

Spagna e Portogallo



SPECIAL

a cura della redazione

Il mercato italiano si conferma per la Spagna il quarto bacino turistico emittente, con 3,57 milioni di turisti, anche se, dopo aver raggiunto il record storico di arrivi durante il 2011 (3,76 milioni di turisti italiani e un +7,9% rispetto al 2010), nel 2012 c'è stata una diminuzione del 5,1%.

«Le destinazioni preferite dai turisti italiani - commenta il direttore dell'ufficio spagnolo del turismo di Milano, Ignacio Angulo Ranz-, sono la Catalogna (1,1 milioni di turisti italiani), le Baleari (633 mila turisti italiani) e Madrid (619 mila turisti italiani). Tenendo in considerazione la difficile situazione economica internazionale, riteniamo un obiettivo ragionevole il mantenimento dell'attuale quota di mercato italiano».

Per quanto riguarda la prossima stagione estiva, «le caratteristiche proprie del turismo spagnolo ci permettono di affrontarla con prudente ottimismo, convinti della fedeltà dei turisti italiani, che conoscono la varietà delle esperienze che possono vivere nel nostro Paese, per cui siamo persuasi che continueranno a darci fiducia anche per il futuro».

Quali le strategie di marketing per il 2013?

«Per quanto riguarda il mercato italiano, le attività principali saranno rivolte a evidenziare eccellenza, qualità, diversità, competitività e unicità dei prodotti turistici spagnoli, capaci di adattarsi rapidamente alle esigenze dei turisti. La nostra strategia di promozione continuerà in linea con le nuove realtà derivate dalle trasformazioni sia del modello turistico sia del profilo del turista italiano che ci visita. In questo senso, il dinamismo del turista italiano fa sì che si interessi non solo al sole e al mare della Spagna, ma anche allo stile di vita, alla gastronomia, alla natura e alla cultura e alle arti spagnole. Il nostro piano gira intorno a tre assi principali: azioni orientate al pubblico finale; iniziative nelle reti social; attività con operatori del settore turistico».

Investimenti in strutture e infrastrutture?

«Consapevole dell'importanza del turismo per il Paese, lo scorso 22 giugno il governo spagnolo ha approvato il Piano nazionale e integrale di turismo 2012-2016, elaborato in stretta collaborazione e accordo con il settore pubblico e privato. Si tratta di un documento che, con 28 misure generali e oltre 100 azioni diverse, cerca di migliorare la competitività delle aziende e delle nostre destinazioni turistiche, rinnovare la leadership mondiale in materia turistica e

contribuire alla generazione di ricchezza, lavoro e benessere per i cittadini. I pilastri fondamentali su cui si basa il Piano sono la forza del marchio Spagna, attraverso la sua promozione coordinata; l'orientamento al cliente; la gestione rivolta alla fidelizzazione dei mercati maturi, tra cui l'Italia; la collaborazione pubblico-privata. Per quanto riguarda gli investimenti turistici in Spagna, uno dei punti di forza del Piano nazionale e integrale di turismo 2012-2016 è costituito dal sostegno alle offerte e mete spagnole. Contemporaneamente, si attivano nuove linee di credito per le imprese con l'obiettivo di rinnovare ogni tipo di infrastruttura».

Iniziative rivolte al trade e al consumer per combattere la crisi?

«Continueremo a sostenere il lavoro degli operatori tenendo in considerazione che, attraverso la loro opera di intermediazione, arriva in Spagna oltre il 20% dei turisti italiani. Su questa linea, continueremo organizzando educational, workshop, giornate di formazione e presentazioni di destinazioni, così come qualunque altra attività di collaborazione con i tour operator, le agenzie e le reti di agenzie. Per il 2013, l'ufficio spagnolo del turismo di Milano sta sviluppando una serie di campagne focalizzate sulla realizzazione di attività rivolte al pubblico, come le campagne "La Spagna a...", con cui dopo la tappa di Genova porteremo diverse destinazioni spagnole nelle città di Bologna, dal 17 al 21 aprile e Padova, dal 5 al 9 giugno. L'agenda comprende attività varie, dalla realizzazione di workshop per gli operatori turistici, ad attività culturali, per il tempo libero, di arte, gastronomia e turismo, con la collocazione di stand in luoghi chiavi di transito urbano, nei quali le diverse destinazioni spagnole partecipanti presenteranno la loro offerta turistica».

Internet e social network: le novità.

«Seguendo la tendenza generale del mercato e adattandoci ai cambiamenti, siamo presenti sui principali social media come Facebook e Twitter, che ci stanno dando grandi soddisfazioni: al momento possiamo già contare su 46 mila 344 fan italiani in Facebook e mille 863 in Twitter. Abbiamo realizzato varie azioni di marketing online con ottimi risultati e la nostra idea è continuare a potenziare la nostra presenza in questi ambiti. A livello nazionale, Turespaña, insieme a Ixex e in collaborazione con il ministero dell'educazione, della cultura e dello sport, e l'Istituto Cervantes, hanno presentato il sito web studyinspain.info».

CONTINUA A PAGINA 13



“**Sosterremo
il lavoro
degli operatori,**”

Ignacio Angulo
Ranz

3,57 mln

Turisti italiani
nel 2012

Catalogna

Al primo posto
nelle preferenze
degli italiani

Speciale Spagna e Portogallo

CON "VISITPORTUGAL" IL NUOVO VOLTO DEL PAESE



SEGUE DA PAG. 12

«Il flusso dall'Italia al Portogallo hanno registrato nel 2012 una leggera flessione - commenta il direttore dell'ente del turismo del Portogallo in Italia, Alexandra Rebelo. L'Algarve, Madeira e le Azzorre sono state le destinazioni che hanno ottenuto la crescita più elevata. In generale, i visitatori sono stati 13,9 milioni, dei quali 7,7 milioni provenienti dai mercati esteri (+4% rispetto al 2011). I pernottamenti in hotel sono stati 40 milioni, dei quali 27,3 milioni dai mercati esteri (+5% rispetto al 2011). I principali bacini di riferimento sono Regno Unito, Spagna, Germania, Francia, Brasile, Olanda, Italia, Emirati, Belgio, Irlanda, Cina, India, Russia, Dubai».

Quali le strategie di marketing per il 2013?

«Innanzitutto la creazione dell'immagine promozionale "visitportugal" con nuovi layout, logo e lettering. Inoltre, il lancio del portale visitportugal (www.visitportugal.com) e del nuovo sito web dedicato ai media e alla stampa (http://pressroom.visitportugal.com). Fra gli altri punti forti, l'intensificazione della comunicazione online; maggiori informazioni nelle reti sociali (social media); il lancio delle nuove brochure digitali tematiche, che possono essere scaricate direttamente dal sito visitportugal.com e del film promozionale per il turismo religioso. Sempre seguendo il filone del turismo religioso, da segnalare lo sviluppo di nuove aree tematiche: Cammino di Santiago, feste religiose, eredità giudaica».

"Living in Portugal"

«Fra i progetti sviluppati, Living in Portugal mira a incentivare il turismo residenziale, con facilitazioni fiscali per l'acquisto di case in Portogallo da parte di stranieri (www.livinginportugal.com). Proseguono poi gli investimenti per il turismo sostenibile e i nuovi progetti di itinerari tematici, ad esempio i percorsi in bici con supporto alberghiero».

Quali le iniziative rivolte al trade e al consumer per combattere la crisi?

«I "Workshops Portugal Experience" per il trade estero; la campagna dedicata all'online, con una nuova immagine e un nuovo logo "visitportugal". In Italia abbiamo inoltre organizzato due workshop Portugal Experience per il trade con presenza di dmc portoghesi, a Roma e a Milano».

13,9 mln

Totale turisti nel 2012

40 mln

Pernottamenti totali in hotel nel 2012



“Abbiamo organizzato vari workshop”

Alexandra Rebelo



www.spain.info/it/

www.visitportugal.com/Cultures/it-IT/default.html



www.facebook.com/SpagnainItalia

www.facebook.com/Visitportugal



twitter.com/SpagnainItalia

twitter.com/visitportugal

VUELING



15 mln

Totale pax 2012
+20% sul 2011

55%

Vendite tramite agenzie di viaggio

L'operatore

TELEFONO BOOKING:
199 30 88 30
E-MAIL
ITALIA@VUELING.COM



Qual è l'andamento delle prenotazioni?

«Siamo molto soddisfatti di come stanno procedendo le prenotazioni in questa prima parte del 2013 - dice Massimo Di Perna, country manager di Vueling per Italia e Svizzera -. Abbiamo registrato un incremento a doppia cifra: un dato che, visto il periodo, risulta sicuramente molto positivo».

La novità di prodotto?

«La novità principale è sicuramente la seconda base italiana di Vueling a Firenze con quattro nuove destinazioni (Amburgo, Berlino, Copenaghen e Londra) che si aggiungono alle tre rotte che già operavamo dal Vespucci (Barcellona, Madrid e Parigi), portando così a sette le destinazioni dirette servite da Vueling a Firenze. Inoltre, per l'estate 2013, apriremo in Italia sei nuovi aeroporti (Bari, Bologna, Cagliari, Catania, Olbia e Torino); ciascuno scalo sarà collegato con un volo diretto per Barcellona. In totale voleremo quindi da 14 aeroporti italiani tutti

principali, da Nord a Sud isole comprese. Tra i servizi lanciati quest'anno, merita una citazione speciale la nostra Tariffa Excellence, adatta per la clientela business (il 44% del totale passeggeri) ma non solo: una tariffa flessibile, rimborsabile, la prima fila dell'aeromobile con il posto centrale libero, imbarco prioritario, spazio garantito per il bagaglio a mano e altri vantaggi».

Il plus

Il doppio canale distributivo (gds e web con area dedicata alle agenzie); i voli in connessione con la doppia carta d'imbarco all'aeroporto di partenza e il bagaglio direttamente alla destinazione finale; la vendita attraverso il canale trade.

Prodotto di punta

Le rotte Roma-Barcellona, Roma-Parigi Orly, Milano-Malpensa-Barcellona e tutte le rotte da Firenze. In estate le più gettonate sono le Baleari in generale, specie i voli Fiumicino-Ibiza e Malpensa-Ibiza.



KING HOLIDAYS C'È.

C'è un tour operator che riconosci per **FORZA**. 20 anni di "duro allenamento" sul mercato del turismo. **ESPERIENZA**. Una storia di affidabilità e professionalità. E tutto il know-how del Gruppo ES Viagens. **PRONTEZZA**. Nel soddisfare le Agenzie di Viaggi e i loro Clienti. **AGILITÀ**. Nel reagire alle difficoltà del mercato. **TALENTO**. Nel costruire un'offerta di livello e sviluppare nuove proposte. **KING HOLIDAYS C'È**. Con un mondo di qualità da viaggiare.



SUD AMERICA • PATAGONIA • ASIA E MEDIO ORIENTE
• TURCHIA • EUROPA E RUSSIA • AZZORRE •
MAROCCO • SPAGNA E PORTOGALLO • MEDITERRANEO

Roma - Tel. +39 06 36210300
Milano - Tel. +39 02 48195888

www.kingholidays.it

Speciale Spagna e Portogallo

GRIMALDI LINES



In calendario

Una nave di libri
per Barcellona:
20 - 25 aprile 2013
Cake Design Cruise:
22 - 25 giugno 2013
Grimaldi Fit Dance:
Cruise 13 - 16 luglio 2013

L'operatore

E-MAIL:
INFO@
GRIMALDI.NAPOLI.IT



Qual è l'andamento delle prenotazioni?

«Nonostante l'attuale contrazione dei consumi – afferma Francesca Marino, passenger department manager di Grimaldi Lines – per la prossima stagione il trend delle prenotazioni con destinazione Spagna è sostanzialmente stazionario».

La novità di prodotto?

«Anche per il 2013, confermiamo i tre collegamenti marittimi per la destinazione Spagna: Civitavecchia-Barcellona, operativo tutti i giorni tranne la domenica, Porto Torres-Barcellona, operativo esclusivamente in media ed alta stagione, da aprile ad ottobre, e il collegamento settimanale Livorno-Barcellona con proseguimento per Tangeri. Si tratta di linee da tempo consolidate, sulle quali la prossima stagione non porterà sostanziali novità. Per quanto riguarda la Civitavecchia-Barcellona, servita dalle due ammi-»

glie della flotta, abbiamo ulteriormente incrementato la proposta di eventi a tema con la nostra tradizionale formula di hotel onboard: abbiamo dunque in programma tante nuove iniziative dedicate a un target molto allargato. Infine, per quel che riguarda la politica tariffaria per la prossima stagione, grande attenzione è posta alle esigenze del mercato e una buona offerta di tariffe low cost, soprattutto per prenotazioni anticipate».

Il plus

La moderna flotta di navi e l'alta qualità del servizio offerto a bordo. In particolare, sulle rotte Civitavecchia-Barcellona e Porto Torres-Barcellona dove si alternano le due ammiraglie dotate di ogni comfort.

Prodotto di punta

Ricco calendario di eventi onboard: minicrociera a tema di quattro giorni, dedicate a svariati argomenti e target di ospiti.

KING HOLIDAYS

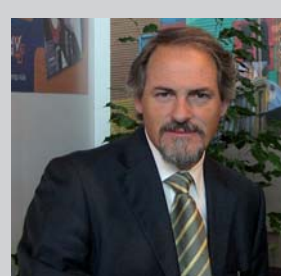


Prodotto di punta

Tour di gruppo con partenze a date fisse. In particolare il tour del Portogallo e il Gran Tour dell'Andalusia, in esclusiva per i clienti King Holidays. Buona anche la domanda di self drive.

L'operatore

TELEFONO:
06 36210300
02 48195888



Qual è l'andamento delle prenotazioni?

«L'andamento della Spagna nel 2012 è stato in linea con il 2011 – commenta Giancarlo Brunamonti, direttore divisione outgoing di King Holidays –. Il Portogallo è in crescita, a testimonianza delle forti potenzialità della destinazione».

La novità di prodotto?

«Per il 2013 si è mantenuta la formula che prevede il monografico Spagna e Portogallo dedicato ai viaggi culturali, associato al catalogo Mediterraneo per la parte balneare. Da segnalare tra le novità un tour di gruppo nel nord della Spa-»

gna e gli itinerari a piedi lungo il Cammino di Santiago: 20 chilometri di marcia ogni giorno e pernottamento nelle case rurali. Ri-confermati inoltre i due tour principali di gruppo in Andalusia e in Portogallo, sui quali è stata inserita la "Formula Single", che permette di evitare il supplemento a chi viaggia da solo. Discorso a parte per il mare: in generale è stata potenziata l'offerta di partenze speciali in alta stagione. In Spagna, la strategia è fortemente orientata ai giovani e alle famiglie, con offerte bambini gratis, prenota prima e tutto incluso. Tra le novità di prodotto, la costa di Marina D'Or. In Portogallo, è stata consolidata la programmazione dell'Algarve, costa di Estoril e Madeira, nell'ottica di offrire estensioni a tour e circuiti individuali».

10%

Fatturato Spagna
sul totale

16%

Fatturato Portogallo
sul totale

Il plus

Prodotto molto completo e capillare; itinerari su misura, anche in self drive; offerta su nuovi segmenti che valorizzino natura, cultura e famiglia; assistenza a 360 gradi.

OFFRI AI TUOI CLIENTI
L'OCCASIONE DI VIVERE
GRANDI ESPERIENZE
**VOLANDO DA
12 CITTÀ ITALIANE**

vueling
LOVE THE WAY
YOU FLY

VOLA DA BARI, BOLOGNA, CATANIA, FIRENZE, GENOVA, MILANO, NAPOLI, PALERMO, PISA, ROMA, TORINO E VENEZIA VERSO L'EUROPA CON VOLI DIRETTI O VIA BARCELONA.

Per maggiori informazioni www.vueling.com/agenzia o nella tua agenzia di viaggi.

Speciale Spagna e Portogallo

PER SAPERNE DI PIU'...

Le prenotazioni per l'estate sulla Spagna, così come sulla Grecia, «sono ancora un po' sottotono – dice Elisabetta Pavanello, responsabile commerciale di **Swan Tour** -. Ci aspettiamo però per la prima settimana di aprile un incremento del booking e un consolidamento delle prime prenotazioni estive; proponiamo infatti quote molto aggressive per il booking anticipato. Le novità 2012 alle Baleari, il Marina Corfu Swan Enjoy di Maiorca e il Beach Swan Club di Minorca, ci hanno dato un ottimo feedback nel loro primo anno in casa Swan Tour e verranno riproposte per l'estate 2013. Sempre alle Baleari, novità a Formentera, dove apre il primo Swan Enjoy sull'isola, il Barbarroja Swan Enjoy, un complesso di 12 appartamenti a soli 300 metri dalla spiaggia di Mitjorn. Oltre il classico «solo pernottamento», Swan Tour affianca un'alternativa Barbarroja Plus, con mezza pensione e scooter inclusi».



Il potenziamento delle frequenze operate tra Venezia e Lisbona rappresenta la novità estiva di **Tap Portugal** sul mercato italiano. Con l'obiettivo dichiarato di consolidare i risultati ottenuti nel 2012 la compagnia aerea portoghese porta dunque a dieci i collegamenti operati da Marco Polo, scalo dove Tap è riuscita ad intercettare le esigenze di mobilità delle aziende del Nord Est. Sull'intercontinentale verrà potenziato il Lisbona-Maputo (Mozambico), da 4 a 5 frequenze settimanali da giugno. L'Italia rappresenta per Tap il terzo mercato più importante in Europa e il primo per il Brasile. «Stiamo investendo nel miglioramento del prodotto intercontinentale e nella digitalizzazione e semplificazione dell'accesso ai servizi pensati per i clienti» dichiara Araci Coimbra, gm Italia. Dal 2000 al 2012 Tap è costantemente cresciuta, raddoppiando le destinazioni servite, passate da 38 a 76, fra cui 5 destinazioni lungo raggio in America (Miami, Porto Alegre, Brasilia, Belo Horizonte e Campinas) e 7 in Africa (Casablanca, Marrakech, Algeri, São Vicente, Praia, Bamako e Accra) oltre a 27 nuove aper-

ture in Europa, fra cui Venezia, Bologna e Torino in Italia. In questi anni le frequenze settimanali offerte sono aumentate del 217%, i passeggeri annuali trasportati sono quasi raddoppiati (10,1 milioni del 2012) e forti investimenti sono stati fatti sulla flotta che è passata da 35 a 71 aeromobili.

Viaggia nel segno delle prenotazioni anticipate il prodotto «Spagna e Portogallo» di **Europa World**: «Nel tentativo di stimolare il mercato e di anticipare il più possibile le vendite – spiega Daniela Fecchio, la responsabile prodotto -, solo limitatamente al prodotto «viaggi di gruppo», offriamo speciali sconti per prenotazioni entro il 30 aprile: 100 euro a camera, su tutte le date di partenza da catalogo. I risultati stanno arrivando, le vendite sono anticipate e decuplicate rispetto alla scorsa stagione. La principale novità di prodotto è il cambio radicale dell'impostazione del nuovo catalogo «Spagna e Portogallo» poiché abbiamo scelto di proporre la calda atmosfera dell'intera Penisola Iberica dimenticando la Raia, una fra le più antiche frontiere d'Europa, e offrendo dunque occasioni uniche per visitare in un solo viaggio questi due Paesi dove la cultura araba e quella europea si incontrano. Il cata-



logo propone tre sezioni, la prima dedicata ai viaggi di gruppo con guida in italiano e partenze garantite a date fisse, la seconda ai viaggi individuali, ovvero gli Itinerari d'autore con fly & drive e pacchetti a tema e l'ultima dedicata al mare, con sistemazioni balneari in Costa del Sol e Algarve».

Sono quattro al giorno i collegamenti operati da **Air Europa** alla volta dell'hub di Madrid, con due partenze da Milano Malpensa e due da Roma Fiumicino. Tra le più recenti novità del network l'apertura, il prossimo 3 giugno, di un collegamento Madrid-Montevideo, con tre voli alla settimana. «Quest'anno sull'Italia la capacità offerta cresce del 3% – precisa Robert Ajtai, direttore generale del vettore in Italia -, grazie all'utilizzo per tutti i voli dei B737-800». Con un indice di puntualità dell'87,27%, Air Europa si colloca al sesto posto nel mondo nella classifica stilata FlightStats per il mese di febbraio 2013: «I dati forniti da FlightStats rappresentano un risultato di cui andiamo molto fieri che premia la professionalità e il grande lavoro di tutto il nostro team».

081 496 444

Semplicemente Spagna.



**DA CIVITAVECCHIA,
LIVORNO E PORTO TORRES
A BARCELLONA**



GRIMALDI LINES

**Parti con Grimaldi!
È semplice, comodo
e conveniente.**

**FAMILY
& FRIENDS**
viaggi in 4
pagando per 2

**ADVANCED
BOOKING**
prenota entro il 15/4
risparmi fino al 20%*

**SUPER
BONUS**
l'auto o la moto
viaggia gratis

**Con Grimaldi raggiungi anche
Grecia, Marocco, Tunisia, Sardegna e Sicilia**

member of Grimaldi Group
MINOAN LINES

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

Scopri le nostre offerte
su www.grimaldi-lines.com