

TurismoInformazioni

Periodico di informazione per il mercato del turismo

dicembre 2009-gennaio 2010 - Anno XXXVIII

EDITORE E DIRETTORE RESPONSABILE

Romana Tibaldi Trocchi

VICE DIRETTORE

Annalia Martinelli

IN REDAZIONE

Maurizio Asci, Gianluca Baldoni, Vittoria D'Autilia, Elena Gambaro, Laura Mezzetti, Danilo Panicali, Michela Parolini, Valentina Rota, Rossella Tambucci, Laura Testa, Gloria Trocchi

DIREZIONE, REDAZIONE E AMMINISTRAZIONE

ROMA, Via Venere Placidia, 18 - 00178
Telefax +39 06. 7185317 mob. +39 334.1934078

MILANO, Via Sebastiano Veniero, 41 - 20148
Tel. +39 02.4813854 mob. +39 349.4330142

E-mail

turismo.informazioni@gmail.com
romanatrocchi@yahoo.it

Stampato in proprio

Inviato a:

L'Eco della stampa

Casella Postale 12094 – 20120 Milano

Informazioni Stampa

Lungotevere Portuense, 156 Roma

Depositato presso la Prefettura di Roma e le Biblioteche Nazionali di Roma e Firenze

○○●○○ **IN QUESTO NUMERO** ○○●○○

- **Mercato del Turismo**
 - IL TURISTA RURALE SPENDE PIU' DI SPAGNOLI E FRANCESI ... pag. 3
 - DUBAI: LA DOMANDA CONTIUNA A CRESCERE ... pag. 4

- **Eventi**
 - LA SVIZZERA VISTA DAL TRENO VINCE ... pag. 4
 - "FRIULI VIA DEI SAPORI" A VIENNA E GRAZ ... pag. 5
 - "AQUA PETRA RESORT" PREMIATO DAL TOURING CLUB ITALIANO ... pag. 6

- **Brand**
 - NUOVO RILANCIO PER L'INTERCONTINENTAL DE LA VILLE ROMA ... pag. 7

- **Cataloghi e servizi**
 - L'INCANTO DEI MARI DEL SUD CON I VIAGGI DEL MAPPAMONDO ... pag. 8

- **Internet**
 - AL VIA IL PORTALE WWW.ITALYHOTELS.IT ... pag. 9
 - SOCIAL WEB TV: LA NUOVA SFIDA DI OPEN TRAVEL NETWORK ... pag. 10

- **Assicurazioni**
 - MONDIAL ASSISTANCE: OTTIME PROSPETTIVE PER IL 2010 ... pag. 10

- **Compagnie aeree**
 - LA PROPOSTA DI ONEWORLD PER SALVARE JAPAN AIRLINES ... pag. 11

- **Destinazioni**
 - MERANO: RECORD DI VISISTATORI AI GIARDINI DI SISSI ... pag. 12
 - LA MALESIA NELLA TOP TEN DELLA LONELY PLANET 2010 ... pag. 13

- **Cultura**
 - NASCE A ROMA IL PARCO DIVERTIMENTI DEDICATO AL CINEMA ... pag. 13
 - ROMA CITTà DEL FUTURO ... pag. 14

- **Appuntamenti**
 - NASCE A PARMA "IL SALONE DEL CAMPER" ... pag. 15

- **Provato per voi**
 - SU E GIÙ PER LE VIE DI LISBONA ... pag. 16

Mercato del Turismo

IL TURISTA RURALE NONOSTANTE LA CRISI SPENDE PIU' DI SPAGNOLI E FRANCESI

Toprural.com, società leader in Europa per la ricerca in Internet di agriturismi e alloggi rurali, ha presentato in collaborazione con la società Sondea, la Radiografia del Turista Rurale 2009 in Italia rispetto alla domanda. La ricerca, condotta su un campione di 947 interviste, riporta quindi dati significativi su abitudini e preferenze degli italiani. L'agriturismo è scelto come meta preferita dalle coppie 3,6 volte l'anno, con un trend che vede i week end al primo posto (56%), seguiti dai 'ponti' (51%) e dalle ferie estive (41%); la durata media dei soggiorni è di 4,3 giorni e più di un italiano su 4, il 27%, prenota la vacanza rurale a meno di una settimana dalla partenza. Le aspettative di chi sceglie questa tipologia di alloggio si concentrano sulla pulizia, la tranquillità, i servizi, il rapporto qualità prezzo e la cortesia del personale, mentre meno rilevante è la presenza di Spa, centri benessere e servizi extra come maneggio, escursioni, corsi. Per quanto riguarda la spesa media per persona, la metà degli intervistati ritiene che si tratti di prezzi convenienti, mentre il 49% considera i costi elevati.

La ricerca è stata condotta simultaneamente in Francia e Spagna e dal confronto emerge che il turista rurale italiano ha avvertito

maggiormente gli effetti della crisi economica e ha modificato le proprie abitudini in tema di vacanze in maniera più significativa, cercando una sistemazione più economica o rinunciando alle attività extra (il 42%), o abbreviando il soggiorno (il 30%). Tuttavia i nostri connazionali continuano ad essere quelli che spendono di più: in media 172,40 euro a persona per week end, contro i 148,00 euro dei francesi e i 157,00 euro degli spagnoli.

Interessanti anche le modalità di ricerca degli alloggi e di prenotazione: Internet è la risorsa primaria e i suggerimenti di familiari e amici influenzano gli Italiani nella scelta in proporzione maggiore dei "collegli" transalpini e iberici, che preferiscono seguire opinioni e recensioni sui siti web di settore. In Spagna e Italia si utilizzano maggiormente le prenotazioni on line, mentre i Francesi ricorrono di più ad altri strumenti. Dai risultati emerge inoltre che la Spagna detiene il primato del turismo giovane, perché la maggioranza dei viaggiatori rurali ha un'età compresa tra i 25 e i 34 anni, seguita dall'Italia, dove la fascia media va dai 35 ai 44 anni, mentre in Francia il tipico turista rurale ha più di 45 anni.

Laura Mezzetti



DUBAI: LA DOMANDA CONTINUA A CRESCERE

Nessuno scossone o calo nella domanda di pacchetti turistici con meta Dubai, che continua a piacere nonostante il crollo del mercato dell'emirato, causato principalmente dai problemi finanziari dell'ambizioso progetto immobiliare del Dubai World.

Idee per Viaggiare, tour operator leader per la destinazione mediorientale, tiene a far

sapere che chiude il 2009 con un +20 % sull'anno passato, su tutte le destinazioni, Dubai inclusa. "Paradossalmente, proprio nei giorni successivi alla notizia del fallimento del Dubai World, e quindi della Borsa di Dubai, noi abbiamo avuto una crescita della domanda proprio su Dubai, - sottolinea la responsabile di prodotto **Tiziana Spila-** il Capodanno registra il tutto esaurito ed abbiamo

già richieste di preventivi e prenotazioni per inizio 2010".

L'offerta di Idee per Viaggiare è variegata ed abbraccia varie tipologie alberghiere per andare incontro sia alle richieste dei giovani che vogliono la qualità a fronte di una spesa più contenuta, sia alle esigenze di una clientela che sceglie il lusso e l'extra lusso.

Valentina Rota



Eventi

LA SVIZZERA VISTA DAL TRENO VINCE

Svizzera Turismo, in occasione della VI edizione del "Best Event Award" (BEA), si è aggiudicata il 1° premio della categoria "Evento Itinerante" per la realizzazione del primo road show su rotaia dal titolo "La Svizzera a Casa Tua!".

Il premio viene assegnato ai migliori eventi dell'anno, suddivisi in varie categorie, con l'obiettivo di valorizzare i mezzi di comunicazione più innovativi.

Il Railshow di Svizzera Turismo si è svolto dal 5 al 13 giugno a bordo di un treno che ha toccato le stazioni delle città di Milano, Torino, Roma, Padova e Venezia con l'intento di favorire la conoscenza delle tradizioni, dell'eno-gastronomia e dell'offerta turistica svizzera seguendo un percorso per i cinque sensi. I cinque vagoni sono stati personalizzati con decorazioni esterne che proponevano immagini degli incantevoli

paesaggi svizzeri: le pulsanti città svizzere, i paesaggi alpini, gli sport e le delizie per il palato. Anche l'allestimento scenico interno è stato concepito in modo da ricreare un percorso polisensoriale attraverso l'installazione di video e di totem sensory. A bordo, diversi giochi con cui mettere alla prova la propria conoscenza delle tradizioni del Paese e l'estrazione di una settimana sulle montagne svizzere come premio.

L'idea di allestire un treno, che è uno dei simboli rappresentativi per eccellenza della Confederazione elvetica, è stata la mossa vincente che ha stupito e allo stesso tempo coinvolto i 20.000 visitatori che hanno partecipato all'evento BEA. Sono state distribuite oltre 100.000 brochure ed è stata effettuata una stima di 4.000 potenziali turisti. Per Tiziano Pelli, Direttore di Svizzera Turismo Italia, questa vittoria è stata molto

significativa soprattutto perché ha rappresentato una conferma della nuova strategia sperimentata per la comunicazione e per la promozione del territorio, della cultura e delle tradizioni elvetiche.

Alla manifestazione hanno preso parte anche gli operatori (tour operator, agenzie e cral) e la stampa turistica. Per poter realizzare il road show Svizzera Turismo si è avvalsa della collaborazione di sette regioni turistiche

(Engadin St. Moritz, Lucerna, Regione del Lemano, Regione San Gottardo, Ticino Turismo, Vallese e Zurigo Turismo), delle ferrovie (Ferrovia retica, Ferrovie Svizzere e Cisalpino) e di aziende storiche della tradizione elvetica (Formaggi dalla Svizzera, Ricola e Swiss International Air Lines).
www.svizzera.it

Rossella Tambucci



“FRIULI VIA DEI SAPORI” A VIENNA E GRAZ: UN TRIONFO DEL GUSTO

La Camera di Commercio di Udine, in collaborazione con la Provincia, ha recentemente organizzato, nell’ambito del progetto di promozione del territorio friulano “Eccellenze in tour”, due serate a Vienna e Graz dedicate rispettivamente al design e alla produzione vinicola regionale.

In occasione dei due eventi, è stata offerta agli ospiti una cena organizzata dai ristoratori di ‘Friuli Via dei Sapori’, che hanno presentato le loro specialità enogastronomiche; così a Vienna il menù spaziava dal ragù al nero di seppia con crema di patate del ristorante “Ai Fiori”, alla polentina di saraceno con ricotta salata stagionata, mela Seuka e kren e crema di uva, preparate da “Sale e Pepe”; dal raviolo d’autunno con funghi e fonduta d’alpeggio e mousse al cioccolato dolce speziato allo zenzero de “La

Taverna”, ai toast di gamberi reali profumati al timo con sorbetto al mandarino del ristorante “La Primula”. Da non dimenticare in questo ricco carnet del gusto, il prosciutto di ricotta con granita alla frutta e germogli piccanti e biscuit al cioccolato con gelé al maracuja e pistacchio, proposto da “Al Ferrarùt”; il tutto accompagnato dai vini delle cantine Tenuta Villanova, Primosic, Di Lenardo Vineyards, Forchir e Russiz Superiore.

A Graz sono state presentate altre pietanze prelibate dai ristoranti “La Carnia”, “Al Lido”, “Là di Moret” etc. Inoltre le cantine di Vistorta, Castello di Spessa, Schiopetto e Il Carpino hanno messo a disposizione i vini della loro produzione.

‘Friuli Via dei Sapori’ conferma con gli incontri di Vienna e Graz il suo primato nel settore della

gastronomia regionale, da sempre preziosa risorsa per il turismo; infatti, in occasione della prima edizione di BUY Friuli Venezia Giulia, la Borsa del Turismo regionale, che si è svolta a settembre in Friuli Venezia Giulia, con la partecipazione di una novantina di buyer e 70 giornalisti provenienti in gran parte dall’estero, i ristoratori di ‘Friuli Via dei Sapori’ sono stati protagonisti e hanno presentato, in occasione della serata di chiusura, un variegato percorso enogastronomico, fornendo agli operatori informazioni, indirizzi, ricette.

Apprezzatissime le creazioni degli chef dei ristoranti Ai Fiori di Trieste, Al Grop di Tavagnacco, Al Lido di Muggia, Al Paradiso di Pocenia, Al Ponte di Gradisca d’Isonzo, All’Androna di Grado, Carnia di Venzone, Da Nando di Mortegliano, Da

Toni di Gradiscutta, Devetak di San Michele del Carso, La Subida di Cormòns, La Taverna di Colloredo di Monte Albano, Vitello d'Oro di Udine. Il tutto accompagnato dai vini delle cantine Edi Keber, Venica & Venica, Ermacora, Primosic, Tenuta Villanova, Castello di Spessa, Livio Felluga, Petrusa, Ronco delle Betulle, Vistorta, Di Lenardo Vineyards, Jermann, Livon, Il Carpino,

Collavini, Giorgio Colutta, Schioppetto, Villa Russiz e Russiz Superiore. Presenti in questa kermesse del gusto, un selezionato gruppo di produttori: il prosciuttificio Principe di San Daniele, il Forno di Catia e Alessandro di Tarcento, con i suoi pani e dolci prelibati, il Consorzio per la Tutela del formaggio Montasio di Codroipo, Jolanda de Colò di Palmanova, leader in Italia nella lavorazione di prodotti

d'oca, i distillatori Oro caffè di Tavagnacco e Nonino di Percoto, attivi in Friuli dal 1897, e QM – Qualità Maniago, marchio di 23 coltellerie di Maniago, capitale italiana delle lame di qualità. Durante il BUY sono stati inoltre riproposti con successo corsi di cucina già organizzati da 'Friuli Via dei Sapori' nell'ambito della 2° edizione di Good a Udine e alla Fiera del Montasio a Codroipo.

Laura Mezzetti



'AQUA PETRA RESORT' PREMIATO DAL TOURING CLUB ITALIANO

Il Touring Club Italiano ha consegnato all'Aquapetra Resort & Spa, esclusivo albergo lusso 4 stelle, il premio "la Ruota d'oro – Stanze Italiane 2010", riconoscimento conferito ogni anno a 4 albergatori che nelle diverse zone del nostro Paese si distinguono per la qualità e la funzionalità dei servizi che offrono, l'attenzione ai dettagli e la capacità di coniugare l'elevato livello con una politica dei prezzi ragionevole.

L'evento ha avuto luogo a Merano, durante il Merano Wine Festival & Gourmet, in occasione del Gourmet Hotel Collection, ideato dal famoso giornalista enogastronomico Luigi Cremona.

L'Aqua Petra & Resort, prescelto dal Touring Club Italiano per l'area sud Italia e le isole, è situato a soli 60 chilometri da Napoli, nella zona vinicola del Sannio, e, ricavato dalla ristrutturazione di una costruzione risalente al 1858, è realizzato con legno, cotto e pietra calcarea, miscelati con vetro e acciaio, combinando così il fascino dell'antico con un design all'avanguardia.

Una parte della ex Casa padronale è diventata la hall del Resort e nell'antica fornace è stata realizzata la piscina dell'Executive Suite,

mentre il ristorante gourmet, La Locanda del Borgo, ha preso il posto della cantina della struttura originaria.

L'albergo dispone di 45 camere dotate dei più moderni comfort, e offre un servizio di ristorazione basato su una rivisitata cucina regionale con una selezione degli eccellenti vini del territorio (la Falanghina e l'Aglianico); è poi possibile prendere un caffè o un aperitivo nel lounge bar Il Portico, con vista sulla chiesetta del Resort.

Caratteristica distintiva del Resort è l'Aqua Spa, moderno centro benessere di 600 metri ricavato da un antico fienile, dove è a disposizione una zona relax, una piscina interna con idromassaggi, la sauna, il bagno turco, un percorso Kneipp, ed è possibile usufruire di massaggi e trattamenti estetici; completano la struttura il solarium, la piscina esterna incastonata nella roccia, e il percorso jogging.

L'albergo, circondato da lecci e uliveti, è posizionato in uno splendido borgo e offre ai suoi ospiti una suggestiva vista sulla valle telesina con la possibilità di visitare località ricche di attrattive culturali e enogastronomiche, come le cantine di

Castelvenere, Guardia Sanframondi e Sant'Agata dei Goti, per degustare i vini locali, o i laboratori di ceramica artistica di San Lorenzello e Cerreto Sannita, la Reggia di Caserta, Benevento, Pietralcina, per non

dimenticare, per gli appassionati di equitazione, la Valle del Titerno per il trekking a cavallo.

Laura Mezzetti



Brand

NUOVO RILANCIO PER 'INTERCONTINENTAL DE LA VILLE ROMA'

Intercontinental De La Ville Roma, esclusivo 5 stelle lusso dell'Intercontinental Hotels Group, situato nel cuore della capitale italiana, in via Sistina, a pochi passi dalla Scalinata di Trinità dei Monti, icona dell'ospitalità di altissimo livello dal 1924, rilancia la sua immagine potenziando i servizi offerti e proponendo nuove iniziative per ampliare la tipologia di clientela.

Ricavato da un edificio residenziale del XVI secolo in stile neoclassico, un tempo adibito a convento, l'albergo dispone di 192 camere dotate dei più moderni comfort, ispirate nell'arredamento allo stile delle Ville Palladiane, con motivi rinascimentali e richiami alle tinte dell'Antica Roma, con ampia vista panoramica sulla città: sono visibili i principali monumenti come il Palazzo del Quirinale, il Pantheon e la Basilica di San Pietro. La struttura offre i servizi di un Salone di Bellezza e di una

Boutique ed è da sempre location ideale per i matrimoni, curati e organizzati nei minimi dettagli da personale altamente specializzato. Recentemente

Intercontinental De La Ville ha partecipato, primo albergo in Italia, in qualità di sponsor, a un booktrailer, mettendo a disposizione i suoi spazi, usualmente adibiti a iniziative di rappresentanza e meeting d'affari, come set per girare alcune scene ispirate al libro di Paolo Roversi "L'uomo della Pianura".

L'albergo ha affrontato la crisi del settore adottando una strategia di investimento sia per quanto riguarda il team, introducendo nuove figure professionali, sia proponendo iniziative particolari e aprendo nuovi spazi per coinvolgere anche la clientela esterna; così con il nuovo direttore, **Ciro Verrocchi**, sono stati organizzati appuntamenti estivi nel cocktail bar La

Terrazza degli Imperatori, per aperitivi con vista mozzafiato, e le domeniche del gusto, per tutto l'autunno al ristorante La Piazzetta de La Ville; la lounge La Saletta è stata messa a disposizione per bere un tè o consumare un light lunch, mentre nuovo impulso alla ristorazione è stato portato dallo chef **Umberto Vezzoli**, conosciuto professionista del panorama culinario nazionale ed internazionale, con la creazione di menù esclusivi per le varie occasioni, come "Trilogia d'amore", dedicato agli sposi che scelgono lo storico albergo romano per trascorrere la loro prima notte di nozze. "Le iniziative intraprese con lo chef, e tutto il tema del Food & Beverage - dichiara **Ciro Verrocchi** - hanno raggiunto l'obiettivo che mi ero proposto: fare del nostro albergo anche un luogo d'incontro per i romani". L'albergo si conferma protagonista indiscusso per

le festività natalizie, offrendo menù esclusivi e pacchetti di tre notti per un Capodanno indimenticabile. Nuovi progetti sono in cantiere anche nei confronti della clientela straniera principalmente americana, che viene a Roma per svago

o per affari: sugli attuali spazi aperti adibiti ora a ristorante e lounge bar saranno effettuati interventi di restyling ispirati ai giardini di antichi conventi: così si potrà pranzare nel Giardino dei Frati, circondati da fiori ogni

stagione, e gustare un aperitivo o un brunch tra il profumo di piante officinali e della macchia mediterranea nel Giardino degli Aromi.

Laura Mezzetti



Cataloghi e servizi

L'INCANTO DEI MARI DEL SUD CON I VIAGGI DEL MAPPAMONDO

Da sempre Viaggi del Mappamondo firma i più esclusivi e affascinanti programmi nei Paesi più lontani e attraenti del globo: dall'estremo oriente al Centro America, fino a toccare le coste delle perle del Pacifico.

I due cataloghi "Fantastica Polinesia", incluse le isole Cook, e "Fantastica Australia", comprese le isole Fiji e la Nuova Zelanda, sono ideali per poter ammirare acque cristalline e spiagge indimenticabili.

La prima brochure, interamente dedicata alla Polinesia, offre nuove opportunità e varie combinazioni di viaggio, poiché il tour operator ha investito molto sulla destinazione. Ricordiamo che l'arcipelago polinesiano era già stato oggetto di una monografia che ha riscosso molto successo lo scorso inverno e che ha guadagnato il gradimento del pubblico. I leggendari mari del Sud, luoghi che hanno sempre fatto sognare viaggiatori ed avventurieri, sono stati riproposti con nuove e articolate idee per offrire una vacanza incantevole e indimenticabile secondo le esigenze individuali e le disponibilità

economiche. Nella sezione dedicata all'offerta ricettiva, sono state inserite le *pensions*, piccole strutture a gestione familiare che consentono di vivere la vacanza a diretto contatto con la realtà locale e utilizzando un budget più contenuto. Completano l'offerta i numerosi ed eleganti resort dell'hotellerie internazionale, tra cui il Bora Bora Laguna Resort & SPA, per coloro che invece non vogliono rinunciare al lusso e al comfort. Infine, grande attenzione viene riservata alla categoria dei viaggi di nozze.

Nel catalogo è stato riservato anche uno spazio alle crociere "Archipels", tra le isole della Società e "Haumana", nelle Tuamotu, che propongono tre differenti escursioni nella laguna di Rangiroa.

È possibile, inoltre, organizzare dei viaggi combinati che uniscono al relax dei mari del Pacifico una visita in altri Paesi "vicini", tra cui gli Stati Uniti. E il Giappone che ha riscosso molto successo nella scorsa stagione. Il secondo catalogo, "Fantastica Australia" si presenta con un itinerario di 22 giorni che tocca "Australia, Polinesia & Stati Uniti" e che si snoda tra le meraviglie di Australia e Nuova Zelanda, Stati Uniti e le perle polinesiane. Fanno parte di questa brochure

anche altri due tour esclusivamente dedicati all’Australia e il combinato “Australia&Isole Fiji”. Anche qui ci sono diverse possibilità di scelta: da escursioni a minitour con accompagnatore in italiano, a itinerari self drive per chi ama muoversi in libertà.

Tutta la programmazione, le promozioni e le offerte speciali del tour operator sono consultabili sul sito www.mappamondo.com

Rossella Tambucci



Internet

AL VIA IL PORTALE WWW.ITALYHOTELS.IT

È stato presentato in occasione del SIA GUEST, il salone internazionale dell’accoglienza tenutosi a novembre alla Fiera di Rimini, il portale www.italyHOTELS.it, realizzato dalla Federalberghi-Confturismo in partnership con Amadeus Italia.

Il progetto è nato con l’obiettivo di realizzare un valido aiuto per il settore turistico sia per il consumatore finale che per gli albergatori. Il portale rappresenta una grande opportunità per le strutture ricettive italiane ed un punto di riferimento per tutti i consumatori, sia italiani che stranieri. La previsione è quella di mettere in rete tutti gli oltre 33 mila alberghi esistenti in Italia.

L’accesso al sito è gratuito e con costi di commissione ridotti rispetto agli altri operatori. Inizialmente solo bilingue (italiano ed

inglese), in futuro si prevede la possibilità di garantire la consultazione del sito in altre lingue. Inoltre al consumatore sarà offerta l’opportunità di organizzarsi un pacchetto di viaggio completo.

Prima di creare il portale è stato condotto un sondaggio sugli alberghi italiani su richiesta della Federalberghi-Confturismo in collaborazione con la Facoltà di Economia della “Sapienza” Università di Roma.

Lo studio è stato effettuato su un campione volontario di 1.057 strutture. Il 97% degli alberghi italiani ha dichiarato di possedere un proprio sito internet. I 60% ne fa uso per vendere direttamente le camere on-line.

Il sondaggio svolto sui consumatori ha riguardato un campione di 2.400 italiani maggiorenni ed ha evidenziato una realtà diversa. Il 31% degli italiani

non ha un computer e il 28% della popolazione non sa usare internet. L’88,1% di coloro che hanno consultato internet, ha cercato informazioni sulla destinazione, il 60,4% ha raccolto notizie sull’albergo, il 51,6% ha individuato la struttura ricettiva e il 15,4% ha prenotato l’albergo.

Tra quanti, infine, hanno effettuato una prenotazione on-line, il 39,5% ha utilizzato direttamente il sito dell’albergo, il 31,9% ha completato il percorso utilizzando un portale specializzato ed il 19,7% si è avvalso di un portale istituzionale.

Tenendo presente che in Italia gli acquisti on-line producono un giro d’affari di circa 6 miliardi annui di Euro e che poco più del 50% provengono dal settore del turismo, Bernabò Bocca, Presidente di Federalberghi-Confturismo, ha dichiarato che “i margini di crescita ci

sono e sono consistenti ed in questo potenzialmente enorme mercato la Federalberghi-Confturismo vuole entrare con lo scopo

di ottimizzare e centralizzare l'offerta ricettiva del Paese ed al contempo calmierare il mercato, caratterizzato

ormai da costi di intermediazione sempre più al rialzo”.

Rossella Tambucci



SOCIAL WEB TV: LA NUOVA SFIDA DI OPEN TRAVEL NETWORK

Open Travel Network rivoluziona il mondo delle agenzie di viaggi fornendo agli associati uno strumento innovativo: la social web tv. E' un servizio on line per promuovere i contenuti realizzati dagli utenti e sviluppare un'area di social networking.

Dopo un anno dal suo debutto, infatti, Exhibit.TV, che gestisce i servizi televisivi sul web per Open Travel Network, diventa “social”, consentendo alle 380 agenzie di viaggi affiliate di interagire con la propria clientela, o i tour operator, con trasmissioni in diretta. A isposizione di ogni agenzia un canale TV su Internet con un palinsesto personalizzato per esporre le offerte più vantaggiose, e un motore di ricerca, data - base dei cataloghi dei tour operators per

realizzare una comunicazione interattiva con il cliente; inoltre vengono condivisi in rete corsi di formazione e seminari di aggiornamento sul prodotto con i partner del network. Il ruolo dell'agenzia di viaggi diventa così sempre più flessibile e impegnativo. “La nostra ambizione – dichiara il presidente di O.T.N. Michele Di Stasio – è creare una rete distributiva che risponda sempre più alle esigenze del consumatore finale e che si avvalga di strumenti informatici, innovativi, che possano stimolarne la domanda. Soltanto così potremo evitare di perdere, nella rete, il potenziale viaggiatore che, invece, potrà contare sulla sua agenzia di fiducia O.T.N”.

Laura Mezzetti



Assicurazioni

MONDIAL ASSISTANCE: FATTURATO STABILE PER IL 2009 E OTTIME PROSPETTIVE PER IL 2010

Mondial Assistance prevede di chiudere il 2009 con un risultato positivo di 9 milioni di euro e un fatturato sostanzialmente stabile. A confermare il buon andamento del Gruppo

anche il boom di vendite ottenute a novembre Ancora una volta è il settore viaggio a fare da traino generando il 60% del fatturato, mentre il restante 40% proviene dal business realizzato con assicurazioni,

banche, case automobilistiche o motociclistiche e aziende in genere.

Nello specifico la Compagnia sottolinea l'eccellente performance nelle vendite da viaggio

individuali per un totale di 141.614 polizze Globy vendute per una raccolta premi di circa 20 milioni di Euro. Positivi e, con un incremento del 45%, anche i risultati di e-mondial.it il sito B2C di vendita diretta della Compagnia.

Mondial Assistance annuncia per il 2010 nuovi importanti contratti con Costa Crociere, Veratour e Alitalia e sottolinea che sono allo studio nuovi prodotti, servizi e approcci commerciali che da una parte amplieranno l'offerta

a disposizione dei clienti, trade e retail, dell'area Travel e non, dall'altra intendono ottimizzare la comunicazione tra la Compagnia e tutti i suoi partner.

Elena Gambaro



Compagnie aeree

DA ONEWORLD ARRIVA LA PROPOSTA PER SALVARE L'ALLEATA JAPAN AIRLINES

1,8 miliardi di US\$ e un piano operativo congiunto, è questa la proposta ufficializzata da oneworld, il network che riunisce 10 tra le più importanti compagnie aeree nel mondo, per risollevare le sorti di Japan Airlines. La decisione è stata presa il 2 dicembre in occasione di una sessione ufficiale del Board Esecutivo che vede in Japan Airlines un alleato prezioso e strategico.

Nel corso dell'incontro inoltre i CEO hanno aggiunto che rifiutare le proposte formulate da compagnie aeree concorrenti e rimanere in oneworld rappresenterebbe per il vettore nipponico la scelta migliore per affrontare la crisi e garantirebbe continuità, valore aggiunto e stabilità sia in termini di profitto che di accesso ai finanziamenti.

I punti dell'accordo a favore di JAL:

- Investimento nella ristrutturazione di JAL con una somma di 1,1 miliardi di US\$;

- Sviluppo di una joint-venture con American Airlines sulle rotte del Pacifico, previa autorizzazione dell'Anti Trust;
- Rafforzamento della cooperazione con British Airways e Finnair, i due vettori europei operativi sul Giappone;
- Accrescimento della presenza in America Latina attraverso rapporti di partnership con LAN e Mexicana;
- Estensione degli accordi di codeshare con altri membri di oneworld;
- Esplorazione di nuove opportunità di co-locazione negli hub;
- Costruzione di un nuovo modello di business attingendo dall'expertise acquisita da Qantas e la sussidiaria Jetstar.

Michela Parolini

Destinazioni

MERANO: RECORD DI VISITATORI AI GIARDINI DI SISSI

Si conferma anche quest'anno il bilancio positivo per il turismo di Merano e dintorni, che non è stato intaccato dagli effetti della crisi. In particolare i Giardini di Sissi a Castel Trauttmansdorff hanno appena chiuso la stagione raggiungendo il record di 396.000 visitatori, con un incremento di oltre 4.400 ingressi rispetto all'anno scorso, 229 giorni di apertura e una media giornaliera di 1.730 visite. Il trend che prosegue da ben 9 stagioni consecutive, è il costante aumento dei giovani e della famiglie, con i picchi massimi nei mesi di aprile e maggio.

I Giardini, con il loro meraviglioso universo botanico, si riconfermano così ancora una volta la meta turistica numero uno in Alto Adige. Ha contribuito a questo successo l'intensa attività di marketing che propone i Giardini come meta ideale per le famiglie alla ricerca della gita breve, di uno o due giorni, mentre una promozione mirata nei confronti dei viaggi organizzati italiani ed esteri, ha portato all'aumento del 18% delle visite guidate ai gruppi. Ogni anno i Giardini

di Sissi offrono un ventaglio variegato di attrattive e iniziative e si pongono come punto d'incontro tra culture diverse; accanto alle tradizionali "Colazioni da Sissi" e "Cocktail in giardino", in autunno sono state proposte visite guidate speciali per le scuole sul tema dei "Fossili viventi – il cibo vegetale dei dinosauri" e dei "Plant Hunters – i Cacciatori di piante", che hanno accolto ben 57 classi in sole 4 settimane. Grande afflusso di pubblico hanno poi suscitato le "Serate ai Giardini", concerti di world music realizzati nello scenario mozzafiato del laghetto delle ninfee, con artisti internazionali: oltre 6.000 persone hanno partecipato alle manifestazioni musicali. Nel 2009 sono state avviate anche importanti cooperazioni, come l'accordo di collaborazione per la ricerca scientifica siglato tra il Vicepresidente del Giardino botanico di Caracas e della Fundacion Instituto Botanico de Venezuela, la Dott.ssa Argelia Silvia, il Dr. Tobias Lasser del FIBV e il Direttore dei Giardini di Sissi Klaus Platter; un'altra importante cooperazione

per lo sviluppo del turismo ecosostenibile è stata raggiunta con la visita di Wolfgang Sobotka Consigliere responsabile per l'edilizia di alcuni comuni austriaci. Tra gli altri ospiti autorevoli la direttrice del circuito culturale Grandi Giardini Italiani che rappresenta la maggior parte del ricco patrimonio storico e culturale della nostra Penisola.

Gli eventi in programmazione per la prossima riapertura dei Giardini il 1 aprile 2010 confermano la ricchezza di proposte culturali legate al mondo della botanica, con la manifestazione "Mondo sotterraneo delle piante", l'allestimento di una mostra interattiva con diverse stazioni sensoriali ed eventi incentrati sul tema conduttore del "profumo", e l'arricchimento dell'area "Boschi del Mondo" con una serra di vetro e acciaio dalla particolare forma a bozzolo, che ospiterà un interessante insettario e piante provenienti da zone climatiche diverse del nostro pianeta, e sarà sede di mostre speciali visitabili anche in inverno.

Laura Mezzetti



LA MALESIA NELLA TOP TEN DELLA LONELY PLANET 2010

Lonely Planet, la famosa guida viaggi che ogni anno presenta i migliori viaggi del mondo e le destinazioni più interessanti da visitare, ha inserito la Malesia nella top ten dell'edizione 2010. E' l'unico Paese del Sud-Est asiatico a comparire nella lista del "Best in Travel 2010", tra le 10 Nazioni considerate le migliori mete turistiche, accanto a nomi come El Salvador, Germania, Grecia, Marocco, Nepal, Nuova Zelanda, Portogallo, Suriname e Stati Uniti.

La guida, nella sua quinta raccolta annuale, pone l'accento sulle svariate opportunità che la Malesia offre per la varietà geografica e la coesistenza di tradizioni culturali e religiose diverse, citando tra le mete da non perdere il paradiso tropicale delle isole Perhentian, con spiagge di sabbia bianca e acqua cristallina, e riportando gli eventi e le manifestazioni più importanti che si svolgono nelle città malesi, tra cui il Thaipusam indù, Harvest Festival a Sabah e Sarawak, dove ha luogo anche il

Rainforest World Music Festival e il Dragon Boat Festival di Penang. E' ricordato anche il progetto Iskandar Malayasa, la costruzione nello Stato di Johor, su una superficie tre volte superiore alle dimensioni di Singapore, di una città che diventerà la rivale principale della maggiori metropoli dell'Asia.

Inoltre nella classifica della Lonely Planet, la Malesia è ai primi posti per le cure mediche, con l'offerta di pacchetti che uniscono la parte di tour con un soggiorno in strutture sanitarie e chirurgiche altamente specializzate, ed è stata inclusa dalla guida tra le Best Value Destinations for 2010, elenco che comprende Islanda, Thailandia, Londra, Sud Africa, Messico, India, Bulgaria, Kenya e Las Vegas, per l'ottima organizzazione del turismo malese, con la ricca offerta di alloggi disponibili per ogni esigenza anche a costi contenuti, e i prezzi modici della cucina locale e dei voli interni.

Laura Mezzetti



Cultura

NASCE A ROMA IL PARCO DIVERTIMENTI DEDICATO AL CINEMA

Il primo Parco a Tema in Italia dedicato al cinema si chiamerà Cinecittà World e sorgerà a Roma sulla via Pontina nell'area di Castel Romano, vicino al mare, dove negli anni '60 Dino De Laurentiis costruì i suoi studios.

L'opera è stata inserita dal Comune di Roma tra le 23 priorità del secondo Polo Turistico della Capitale. L'iniziativa è promossa da Cinecittà Parchi, società costituita nel 2009 e partecipata per l'80% da Cinecittà Entertainment e

per il 20% da Generali Properties.

Il progetto è firmato dallo scenografo Dante Ferretti, due volte premio Oscar, che ha ricevuto l'incarico di realizzare uno spazio che ben rappresenta il cinema, la cultura e il divertimento.

Fanno parte del gruppo di lavoro, Valerio Mazzoli Studios per lo sviluppo del Master Plan e la Forrec, società internazionale leader nel settore, per la supervisione del progetto. L'investimento complessivo previsto è di oltre 500 milioni di Euro. Si stima che il progetto avrà una ricaduta positiva sull'occupazione creando circa 2.500 posti di lavoro oltre ad un significativo indotto.

Il progetto occuperà un'area di più di 150 ettari e si svilupperà per fasi progressive. Nella prima sezione del parco, che sarà

pronta a primavera del 2011, ci saranno attrazioni ad alta tecnologia, ottovolanti reali e virtuali, spettacoli acquatici e spazi dedicati agli effetti speciali del cinema, compreso il 3D. A Cinecittà World, seguirà la costruzione di altri Parchi e Servizi. Entro il 2012, è prevista la costruzione di The Village, un villaggio con negozi, ristoranti, resort con alberghi e cinema dove i turisti potranno passeggiare e ritrovarsi nelle ore serali, quando i parchi saranno chiusi.

La terza e quarta fase prevedono la progettazione di "Cinecittà World 2" e

"Cinecittà Natura", un'immensa riserva dove saranno organizzate passeggiate ecologiche ma anche visite sui set e scenografie. Gli ultimi lavori si concluderanno entro il 2014.

Cinecittà World sarà uno spazio dedicato a tutta la famiglia e secondo le previsioni sarà in grado di accogliere più di 4 milioni di visitatori all'anno, attirando sia i cittadini di Roma, che i turisti di tutto il mondo in cerca di svago e di divertimento.

Rossella Tambucci



ROMA CITTA' DEL FUTURO

Roma, per anni considerata meta del turismo interessato alla ricerca delle radici e del mondo antico, sta vivendo un periodo di fermento e di rinascita culturale. La "città eterna" si sta trasformando per diventare, al pari delle altre capitali europee, un punto di riferimento per l'avanguardia grazie ai nomi di Fuksas, Renzo Piano e Tommaso Valle. Il nuovo volto di Roma vuole essere rappresentato da edifici di rinomanza internazionale quali la Chiesa di Tor Tre Teste, l'Ara Pacis di Richard Meier, il Museo di Arte Contemporanea, il MACRO progettato da Odile Decq negli spazi dell'ex Birreria Peroni, l'Auditorium Parco della Musica, la nuova Fiera.

Ora s annuncia la Nuvola di Massimiliano Fuksas per il nuovo centro Congressi dell'Eur, la Città dei Giovani nello spazio dove sorgevano i Mercati Generali a Ostiense e la città delle Arti, presso l'ex Mattatoio di Testaccio.

Tra le nuove realizzazioni, è già in via di ultimazione il MAXXI, acronimo di Museo Nazionale delle Arti del XXI Secolo. Disegnato dall'architetto anglo-iracheno Zaha Hadid sull'area di circa 27mila mq di una ex-caserma in zona Flaminio: sarà inaugurato la prossima primavera.

Il progetto riguarda il primo museo pubblico nazionale dedicato alla creatività contemporanea. MAXXI Arte è diretto da Anna Mattiolo; fanno parte della collezione oltre 350 opere, tra cui quelle di Boetti, Clemente, Kapoor, Kentridge, Merz, Penone, Pintaldi, Richter, Warhol e molti altri artisti.

MAXXI Architettura è diretto da Margherita Guccione; si propone come il primo museo nazionale di architettura in Italia, con oltre 75mila documenti tra cui gli archivi dei disegni di Carlo Scarpa, Aldo Rossi, Pierluigi Nervi. E i progetti di autori contemporanei come Toyo Ito, Italo Rota e Giancarlo De Carlo. Completano la

collezione, le fotografie di Basilico, Barbieri, Jodice, Guidi.

MAXXI Arte si propone di far conoscere al pubblico la produzione artistica del XXI secolo, nazionale e internazionale, attraverso diverse mostre e manifestazioni: conferenze, documentari, presentazioni di cicli cinematografici o video, visite guidate, concerti, spettacoli di danza.

Il MAXXI è anche un grande centro dedicato alla cultura, un laboratorio di sperimentazione, studio e ricerca. Per questo, oltre ai due musei, c'è una grande hall dalla quale si accede ai servizi di accoglienza, alla caffetteria, al bookshop, ai laboratori didattici, all'auditorium e alle sale per eventi dal vivo, alle gallerie dedicate alle esposizioni temporanee e alle collezioni di grafica e fotografia. Infine fa parte del progetto la realizzazione di una piazza esterna per ospitare opere ed eventi live.

L'evoluzione architettonica e culturale sta trasformando anche l'edilizia della città in generale. Alcuni alberghi, come il Visconti Palace Hotel e il Capo d'Africa, hanno modificato il design dalle forme classiche di fine Ottocento o inizio secolo a favore di stili più dinamici e contemporanei.

Queste due strutture ricettive, situate in centro, hanno dato spazio al loro interno alle collezioni di opere di pittori dell'avanguardia romana come Paolo Canevari, Giancarlo Limoni e Pizzi Cannella.

Le due strutture alberghiere per la posizione strategica e per la modernità degli ambienti costituiscono un punto di riferimento per i turisti e i viaggiatori che amano le arti moderne.

www.maxxi.beniculturali.it

Rossella Tambucci



Appuntamenti

NASCE A PARMA “IL SALONE DEL CAMPER”, FIERA INTERNAZIONALE DEL TURISMO PLEIN AIR

Si svolgerà tra l'11 e il 19 settembre 2010 a Parma il nuovo Salone del Turismo *en plein air*, dedicato agli appassionati di questa tipologia di viaggio e agli operatori nazionali e internazionali del settore. Promossa dalle aziende leader in collaborazione con Fiere di Parma, la rassegna sarà una manifestazione di livello europeo, organizzata con il supporto di uno specifico Osservatorio permanente presso il Ciset (Centro Internazionale di

Studi sull'Economia Turistica), e dei maggiori esperti di Trade Marketing. A differenza delle tradizionali kermesse internazionali incentrate sul turismo all'aria aperta, quali il Caravan Salon di Dusseldorf e Le Salon des Vehicules de Loisirs di Parigi, il Salone del Camper di Parma propone ai visitatori un contesto innovativo presentandosi come punto d'incontro tra produttori, distributori, appassionati, tour operators,

una finestra aperta dove confrontarsi e continuare un dialogo orientato al plein air di qualità, senza confini. Parma si presenta come la location ideale per un'esposizione dalla dimensione europea, per un week end non solo fieristico ma anche turistico, enogastronomico e storico – artistico. Forte la partecipazione e l'investimento in servizi e iniziative collaterali da parte delle Istituzioni locali che esprimono piena

soddisfazione per l'evento: "Il settore del camperismo è nei nostri progetti di sviluppo turistico del territorio: è un turismo che ci interessa e intorno al quale stiamo immaginando una serie di progetti importanti" – dichiarano l'Assessore provinciale al Turismo Gabriella Meo e l'Assessore al Commercio e al Turismo del Comune di Parma Paolo Zoni.

La kermesse sarà allestita su una superficie di 40.000 mq all'interno dell'ampio quartiere fieristico, e prevede un programma di investimenti pubblicitari, di accoglienza e attività collaterali senza uguali nella storia del settore in Italia e

all'estero; elemento distintivo dell'evento è l'attenzione per le esigenze dei camperisti, attraverso una capillare promozione a livello internazionale realizzata dagli operatori del settore e Fiere di Parma, con campagne di comunicazione rivolte al grande pubblico e agli addetti ai lavori, per allargare la base d'utenza. Il Salone del Camper, dando la possibilità agli operatori di condividere e offrire al mercato nazionale ed internazionale prodotti, destinazioni, e servizi plein air, vuole presentarsi come uno spettacolare contenitore di offerte, idee, suggestioni di un mondo in

continua evoluzione: la varietà di contenuti e le interessanti nuove proposte ne fanno un'occasione irrinunciabile per gli specialisti, gli appassionati e i semplici curiosi del camper style. L'obiettivo è rilanciare il mercato autocaravan, sfruttando le potenzialità e il forte appeal che il turismo all'aria aperta esercita, come dimostrano i numeri del settore: è un distretto che esprime 700 milioni di fatturato e occupa oltre 5000 addetti, soddisfacendo il 70% della domanda di autocaravan nazionale e circa un quarto di quella europea.

Laura Mezzetti



Provato per voi

SU E GIÙ PER LE VIE DI LISBONA

Lisbona è una delle capitali europee più affascinanti. Si estende su sette colli lungo il fiume Tago, a pochi chilometri dall'Oceano Atlantico ed è famosa per il susseguirsi di salite e discese. Il labirinto di oscure e strette stradine che la caratterizzano, la rendono un luogo magico e misterioso. È una città moderna e animata. Per questo è una meta particolarmente privilegiata dai giovani. Due nuovi centri del turismo il cui logo è caratterizzato da una grande "Y" (dalla parola "youth", giovane) sono stati inaugurati di recente proprio per venire incontro al crescente mercato del turismo a target giovane.

In questi punti di incontro è possibile trovare tutte le informazioni per conoscere e vivere la città. Tra le proposte più originali per visitare Lisbona in modo alternativo segnaliamo il Go Car Tour www.gocartours.com e i buggy elettrici www.redtourgps.com. Lanciato di recente, il Go Car è un modo nuovo e divertente per scoprire la città. Facile da guidare, ha 2 posti confortevoli e un sistema GPS audio-video. I buggy sono invece veicoli da 2 a 4 posti con le caratteristiche aperture laterali e sono adatti a muoversi nelle stradine del centro città. Si possono usare anche il monopattino Segway e le biciclette elettriche. In alternativa non resta che provare lo

Speedboat Tour: un divertente giro in gommone lungo il fiume Tago.

Per dormire a basso costo, Lisbona offre una scelta molto ampia di soluzioni. Lo scorso anno ha vinto l' "oscar mondiale" dei migliori ostelli. Oltre ad alberghi e pensioni, ci sono diverse pousadas da juventude (ostelli della gioventù) che sono fra le sistemazioni più economiche per i giovani che viaggiano. Altrimenti si può pensare al Lisboa Camping & Bungalows www.lisboacamping.com situato all'interno del Monsanto, un parco di 900 ettari considerato il "polmone verde" della città.

Per i giovani Lisbona è anche una città dove non è difficile divertirsi. Basta sapere dove andare. Per gustare un aperitivo segnaliamo il Pavilhão Chinês, decorato con elementi Art Nouveau: miniature di soldati, vecchi cappelli, accessori militari e lavori del caricaturista Rafael Bordalo. Durante tutto l'anno Lisbona è animata dai suoni, dalle luci e dai colori degli innumerevoli eventi, festival e celebrazioni che si svolgono nei vari quartieri della città. Il divertimento notturno è a basso costo: in settimana si entra generalmente gratis ovunque, mentre durante il fine settimana per alcuni locali, il costo varia dai 10 ai 20 euro. I turisti e i giovani di Lisbona si riversano lungo le piccole vie del Barrio Alto alla ricerca di una terrazza panoramica o di un bar trendy, di un ristorante tipico o nei più famosi club della città, come il Fragil www.fragil.com.pt e la discoteca Kremlin fino alle prime luci dell'alba.

Nella zona dei Doca, ex stabilimenti portuali, lungo il fiume Tago, per circa 300 metri, dal Ponte 25 Aprile fino alla Marina, si susseguono una dopo l'altra discoteche e locali di tendenza, come l'Hawaii, l'Avana. Nuovo e il K Urban Beach.

Altra tappa obbligata per vivere la notte, è l'Avenida 24 de Julho, dove spicca il Queens, un ex locale di spettacoli Drag Queen, ora votato soprattutto alla musica house.

Altro luogo d'attrazione è sicuramente il nuovo Casinò situato nel quartiere del Parco delle Nazioni. Dallo stile architettonico minimalista e innovativo, la struttura privilegia la trasparenza e rende visibili gli ambienti interni. Lo spazio, dedicato ad un pubblico giovane, dai 25 ai 40 anni, ospita 800 slot machine e 22 tavoli da gioco. Le sale da gioco occupano solo una parte dell'intero complesso, riservando le altre aree agli spettacoli e alla ristorazione. L'Auditorium degli Oceani ospita ogni sera show ed esibizioni dal vivo, mentre all'Arena Lounge vengono trasmessi i ritmi più rilassanti della musica chill-out. Per quanto riguarda infine la degustazione, il ristorante Atrio propone le ricette tipiche della cucina portoghese in uno spazio panoramico. Ai piani superiori il famoso chef Fausto Airoidi ha aperto ben due ristoranti: uno, lo Spot LX, più di design e dall'ambiente più trendy e, il secondo, il Suite, un finger food restaurant.

www.visitlisboa.com

Rossella Tambucci

