com

Il ricco inverno di Boscolo.

www.boscolo.com



www.srilanka.travel



UNO SRI LANKA SELVAGGIO E NON ADDOMESTICATO PIENO DI MERAVIGLIE NATURALI

L'esigenza di preservare l'ambiente naturale è sempre stata profondamente sentita nella società tradizionale dello Sri Lanka. Nel terzo secolo A.C. il primo monarca Buddhista del paese creò la prima riserva naturale per la fauna selvatica. Oggi, questa tradizione coincide con il 13% del territorio dello Sri Lanka destinato a parchi naturali, riserve e corridoi di percorrenza nella giungla.

Lo Sri Lanka possiede un alto grado di biodiversità ed è stato identificato da Conservation International come uno dei 34 punti focali del mondo nel campo della biodiversità.

Un safari in uno dei 14 parchi nazionali offre la possibilità di osservare alcune delle 91 specie di mammiferi, delle quali 16 endemiche, tra le quali elefanti, leopardi, orsi labiati, sambhur, cervi maculati, topi suini, daini, capre selvatiche, porcospini, formichieri, zibetti, loris, scoiattoli giganti e tante scimmie come i macachi, la scimmie dal muso viola ed il langur grigio.

L'isola è il paradiso per gli ornitologi in quanto popolata da 233 specie residenti, delle quali 33 endemiche, che, con la specie migratorie raggiungono l'incredibile numero di 482. Vi sono 171 specie di rettili, delle quali 101 endemiche con due specie di coccodrilli uniche al mondo. Per fortuna solamente 5 delle 83 specie di serpenti sono letali. Negli ultimi anni vi è stato un grande aumento delle scoperte di nuove specie di anfibi e, mentre voi leggete queste righe, saranno sicuramente aumentate dalle 106, delle quali ben 90 endemiche, finora classificate.

La piu' alta
densita' di
leopardi
al mondo

sri lanka
W O N D E R O F A S I A

Quattro aziende nel portafoglio di Arkus

di Laura Dominici

Attraverso Partours, il gruppo procede nella sua fase di conquista del mercato

Dopo Best Tours e il brand Metamondo è stata la volta di Travel Partners, l'operatore di Genova che ha una piattaforma di prenotazione online b2b di hotel, tour e servizi turistici nel mondo. E non è ancora finita. A giorni si attende la quarta acquisizione, un altro tour operator outgoing. **Arkus non demorde e dopo una procedura di licenziamento e un riassetto societario si dichiara pronto a continuare la conquista del travel in Italia. Ne parliamo con Luisa Casarin, direttore generale di Partours, società espressione di Arkus Network.**

Gv: Può spiegarci meglio l'intreccio societario di Arkus e Partours?

"Abbiamo una holding che è Arkus Network, con un capitale sociale di 1 milione di euro, che controlla il 91% di

Partours (che a sua volta ha un milione di euro di capitale sociale) e un 9% fa capo a Metamondo. Partours ha preso in affitto il ramo d'azienda tour operating di Best Tours dalla vecchia Best Tours Italia".

Gv: L'acquisizione di Metamondo è avvenuta cash o con un concambio? "E' avvenuta cash"

Gv: Chi sono i soggetti proprietari di Arkus?

"Sono società di diritto inglese, come si evince dalla visura camerale".

Gv: Lo sviluppo di Arkus nel settore prevede altre mosse?

"E' stato avviato un progetto importante sul fronte incoming e si sta concludendo un'acquisizione sul settore tecnologico b2b".

Gv: Come si è conclusa la procedura di licenziamento di Best Tours?

"Sono rimaste 24 persone (erano 47, ndr) e la procedura ha avuto termine a metà giugno, con l'affitto del ramo d'azienda in cui sono confluite le 24 figure professionali. A queste si aggiungono i 15 addetti Metamondo, tra dipendenti e collaboratori. Stiamo però parlando di due aziende separate dal punto di vista societario e organizzativo e la sede di Metamondo è rimasta a Venezia".

Gv: Sono già state previste sinergie tra i due brand?

"Sono in essere per eventi come quelli in collaborazione con Ca' Foscari, non per il prodotto in quanto il taglio di Metamondo rimane culturale (archeologico e storico) contraddistinto da itinerari

organizzati in esclusiva e per Best Tours parliamo di un tailor made spinto, dove esiste un segmento di soggiorni mare, con Polinesia, Seychelles, Caraibi, Maldive, Mauritius. Metamondo nasce dall'area ex Unione Sovietica, con una programmazione che arriva fino alla Cina, mentre Best Tours programma Usa, Australia, Giappone.

Il punto in comune lo ritroviamo nella qualità con la quale si eroga il servizio".

Gv: L'a.d. Borri nella sua presentazione al mercato ha parlato anche di esclusive.

"Sono esclusive gli itinerari di Metamondo e alcune strutture di Best Tours che proporremo in Thailandia, nella costa del Messico. Nei programmi Best Tours ci sono anche delle escursioni esclusive che inseriamo nel pacchetto come la visita inclusa



dell'acquario di Melbourne, ad esempio, o la visita di New York in elicottero".

Gv: Che investimento è stato previsto per questo sviluppo?

"È prematuro parlare di cifre, oggi è cambiato il mondo del turismo, non è più così semplice da riassumere in formule di vuoto-pieno. Con le esclusive c'è un impegno importante per il numero delle roomnight, parliamo di break even dell'occupazione di pulman. Partours comunque già nel corso dell'estate ha mostrato di garantire partenze e itinerari, questo è un modo di fare qualità".

Gv: Qualche mese fa avevate fatto riferimento alle linee Best Revolution, Best Emotion e Best Traveller, sono sempre valide?

"Stiamo ridisegnando Best Traveller prevedendo una sinergia con Metamondo, Best Emotion esiste sempre e uscirà in questi giorni (si tratta di viaggi di nozze con iniziative a supporto della rete agenziale), mentre stiamo analizzando ancora Best Revolution".

Gv: Qualche novità di prodotto?

"Stiamo reinserendo l'Egitto di Best Tours su Soma Bay con Sheraton e Kempinski, un itinerario 6 stelle lusso e proponiamo il Marriott Mena House

TOUR OPERATOR / AGENZIE VIAGGI

Non importa dove,
ma con chi...

ea
SUITE **ea**gency



TTG INCONTRI PAD. A1 STAND 119-120 Rimini Fiera 10-11-12 ottobre

SOLO IN FIERA, CONDIZIONI SPECIALI

Con la **Suite eAgency** non solo scegli una soluzione applicativa per **tour operator** e **agenzie viaggi** completa, ma **FAI CRESCERE IL TUO BUSINESS:**

Ottimizzi il tempo di gestione di ogni pratica **lavorando con più rapidità e facilità, riduci la filiera** e calcoli subito i tuoi margini con la **piattaforma integrata di prenotazione hotel, voli, charter ...**

Fai sentire unico e speciale il tuo cliente perché con il **CRM** puoi conoscerne abitudini, interessi ed esigenze e fidelizzarlo proponendo sempre offerte su misura.

Aumenti le prenotazioni perché puoi creare il tuo sito **personalizzato** con un **booking online** estremamente **semplice e veloce.**

Controlli l'andamento dell'azienda perché con la Business Intelligence **trasformi i dati in preziose informazioni e prendi decisioni con maggiore tempestività e serenità.**

Il software che crea successo

eagency.zucchetti.it

 **ZUCCHETTI**

(ex Oberoi) al Cairo, la navigazione e le strutture Cataract e Winter Palace a Luxor”.

Gv: Quale è stato il riscontro del trade e con quante agenzie lavorate?

“I partner storici hanno assistito al passaggio societario supportando l'azienda e tra Metamondo e Best Tours lavoriamo con 1400 punti vendita. Tra giugno e agosto 2018 abbiamo fatturato 9 milioni di euro, con un valore medio pratica di 3mila euro per Best Tours e di 2050 per Metamondo”.

Gv: Una previsione numerica per la prossima stagione?

“Per Metamondo ci aspettiamo una crescita come quest'anno (+18% sul 2017 in termini di volume di fatturato), anche se molto dipenderà da cosa succederà nei vari Paesi e per Best Tours l'obiettivo è di consolidare una parte del fatturato 2018 con delle scelte”.

Gv: Quali?

“Best Tours lascia il business travel puro - l'assistenza della biglietteria aerea - per concentrarsi sui pacchetti leisure nella fascia alta tailor made su medio e lungo raggio”.

Gv: A quale cambiamento andrà incontro Metamondo?

“Spingeremo il segmento tailor made per alcune destinazioni invernali come la Russia d'inverno, la Mongolia e la Cina di nicchia. Daremo la possibilità di prenotare lo stesso viaggio delle partenze di gruppo, anche da soli con autista e auto privata. Tra le novità, Murmansk, Mosca, San Pietroburgo per assistere all'aurora boreale tra gennaio e febbraio”.

Gv: Cosa ne è dei debiti della vecchia società?

“La società è in liquidazione e il liquidatore sta rispondendo ai quesiti”.

Gv: Che garanzie di solidità potete dare al trade in una fase di mercato dove sono essenziali?

“Quando sono entrata il 18 giugno la domanda che mi veniva posta era la garanzia dell'operatività, ora a fine settembre abbiamo dimostrato di aver superato egregiamente il picco stagionale, non abbiamo avuto problemi. La risposta l'abbiamo data operando con rigore. Abbiamo svolto l'attività e portato a termine una bella estate. Alla fine devono parlare i fatti”.

La tecnologia diventa invisibile

L'impatto dell'It nel settore alberghiero

Nel processo di trasformazione in atto nel settore ricettivo, le nuove tecnologie assolvono un ruolo sempre più importante.

“In questo settore è sempre stato un aspetto rilevante - asserisce **Francesco Scullica, professore associato presso il Politecnico di Milano** - Dipartimento di Design ed esperto del settore alberghiero -, gli albergatori sono da sempre amanti delle Ict (Information and Communications Technology) e continuano ad esserlo, anche se ora le tecnologie sono meno visibili. E' sufficiente uno smartphone o un tablet. La sua applicazione poi si è dilatata. Le tecnologie sono presenti a livello edilizio per nuovi componenti e tecniche di realizzazione, ma anche nell'automazione e nella domotica, nei servizi informatizzati, nelle coperture wifi.

Cito spesso - continua il professore - l'elemento dell'illuminazione, con l'uso di tecnologie avanzate che consentono un controllo energetico e un impiego green delle risorse”.

L'accoglienza personalizzata

Tanti i cambiamenti che impattano nel settore e, di conseguenza, nella fruizione del servizio alberghiero da parte dell'ospite. “Il cliente - commenta Scullica - vuole avere una accoglienza personalizzata, lontana dagli stereotipi, customizzata, questo è particolarmente vero nei casi di alberghi di alto livello. Per le nuove generazioni, i cosiddetti Millennial di cui tanto si parla, è bene tenere conto che prediligono una qualità globale, ma sono refrattari all'ospitalità tradizionale,

ostentativa e lussuosa in senso tradizionale. Si aspettano un alto livello tecnologico, confort e servizi”.

Come fare per incontrare i gusti di una clientela tanto varia? “Il fil rouge è che l'ospite vuole sentirsi a suo agio e pretende di conoscere le caratteristiche degli spazi in poco tempo, per poter interagire in modo facile, comprensibile e senza barriere”. Per Scullica l'utenza è ampliata, così all'interno di una fascia socio-economica omogenea ognuno conserva le sue peculiarità e per questo diventa fondamentale che qualsiasi scelta si rapporti all'utente come fulcro del servizio d'hotel.

Le professioni

Analizzando lo scenario attuale e le principali trasformazioni avvenute nell'hôtellerie, Scullica riflette an-

che sul mondo delle professioni: “Il ruolo dell'interior design può avere una sua indipendenza, una sua autonomia di ideazione rispetto al progetto architettonico, ma può anche avere un rapporto diretto con l'architettura. Nelle ristrutturazioni ci sono tanti interventi in cui l'interior designer parla un linguaggio diverso dall'architettura. Dipende dall'attività che compie. Ciò che conta è realizzare un'operazione di valore, al di là del fatto che sia condotta in modo indipendente”, sottolinea.

Due, quindi, gli approcci possibili: “Un progetto definito globalmente e uno in cui si può agire a più mani”. E' avvenuto in passato per le grandi catene alberghiere, dove lo studio degli interni è entrato in gioco successivamente, in caso di delocalizzazioni, per l'allestimento di stanze o ristoranti.

“Ci possono essere casi in cui architetto e interior designer sono chiamati contemporaneamente, anche se con ruoli diversi, e altri in cui c'è una unica mano che cura entrambi gli aspetti e con ottimi risultati, questo varia per tipologia di contesto e dimensioni delle strutture”. **L.D.**

PER I TUOI CLIENTI, OGNI GIORNO OLTRE 270 FRECCHE.

TRA ROMA E MILANO
UN TRENO OGNI 15'

TRA ROMA E NAPOLI
UN TRENO OGNI 15'

TRA ROMA E VENEZIA
UN TRENO OGNI 40'

TRA MILANO E VENEZIA
UN TRENO OGNI 30'



Siamo presenti al TTG dal 10 al 12 ottobre, Pad A5 - Stand 038/043.

TRENITALIA
GRUPPO FERROVIE DELLO STATO ITALIANE

Il numero delle Freccie comprende sia i servizi di andata che di ritorno effettuati con treni Frecciarossa, Frecciargento e Frecciabianca e subisce variazioni nel fine settimana e in alcuni periodi dell'anno. La frequenza indicata costituisce la media dei servizi disponibili nelle fasce orarie 7-10 e 16-19. Maggiori informazioni nelle agenzie di viaggio e presso tutti i canali di vendita.

MILANO **Bit**

YOUR TRAVEL
EXHIBITION.

HAPPINESS IS A JOURNEY.





10 - 12 FEBBRAIO FEBRUARY 2019 FIERAMILANOCITY | MICO

Australia-Sud Pacifico

Italia mercato ad alto valore

Un bacino interessato e dinamico il nostro con una spesa media alta e una durata di viaggio estesa

di Alessandra Gesuelli

L'Italia resta un mercato chiave per l'Australia. Questo perché la spesa media è alta e la durata del viaggio piuttosto estesa. I numeri lo confermano: "L'Italia con 75.150 arrivi

turistici a dicembre 2017, rappresenta uno dei mercati più importanti per Tourism Australia. Gli italiani, con una spesa media per soggiorno di 7317 dollari australiani (4.620

euro) e una permanenza di 71 notti, si posizionano al 19° posto come volume di arrivi e al 16° posto come contributo economico", ha spiegato Eva Seller, regional general manager continental Europe di Tourism Australia e ancora: "Da sempre gli italiani viaggiano in modo estensivo in Australia visitando gran parte delle destinazioni iconiche: Sydney, Melbourne, Great Ocean Road, Kangaroo Island, Uluru e naturalmente la Barriera Corallina. Per questi motivi per noi è importante mantenere alto il focus sul mercato italiano e da un lato sostenere gli investimenti fatti da tour operator e vettori aerei e dall'altro stimolare in modo creativo e innovativo il desiderio di scoprire la destinazione". Un mercato interessato e dinamico dunque, dove c'è spazio per i tour operator di diversificare la proposta e far sco-



South Australia

prire tante aree del paese. Per questo Viaggidea introdurrà nel 2019 7 nuovi tour Voyager: "L'andamento della destinazione Australia per Viaggidea si mantiene stabile. Nel 2019 il to ha previsto degli investimenti con i nuovi tour e il nuovo ed esclusivo programma 'Sydney All Inclusive': tutti i nostri clienti che preno-

teranno entro il 28 febbraio un viaggio con soggiorno a Sydney da giugno a novembre 2019, potranno partecipare gratuitamente a tutte le nostre visite città, 5 itinerari differenti che operano 5 giorni su 7 a settimana" ha anticipato a Guida Viaggi Erica Camattari, product manager Viaggidea. "Questa è l'estate della

conferma, la più importante da quando è nata la nostra realtà, con una crescita omogenea fino ad aprile, mese in cui è avvenuta una forte accelerazione che ci ha permesso di superare le più rosee previsioni, con uno scarto positivo del 20% a settembre 2018", ha detto Tiziana Pravettoni, product manager Austra-

In aumento i collegamenti aerei

A diversificare le mete turistiche in Australia (e tenere sotto controllo i prezzi) contribuisce anche l'aumento di voli aerei e compagnie che dall'Europa collegano molte città australiane, non solo Sydney e Melbourne. Da marzo scorso, il nuovo operativo Qantas diretto da Londra a Perth, senza scalo e in 17h circa, apre una destinazione anche per il mercato italiano. Dall'Italia Singapore Airlines, con le sue compagnie sussidiarie, ha collegamenti via Singapore con Sydney, Melbourne, Brisbane, Adelaide, Perth, Canberra, Gold Coast, Cairns e Darwin. "Con un totale di 141 voli settimanali da Singapore, i passeggeri possono visitare città cosmopolite oppure entrare in contatto con la natura a un solo giorno di distanza dall'Italia", spiega Teck Hui Wong, general manager Italia di Singapore Airlines. La compagnia opera con 6 voli settimanali da Milano Malpensa e, a seconda del periodo dell'anno, con 3 o 4 voli settimanali da Roma Fiumicino e ha messo in campo diverse tariffe vantaggiose.



Giappone + isole Cook

20 GIORNI / 18 NOTTI

QUOTA A PERSONA DA (Voli esclusi):

Fly & Train Giappone e isole Cook

2.390 €

ITINERARIO: Kyoto, Takayama in Ryokan, Kanazawa, Tokyo, Aitutaki e Rarotonga.

JAPAN RAIL PASS per 7 giorni in Giappone. Trattamento di solo pernottamento in Giappone (Takayama in mezza pensione), prima colazione alle Cook.



Australia + isole Fiji

QUOTA A PERSONA DA (Voli esclusi):

20 GIORNI / 18 NOTTI

3.299 €

Australia on the road & isole Fiji

ITINERARIO: Adelaide, Kangaroo Island, Robe, Apollo Bay, Melbourne, Alice Springs, Watarrka National Park, Ayers Rock, Isole Mamanuca, Sydney.

Noleggio auto 8 giorni da Adelaide a Melbourne. Trattamento di solo pernottamento in Australia, prima colazione alle Fiji.



SCONTO € 300

Per prenotazioni effettuate dal 5 ottobre al 31 dicembre 2018 su questi due itinerari. Non cumulabile con altre iniziative/campagne commerciali.

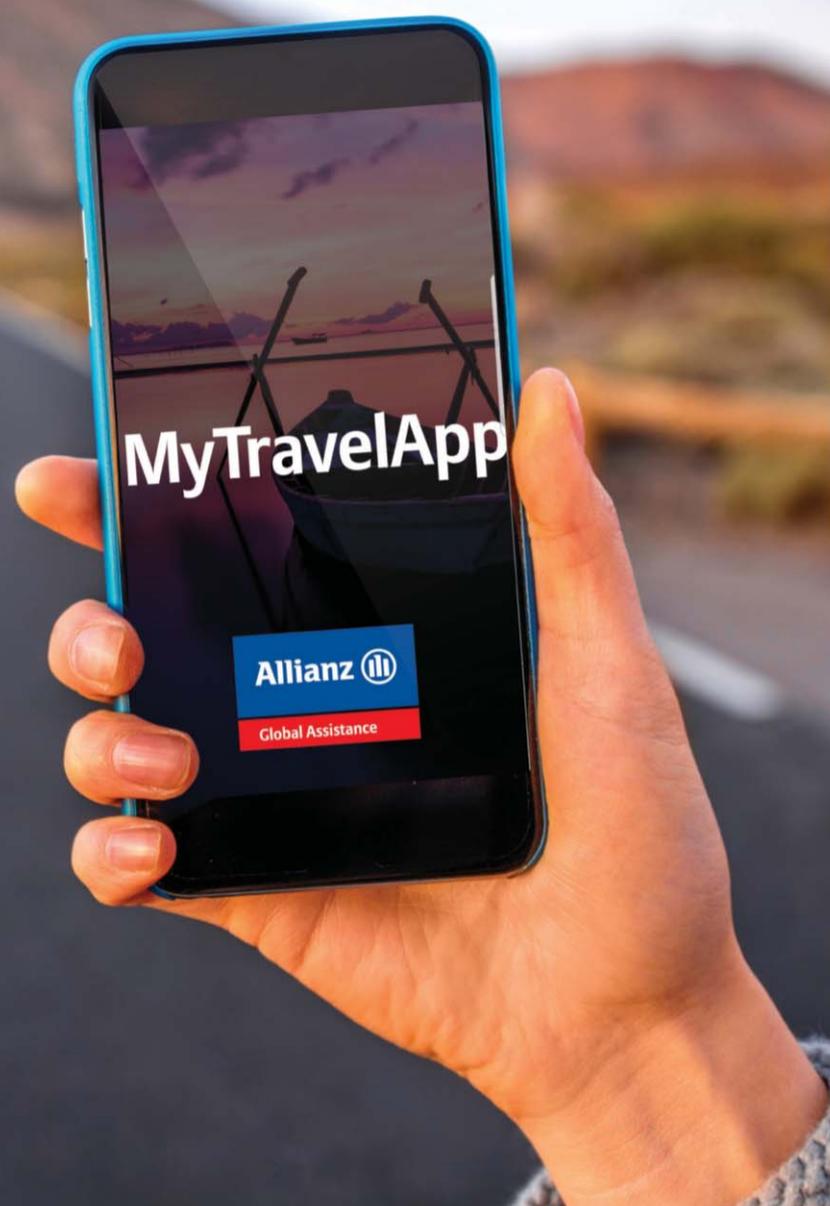
CODICE SCONTO 011018
(DA COMUNICARE ALLA CONFERMA)

Le quote sono valide per soggiorni Aprile-Ottobre 2019 in doppia con programma indicato, tutto quanto non specificato è da considerarsi non incluso.

Maggiori informazioni, dettagli e condizioni della promozioni su naar.com in Area Agenzie

naar.com

Mai più senza!
Scarica subito **la nuova MyTravelApp**, per una assistenza geolocalizzata immediata, ovunque tu sia.



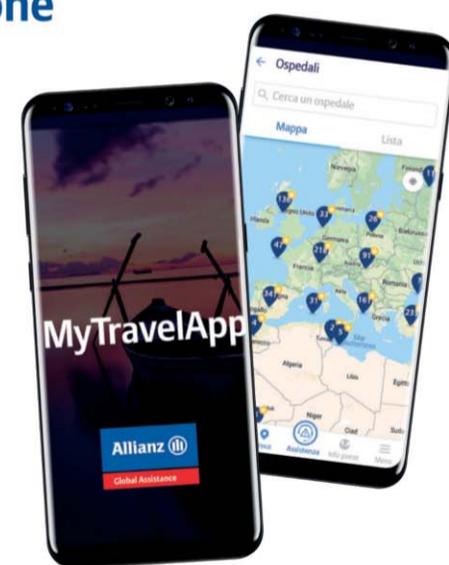
Con la nuova **MyTravelApp** puoi inviare direttamente dal tuo smartphone **la richiesta di assistenza geolocalizzata alla Centrale Operativa**

ovunque ti trovi.

E non solo, da oggi puoi fare anche molto di più!

Con **MyTravelApp** puoi:

- » Richiedere assistenza geolocalizzata
- » Registrare le tue polizze per averle con te in viaggio
- » Ottenere informazioni e numeri di emergenza sulla destinazione del tuo viaggio
- » Trovare ospedali, ambasciate e servizi vicini alla tua posizione
- » Monitorare in tempo reale lo stato del tuo volo
- » Tradurre i termini di primo soccorso nelle principali lingue del mondo



Scopri tutte le novità su www.globy.it o scrivi a info@globy.it

Ti aspettiamo al **TTG** Pad. A3 Stand 157-164

Global Assistance

Allianz 

Seguici su  @AllianzAssistIT



Assicurazione Preferita
Travel



Top Garanzie
Polizze Viaggio



Available on the iPhone
App Store

ANDROID APP ON
Google play

Australia-Sud Pacifico

lian Explorer. Tra le mete più amate il Northern Territory, cuore della cultura aborigena, mentre si conferma il Southern Australia.

Le novità a Nord

“L'andamento degli arrivi nel Northern Territory dal mercato Italiano è molto positivo: i dati a marzo 2018 (anno mobile) riportano 12.300 passeggeri dall'Italia, un +14% sull'anno precedente e uno share del 27% degli arrivi internazionali, confermando l'Italia 7° mercato internazionale per la destinazione”, ha detto a Guida Viaggi **Alessandra Bitetti, consumer marketing manager Tourism NT Italia.** Quest'anno, nell'area dell'iconica Ayers Rock ha riaperto The Lost Camel, boutique hotel contemporaneo, che integra alla perfezione gli elementi della tradizione aborigena. Un'altra novità ad Uluru è l'introduzione dell'audioguida in italiano per i tour. Per chi è appassionato di cultura aborigena, a Darwin c'è un nuovo progetto per promuovere la straordinaria cultura del Northern Territory: Provenance Arts. Si tratta di un centro di proprietà e di gestione al 100% della popolazione aborigena, che combina in un unico spazio attività per

scoprire ed imparare l'arte aborigena attraverso laboratori per adulti e bambini, eventi e ha un'area riservata allo shopping.

Alla scoperta del Sud

Ormai negli itinerari di ogni viaggio in Australia, Adelaide e Kangaroo island trainano la crescita del Southern Australia. Per quanto riguarda l'Italia, nel periodo compreso tra marzo 2017 e marzo 2018, il numero dei visitatori è aumentato del 31% (quota di mercato del 17%), parallelamente alle notti degli italiani in South Australia che hanno registrato un incremento del 54% con una spesa in ascesa del 39%. “Praticamente tutti i tour operator italiani propongono Adelaide e Kangaroo Island come una delle tappe imprescindibili di ogni viaggio in Australia, sia a livello individuale sia come partenze di gruppo”, ha commentato **Giancarlo Truffa, marketing manager di South Australian Tourism Commission in Italia.** E' sempre più richiesta e diffusa la formula del noleggio auto da Melbourne ad Adelaide via Kangaroo Island, e nella zona a nord di Adelaide che va dalla Barossa alla Clare Valley fino ai Flinders Ranges. ●

Viaggi di nozze e combinati

Al primo posto Tahiti e la Polinesia Francese

I viaggi di nozze restano il primo mercato per le mete dell'Oceano Pacifico, spesso in abbinamento con l'Australia e la Nuova Zelanda. Al primo posto ci sono le isole di Tahiti e la Polinesia Francese ma crescono anche le Fiji e le isole Cook. Secondo i dati di Tahiti Tourisme l'andamento degli arrivi dall'Italia è in netto aumento in questi ultimi mesi del 2018, con un +36.9% registrato nel mese di giugno e un +18% nel mese di luglio, con un dato cumulativo da gennaio a luglio 2018 di +23.5% rispetto all'anno precedente. Non solo grandi resort ma anche guesthouse e isole “alternative” alla ormai nota Bora Bora. A incidere sui flussi, e sui costi, anche la crescente competizione in termini di trasporto aereo, con l'introduzione proprio quest'anno della nuova tratta Parigi Orly-Papeete (con scalo a San Francisco)



Isole Cook, diving

operata dalla compagnia aerea French Bee, in aggiunta ad Air Tahiti Nui, compagnia di bandiera, ed Air France, e al nuovo volo stagionale di United Airlines previsto da ottobre 2018 a marzo 2019 sulla tratta San Francisco-Papeete. “Oltre alle mete tradizionali, Australia e Nuova Zelanda, in cui c'è stata una crescita esponenziale dei fly and drive, abbiamo registrato un incremento di passeggeri fino al 50% per i pacchetti viaggi di nozze nelle isole del Pacifico, in particolare per la

Polinesia e le Isole Fiji”, ha detto a Guida Viaggi **Tiziana Pravettoni, pm Australian Explorer.** L'abbinamento tra l'Australia e la Polinesia costituisce il 60% della offerta di Quality Group: “Ma il traffico leisure verso le aree del Pacifico Oceania sta crescendo e mutando nella tipologia delle mete e soluzioni richieste. Cresce anche su Papua Nuova Guinea, Vanuatu, Isole Salomone, Nuova Caledonia e Nuova Zelanda. Le Fiji poi sono un grande successo in continua crescita e non solo

per il target dei viaggi di nozze. Abbiamo poi una gemma australiana, l'isola di Lord Howe, che incontra sempre più i favori dei grandi viaggiatori e di coloro che cercano i paradisi terrestri non ancora aperti al turismo di massa. In generale l'area è in crescita del 7%” ha spiegato **Marco Peci, direttore commerciale Quality Group.**

Isole Cook in crescita

Piacciono le isole Cook. L'Italia cresce del 25% rispetto al 2017. Nel mese di luglio, importante banco di prova, la destinazione ha registrato un +65% dall'Italia. “Per revenue eguagliamo quasi la Gran Bretagna. C'è stato un incremento della media nel numero delle notti da 8 a 8,5 e siamo soddisfatti anche per l'incremento di viaggi in bassa stagione da novembre a maggio” ha detto **Nick Costantini, gm Southern Europe per Cook Islands Tourism Corporation.** A livello mondiale le Cook registrano un +6% di flussi con 163.000 visitatori all'anno. La destinazione è scelta anche dalle famiglie, non solo dalle coppie. Per loro sono a disposizione case in affitto e ville. Va anche molto il combinato Australia-Cook o, più originale, la combinazione delle due Polinesia Francese e Neozelandese, Tahiti e Cook. A.G.



Viaggio di nozze o tour organizzato, viaggio “su misura” o fly and drive scegli di scoprire l'Australia, meraviglioso piccolo continente, come vuoi tu

Scegli Best Tours

booking 02 336 331 - preventivi@besttours.it - www.besttours.it

Me gusta



Caribbean's
Best Golf Destination



Repubblica Dominicana
Tutto quello che sogni

GoDominicanRepublic.com

TTG '18 - STAND 033-047 - PAD. C3

Il 2018 è stato un anno positivo

Gli operatori del turismo organizzato mostrano grandi attese verso Israele

Un 2018 ricco di eventi e ricorrenze sul fronte del turismo religioso, a partire dal 160° delle apparizioni a Lourdes, al 50° della morte di Padre Pio e alla canonizzazione di Paolo VI. Occasioni importanti in termini di proposte per quanto riguarda le programmazioni degli operatori impegnati sul fronte pellegrinaggi. Come si sono organizzati gli addetti ai lavori? Sulla base delle testimonianze raccolte si può affermare che il 2018 è stato "un buon anno", conferma **Sara Rusconi, responsabile reparto pellegrinaggi e gruppi di Rusconi Viaggi**. In particolare, "Lourdes è andata molto bene soprattutto per la clientela individuale. Abbiamo continuato a programmare con ottimi risultati anche Fatima e Fatima e Santiago e naturalmente Medjugorje, nostro prodotto di punta dal 1984, dove proprio quest'anno Papa Francesco ha inviato Monsignor Henrik Hoser come visitatore apostolico, segnale molto positivo con la finalità di assicurare un accompagnamento continuo della comunità parrocchiale di Medjugorje e dei fedeli che vi si



Gerusalemme

recano in pellegrinaggio", commenta la manager. I pellegrinaggi per San Giovanni Rotondo sono stati molto richiesti, "soprattutto da gruppi parrocchiali e di preghiera, per la canonizzazione di Papa Paolo VI abbiamo proposto un'iniziativa da Milano con Treno Frecciarossa". Su Lourdes **Brevivet** ha registrato "un lieve incremento della domanda, abbiamo previsto partenze con voli charter

da Milano, Bergamo e Verona oltre ad altre città - commenta il **responsabile commerciale, Giovanni Ciraci** -. Per il 50° della morte di Padre Pio la richiesta è rimasta stabile, mentre per quanto riguarda la canonizzazione di Paolo VI, trattandosi di un Papa bresciano, ovviamente abbiamo avuto una notevole richiesta di gruppi. Per l'occasione abbiamo sviluppato partenze in pullman e treno con

programmi di 1, 2 e 3 giorni". Per **Sogevi**, il cui prodotto si rivolge soprattutto a gruppi organizzati di parrocchie e associazioni legate principalmente all'Oftal, Lourdes è la prima meta in assoluto. "Il 2018, nonostante la ricorrenza del 160° delle apparizioni, si è attestato sui numeri dello scorso anno senza particolari variazioni - vien fatto presente -. Confermiamo il trend occupazionale sia dei bus sia degli aerei, mentre un piccolo calo si registra sul fronte treni". Anche in questo caso si conferma "molto buono e in crescita il flusso verso la Terra Santa". Una performance riconducibile a più fattori, tra cui "l'incremento dei voli low cost, che in alcuni casi hanno consentito di praticare tariffe promozionali in determinati periodi dell'anno".

Le mete variano molto di anno in anno, fa notare il t.o. **Percorsi Religiosi e Culturali**. Per quanto riguarda il 2018, il 50esimo della morte di Padre Pio ha raccolto "un numero sufficiente di clienti da Brescia e dall'intera Lombardia". L'Opera Romana Pellegrinaggi (Orp) ha sempre dedicato grande spazio nei

suoi programmi ai pellegrinaggi verso i principali santuari mariani, in particolare verso Lourdes e Fatima. "Mi piace sottolineare che un'altra meta ambita dai pellegrini è la Terra Santa - afferma **Monsignor Remo Chiavarini, amministratore delegato di Opera Romana Pellegrinaggi** -. Cominciò ad essere gettonata dopo il viaggio di Paolo VI nel 1964, un gesto che spinse molti cristiani a intraprendere il pellegrinaggio nei luoghi di origine della loro fede. Anche in tanti momenti difficili per quelle terre, l'Orp ha sempre continuato a portare, nella massima sicurezza, centinaia di migliaia di pellegrini". Negli anni, a queste mete si sono affiancati altri itinerari che permettono "di rivivere il cammino storico di diffusione del Cristianesimo in Oriente seguendo le orme di San Paolo, dei Padri della Chiesa e di figure spirituali, come Cirillo e Metodio e Gregorio l'Illuminatore".

Le attese

Per la Terra Santa si prevede una crescita di pellegrini, "giovani e famiglie, che saranno oggetto di programmi

specifici, torneranno a essere più presenti nei nostri viaggi", afferma **Monsignor Remo Chiavarini**. **Brevivet** rileva "una buona ripresa per Israele" ed anche per la Giordania, così come "per gli itinerari lungo raggio con partenze minimo 2 oltre alla Russia e ai Paesi dell'Est". E, invece, "discreto l'incremento di richieste per i Cammini tra cui Santiago, Israele e le Vie in Italia", mentre "è lieve la flessione riscontrata per il Centro Europa".

C'è una buona ripresa del turismo su Israele anche per **Iot Viaggi**, "abbiamo fatto dei gruppi numericamente consistenti - afferma **Marco Devescovi, responsabile gruppi** -, anche da tutto esaurito, contro i 25-30 del 2017". Il t.o. menziona anche la Polonia ed alcune mete più alternative, dagli itinerari in Cina sulle orme di Matteo Ricci alle chiese rupestri dell'Etiopia. C'è stata, invece, una flessione su Medjugorje. "Si mantengono con volumi abbastanza costanti le richieste su Czestochowa, Cracovia, gli itinerari in Germania o alla volta dei santuari francesi, mentre il Cammino di Santiago ha avuto diverse richieste". Il tour operator si sente di tracciare un "bilancio positivo per il turismo religioso, un settore che ha risentito meno della crisi economica. Il 2017 è stato un anno discreto, mentre il 2018 è stato positivo. Quest'anno la ripresa si è sentita e le richieste hanno superato le aspettative". I segnali per il 2019? Il t.o. li vede già, "ci sarà uno sviluppo ulteriore su Israele". **S.V.**

Le camminate spirituali in Piemonte

Ha anche uno spunto turistico "Torino Spiritualità", l'evento giunto alla XIV edizione che rappresenta un momento di riflessione collettiva e dove la cultura diventa un veicolo di dialogo e pensiero. "Questa rassegna - ha spiegato **Antonella Parigi, assessore al Turismo della Regione Piemonte** - è un ponte verso il territorio e a breve presenteremo il progetto di un cammino devozionale che unirà tutti i Sacri Monti". Dal 26 al 30 settembre, si sono svolti otto percorsi tra valli, monti, boschi e sentieri per ricongiungere atto e pensiero e riscoprire storie di umana rivolta e di resistenza al male. Sono i "Sentieri contromano", o meglio delle camminate spirituali sulle tracce di San Francesco, in Alta Val di Susa con lo scrittore Carlo

Grande, il percorso alla scoperta di Pier Giorgio Frassati, un altro circuito tra i boschi di betulle e le borgate abbandonate della Val Sangone, con laboratorio di scrittura, o ancora il percorso verso la pieve e il battistero di Settimo Vittone, da percorrere tra silenziose viandanze e pratiche di meditazione. Per non dimenticare la camminata in Val Maira per scoprire la biblioteca più alta d'Europa. A fine mese, tra l'altro, a Torino ha riaperto, dopo un difficile restauro durato oltre vent'anni, la cappella della Sindone, un capolavoro del barocco europeo, voluta dai duchi di Savoia e ideata da Guarino Guarini tra il 1668 e il 1682, incastonata tra il Palazzo reale e il Duomo di Torino. **L.D.**

Programmazioni rafforzate

Gli operatori rafforzano le programmazioni per il 2019. Tra le loro proposte ci sono i grandi classici più ricchi in termini di partenze, c'è uno sguardo ai giovani con proposte tarate per questo target, c'è l'idea di combinare più santuari, attraversando tre Paesi ed anche scelte di un certo peso con l'apertura a nuove programmazioni. Tra le carte messe sul piatto da **Brevivet** è previsto un incremento "delle partenze in pullman da diverse città e delle partenze garantite minimo 2 che hanno avuto un buon riscontro soprattutto nel trade". **Rusconi** lavora alla programmazione 2019 con nuovi programmi e itinerari soprattutto per Israele. "Arricchiremo la nostra programmazione anche in Russia, Giordania e Albania", fa sapere il t.o. Una particolare novità del Catalogo 2019 dell'Opera Romana Pellegrinaggi per i gruppi è la proposta di una serie di itinerari "concepiti per

i giovani e adeguati alle loro esigenze. Da un lato, sono state introdotte alcune scelte nel programma che privilegiano alcuni momenti di peregrinazione a piedi. Dall'altro, sono state fatte scelte sulle modalità di pernottamento, di trasporto locale o di altri servizi, che permettono un contenimento dei costi a favore di quote più adeguate ai giovani stessi". Grande attenzione sarà riservata ai principali santuari mariani, in particolare Lourdes e Fatima. Tra le mosse dell'Orp rientra la volontà di venire incontro alla domanda di molti gruppi e pellegrini, "che desiderano essere accompagnati a Medjugorje. L'Orp si dichiara disponibile, su richiesta delle realtà ecclesiali interessate, ad organizzare tale itinerario, assicurando il suo impegno affinché tale esperienza possa essere vissuta come un pellegrinaggio in piena sintonia con le indicazioni della Chiesa", annuncia **Monsignor Remo**

Chiavarini, amministratore delegato di Opera Romana Pellegrinaggi. Infine, nel programma 2019 sono state inserite delle novità tra cui l'itinerario Terra Santa di 8 giorni, "che si svolgerà quest'anno con una particolare attenzione sul Vangelo di S. Luca che verrà letto nel prossimo anno liturgico". Confermate le novità introdotte nel 2018, con la visita a Magdala e Masada e due pernottamenti in hotel a Gerusalemme. "Altre novità sono i tre itinerari di 8 giorni in Terra Santa, dedicati alla spiritualità orientale e alla scoperta della storia biblica e della tradizione ebraica e ai Deserti dell'Esodo". Percorsi Religiosi e Culturali per il 2019 punterà su Polonia, Georgia, Uzbekistan e Terra Santa. "Abbiamo già ricevuto richieste per queste mete. La programmazione viene definita solitamente tra la metà di settembre e quella di novembre. Anche Lourdes rien-

terà nelle nostre proposte per l'anno nuovo". Vi sarà anche una collaborazione con il Messaggero di Sant'Antonio per il lancio di una programmazione ad hoc con visite ai pittori trecenteschi, alla biblioteca e alla nuova mostra tridimensionale sulla vita di Sant'Antonio nella città di Padova. Tra i nuovi progetti c'è la partecipazione ad una fiera polacca per l'incoming in Italia e la realizzazione di un nuovo catalogo, coinvolgendo le agenzie italiane grazie ad un roadshow. La novità in casa **Iot** è la riproposta di un itinerario che racchiude tre santuari (Lourdes, Santiago e Fatima) in 8 giorni, combinando voli e trasferimenti in pullman. "E' una proposta che soddisfa l'interesse di molti sacerdoti. Lo ripresentiamo sulla scia dei risultati ottenuti". Ciò che manca ancora è la possibilità di proporre di nuovo l'itinerario dell'Esodo, che combina Egitto, Giordania e Israele. **S.V.**

APPENA ATTERRATO SEI GIÀ PRONTO PER IL PRIMO TUFFO!



Per Info e Prenotazioni contatta
la tua Agenzia di fiducia
oppure
G.S.A. Italia: Gateway S.r.l.
+ 39 02 866901
reservations@gatewaytravel.it
gatewaytravelcollections.com

Kurumba
MALDIVES

Universal
Resorts



GOCCHE
DI VIAGGIO

IN ESCLUSIVA PER LE AGENZIE DI VIAGGIO

Blunet Bluvacanze vivere&viaggiare

VI ASPETTIAMO AL TTG
PADIGLIONE A3 | STAND 115/125