



ANNO XXV - N. 30  
10 MAGGIO 2013

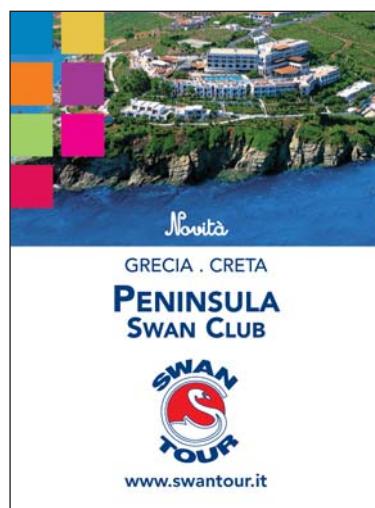
GIORNALE DI INTERESSE PROFESSIONALE PER IL TURISMO - POSTE ITALIANE SPA - SPED. IN ABB. POST. D.L. 353/2003 (CONV. IN L. 27.02.2004, N° 46), ART. 1, COMMA 1, CNS/AC-Roma

# Quotidiano Travel

[www.travelquotidiano.com](http://www.travelquotidiano.com)

**ITALIA > CANADA** A PARTIRE DA € 525 **Air transat**

\*tasse aeroportuali incluse. Soggetta a disponibilità al momento della prenotazione.



PREZZO PER COPIA  
EURO 0,10

## Mondo Vacanze in casa Veratour

Veratour ha ospitato presso il Yadis Thalasso & Golf in Tunisia la convention di Mondo di Vacanze.

A PAGINA 4



## L'offerta culturale di Cracovia

Cracovia e la regione della Malopolska presentano una composita offerta culturale e religiosa.

A PAGINA 6



## Apotropaico

Allora: doveva essere ministro del turismo, e non ce l'ha fatta. Doveva essere sottosegretario con la delega al turismo, e non ce l'ha fatta. Non è che il turismo a Bernabò Bocca gli porta un po' sfiga?

Alla Fiera di Padova dall'11 al 19 maggio. Stime: più di 300 mila visitatori

# Travel in Campionaria

Operatori, Enti e agenzie di viaggio insieme nel nostro "villaggio"

## Russia-Italia: rapporti stretti

MOSCA - Russia e Italia più vicine grazie all'avvio dell'Anno del turismo incrociato. Grande attesa per la crescita degli arrivi dal Belpaese, oggi decimo mercato con 212 mila 414 visitatori nel 2012; i russi arrivati in Italia sono stati invece 794 mila.

«Purtroppo l'Italia, come altri Paesi europei, paga il problema legato ai visti» dice Aleksandr Radkov, capo dell'Agenzia federale russa per il turismo.

A PAGINA 8

SU QUESTO  
NUMERO  
LO SPECIALE  
STATI UNITI  
E CANADA

DA PAG. 9 A PAG. 15



PADOVA - Inizia domani la Fiera Campionaria di Padova e per il secondo anno consecutivo, la Divisione Eventi di Travel Quotidiano organizza un megastand in cui, operatori, enti del turismo e adv, riprodurranno il nostro mercato turistico.

Gianfilippo Panazzolo,

direttore commerciale della

Fiera ci dice: «Nonostante

la crisi, la nostra manifesta-

zione cresce. Siamo molto

orgogliosi di questa colla-

borazione con Travel

Quotidiano, che già lo scor-

so anno ha dato ottimi frut-

ti».

A PAGINA 2

A PAGINA 3

## Turkish Airlines rafforza Roma-Istanbul

ROMA - Con il quarto volo Roma-Istanbul, Turkish Airlines porta a quota 25 le frequenze settimanali operate sulla tratta: «Siamo fieri dello sviluppo della nostra compagnia in Italia» dice Yurgadul Altinoz.

A PAGINA 5



Yurdagul Altinoz

## U.S.A. IN JEANS Magia per spiriti liberi.



**CHIARIVA**  
DAL 1878  
by vita mondo

[www.chiariva.it](http://www.chiariva.it)

Novità  
catalogo  
on line

## CLUB PARADISO

**da euro 2.943 a persona**

**Incantevole POLINESIA**  
11 giorni / 8 notti - Tahiti, Bora Bora, Huahine  
Partenze fino al 19 giugno

Voli Intercontinentali e domestici • Trasferimenti • 1 notte Intercontinental Tahiti  
• 4 notti Le Maitai Polynesia di Bora Bora • 3 notti La Pita di Huahine  
• Trattamento BB a Tahiti e SOFT ALL INCLUSIVE a Bora Bora e Huahine

Fax: 06 35 49 71 22 • E-mail: [booking@clubparadiso.it](mailto:booking@clubparadiso.it)

# CINA



Oltre 20 anni  
di esperienza  
12 itinerari e 40 località,  
200 partenze.  
Alberghi di 1a superiore  
e lusso.  
Partenze di gruppo  
e individuali.  
Guide e accompagnatori  
italiani.

Chinasia vola in Cina con:

**AIR CHINA**

**CHINA EASTERN**

**CATHAY PACIFIC**

In collaborazione con  
Ufficio Nazionale  
del Turismo Cinese

华亚旅行社  
**CHINASIA**  
TOUR OPERATOR

CHINASIA P.le Asia, 21 - 00144 Roma - EUR

[www.chinasia.it](http://www.chinasia.it)

Tel. 0659601.499 r.a. | Fax 0659601.565 Email: [info@chinasia.it](mailto:info@chinasia.it)

## Il mercato che tira

MILANO - Dall'11 al 19 maggio la Fiera Campionaria di Padova ospiterà il Travel Open Village, dove espositori e agenzie di viaggio si troveranno a contatto del pubblico e lavoreranno fianco a fianco.

«Nonostante la crisi economica - ci ha detto il direttore commerciale di Fiera di Padova, Gianfilippo Panazzolo - siamo molto fiduciosi sulla nostra Fiera. Posso dire anche che non c'è stato alcun calo, anzi, gli spazi espositivi sono aumentati. Ci aspettiamo più di 300 mila visitatori. E' naturale - conclude Panazzolo - che siamo orgogliosi della presenza del Travel Open Village, giunto alla sua seconda edizione, e siamo convinti che sarà una delle attrattive della Fiera. Siamo molto orgogliosi che quest'anno ci siano anche gli enti del turismo».

Abbiamo sentito alcuni degli espositori del Travel Open Village presenti in Fiera.

### Eden Viaggi

«Stiamo attraversando - dice Angelo Cartelli, direttore commerciale e marketing Eden - una fase delicata di una stagione complessa e siamo convinti che sia dovere dei to focalizzare le azioni di comunicazione e marketing sulle adv. La nostra partecipazione alla Fiera Campionaria di Padova nasce proprio con l'in-

### Espositori

- 4 Winds
- Albatravel
- Costa Crociere
- Eden Viaggi
- Grotte di Frasassi
- Hotelplan
- I Viaggi del Turchese
- Jolly Roger Tour
- Konrad Travel
- Le isole della purezza
- Turismo Egitto
- Turismo Malesia
- Turismo Seychelles
- Turismo Thailandia
- Veratour
- YaraTours

### ADV

- Ali Babà viaggi
- Ceoldo viaggi
- Jembè viaggi,
- Le Cri viaggi
- Bios tour
- Cielo Azzurro viaggi
- Esmeralda viaggi
- Muraro viaggi
- Padovanino viaggi
- Tif Viaggi
- Ufficio Viaggi Cobianchi

Panazzolo (Fiera di Padova): «Nonostante la crisi la nostra manifestazione continua a crescere»

# Travel alla Campionaria Parlano i protagonisti

tento di incontrare il maggior numero possibile di persone in un'area molto importante per il nostro business, proponendo loro le nostre offerte più competitive e invitandole a recarsi in agenzia di viaggio per avere il meglio della consulenza».

### Konrad Travel

«E' la prima volta che partecipiamo - afferma Gianluca Sposito, general manager di Konrad Travel - , spinti dal successo dei Travel Open Day a cui abbiamo partecipato. Oltre a essere un naturale sbocco per possibili vendite e una occasione per fidelizzare i rapporti con alcune adv del Veneto, è anche un "test" sulla reale domanda sull'alta stagione estiva. C'è una certa incertezza sul possibile andamento dell'alta stagione, ma speriamo che le risposte provenienti dalla fiera Campionaria possano confermare un trend positivo. Insieme alla nostra tradizionale offerta presentiamo le partenze garantite a data fissa per i tour del Messico ad agosto 2013».

### Turismo Malesia

«In qualità di ente del turismo in Italia - ha detto Vincenza Andrein, marketing manager Ente turismo Malesia - abbiamo partecipato diverse volte in passato, trovando sempre dei riscontri molto positivi. Padova è una città vivace e strategica, da sempre risponde molto bene a tutte le nostre iniziative sia trade che consumer, e lo sarà certamente anche questa volta, grazie a Travel Open Village. Ma la vera chicca è la collaborazione straordinaria del naturalista Nicola Messina, il più grande esperto di foresta pluviale tropicale del Borneo in Italia. I visitatori alla Fiera Campionaria avranno l'opportunità di incontrare Nicola Messina, che sarà nostro testimonial per tutta la durata della Fiera»

### I Viaggi del Turchese

«I Viaggi del Turchese partecipa alla Fiera Campionaria di Padova con tutta la programmazione Estate 2013 - afferma il direttore commerciale, Quirino Falessi - presentando le monografie di Egitto/Medio Oriente, Grecia, Spagna, Tunisia e Turchia. Per noi questo è un bacino molto impor-



tante, Padova e il Veneto sono dei mercati su cui siamo molto presenti. Dal Veneto, la nostra programmazione offre partenze dai tre principali Aeroporti della Regione. Questo grazie all'integrazione che abbiamo sviluppato sul nostro sistema di prenotazione che abbina, oltre ai voli charter, anche la linea e il low-cost ai nostri Sog-

giorni e Tour. Fiera di Padova ci sembra l'occasione tra le più adatte per presentare le nostre novità».

### Albatravel

«Dalla partecipazione di Albatravel alla Fiera di Padova - ci dice il managing director, Aldo Fabris - ci aspettiamo vendite di alcuni particolari prodotti

presenti nel nostra piattaforma. In effetti la nostra partecipazione in qualità di "sponsor" si concentra su nuove offerte che abbiamo più convenienza ad incentivare proprio perché sono novità da far conoscere e occasioni come quella di Padova rappresentano una ottima vetrina pubblicitaria. Quest'anno, per esempio offriamo uno sconto speciale sul primo tour venduto a scelta tra quelli da noi proposti alle adv. E' un'iniziativa ci consentirà di promuovere il prodotto più rapidamente all'interno della rete agenziale, ma anche di continuare a spingere il nostro processo di fidelizzazione degli adv».

### Veratour

«La nostra partecipazione alla Fiera Campionaria di Padova - dice il direttore commerciale, Massimo Broccoli - è quella di aprire un dialogo con i nostri potenziali clienti, affiancandoci alle agenzie nostre partner della iniziativa. Inoltre, presidiare un area così importante fianco a fianco delle adv, vuole avere lo scopo di "fare sistema" con le agenzie stesse. Riteniamo fondamentale la sinergia tra la nostra azienda e le adv ed è a questo proposito che abbiamo non solo deciso di vendere i nostri prodotti attraverso esclusivamente questo "canale" ma proprio "scendendo in campo" con loro in iniziative come queste».

### Ente Thailandia

«E' la prima volta che l'Ente del turismo della Thailandia partecipa alla Fiera Campionaria di Padova - dichiara Sandro Botticelli marketing manager dell'Ente per l'Italia - e siamo interessati ad afferrare le nuova opportunità, così come siamo aperti a nuove idee ed a nuovi modi di fare promozione. Proprio per questo crediamo che la Campionaria possa essere il binomio perfetto per un Ente del turismo che voglia promuovere la propria destinazione. Infatti unisce sia l'attività b2c con la distribuzione di materiale e soprattutto le presentazioni al consumatore finale, sia il supporto ai to presenti. La presenza dell'Ente alla Fiera di Padova darà una ulteriore spinta alla conoscenza della Thailandia e della molte-

plicità di offerte del Paese».

### Le Isole della Purezza

«Sicuramente ci aspettiamo di prendere nuovi contatti con le adv del posto - afferma Pierre Confiance, titolare del to -, conoscere nuovi partner commerciali ed incrementare le vendite. Con questa manifestazione ci affacciamo per la prima volta al consumer, visto che fino ad ora ci siamo solo rivolti alle adv. Saremo con i nostri pacchetti Oceano Indiano, in particolar modo con le proposte su Seychelles, nostro prodotto principale. L'aspettativa è di poter continuare a crescere su questa destinazione».

### Hotelplan

«Così come ormai accade da diversi anni per le fiere o altre manifestazioni simili - dichiara Alessandro Biasi, marketing manager - la nostra presenza come Hotelplan Italia è sempre in qualità di partner delle agenzie che decidono di partecipare all'evento. Il nostro unico interlocutore rimane il trade ed è per questo che siamo sempre molto disponibili a collaborare fornendo materiale di allestimento, personale che possa offrire consulenza sui prodotti proposti e organizzando anche delle presentazioni di prodotto specifico su richiesta. Saremo presenti alla Fiera campionaria di Padova anche con diverse proposte "di mare e di terra"».

### Yaratours

«Le aspettative di Yaratours sono innanzitutto di farci conoscere dal mercato del Nord Italia - dice il titolare Susy De Maria - dove è la prima volta che ci affacciamo e speriamo di essere apprezzati. Punteremo su tutta la nostra programmazione, lanciando alcune proposte in Thailandia, Malesia, India Giordania, Oman e Cuba che si aggirano su un budget di circa mille 500 euro e una proposta Australia per chi ha un budget un po' più alto».

### Credit: Grotte di Frasassi

La foto delle grotte di Frasassi hanno il copyright di ©Piero Principi

Direttore responsabile  
GIUSEPPE ALOE

Direttore editoriale  
DANIELLA BATTAGLIONI

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

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

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

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

Stampa  
Comunicare Srl  
Piazza Dalmazia, 6 - 05111 Terni

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

Uffici Milano  
tel. +39 02.76316846 - fax +39 02.76013193  
Marco Ferri  
marco.ferri@travelquotidiano.com  
334.6288424

[www.travelquotidiano.com](http://www.travelquotidiano.com)  
E-MAIL: info@travelquotidiano.com  
[redazionemilano@travelquotidiano.com](mailto:redazionemilano@travelquotidiano.com)  
[redazioneroma@travelquotidiano.com](mailto:redazioneroma@travelquotidiano.com)

Seguici  
anche su



## Operatori

Novità di prodotto e ampio progetto di formazione dedicato al trade per rilanciare i plus di un'offerta "unica"

**-2%**  
Clienti  
2013 vs 2012

**+12%**  
Valore medio pratica  
2013 vs 2012

**Belek**  
Ottima performance  
della Turchia

testi di ISABELLA CATTONI

MILANO - E' l'anno della Turchia. Gino Andreetta, direttore generale Italia di Club Med, non ha dubbi: «Quest'anno - spiega - l'andamento delle prenotazioni sembra essere positivo, trainato dalla buona performance della Turchia, in particolare della nostra new entry di Belek. Bene anche l'Egitto, dove il Sinai Bay, 5 stelle lusso vicino a Taba, sta riscuotendo grande successo».

Qualche perplessità giunge invece dall'Italia, «dove il trend è al momento stabile rispetto a quello dello scorso anno, anche se la tendenza è quella delle prenotazioni all'ultimo minuto». In ritardo anche il booking sulla Grecia, che attualmente sta recuperando trainato dalla positiva performance di Gregolimano, «struttura sulla quale contiamo un gran numero di repeater».

In generale quindi, e malgrado il soddisfacente riscontro ottenuto dalla politica di advance booking messa in campo dall'operatore per premiare con un

# Club Med fa leva sulle adv Partner e sul medio raggio



prezzo attrattivo e diversi van-

taggi chi prenota per tempo, i risultati del 2013 sono del 2% circa inferiori rispetto a quelli del corrispondente periodo del 2012. «Malgrado questo lieve calo del numero dei passeggeri tuttavia, il valore medio pratica è cresciuto del 12% e questo ci ha permesso di ottenere numeri invernali in linea con gli obiettivi di

budget prefissati. Bene in particolare il corto raggio, con il Sinai Bay e bene anche il resort di Pragelato, molto gradito soprattutto dalla clientela internazionale. Sul fronte del lungo raggio, Mauritius, Phuket, Punta Cana e la Repubblica Dominicana in generale e Turks & Caicos hanno registrato una positiva performance,

**“Belek e il Sinai Bay ci stanno dando grande soddisfazione”**

Gino Andreetta

### Obiettivo agenzie

MILANO - Aiutare le adv a intercettare il cliente: questo l'obiettivo di Club Med Italia, che grazie a eventi e iniziative di co-marketing mira a trasmettere il valore e l'unicità del suo prodotto. «Il progetto realizzato con le adv Partner (circa 260) - spiega Andreetta - sta dando i suoi frutti e questi punti vendita hanno già incrementato del 10% circa il fatturato prodotto con noi». A questo progetto si affianca un importante lavoro di formazione a tutto campo, che comprende anche l'apertura di un corner dedicato nei punti vendita Premium Partner.

dottedo, un accenno anche ai pacchetti sul Giappone, che abbinano il soggiorno al Kabira Beach sull'isola di Ishigaki allo stop a Tokyo, o a Kyoto, o a Osaka. «Per spingere sull'estate - conclude Andreetta - abbiamo fatto leva anche su speciali promozioni, che prevedono su tutti i villaggi i bambini fino a sei anni completamente gratuiti e quelli da sei a 12 anni a un prezzo molto ridotto, nell'ordine dell'80% in meno».

## Venti d'estate.

Prenota subito!

Tariffe dedicate per la tua agenzia di viaggio per le prenotazioni di alta stagione.

Fino al 20% di sconto per i tuoi clienti sui noleggi prepagati  
Vai su [click4wheels.it](http://click4wheels.it), tramite GDS o chiama il n. 199 307989.

**Europcar**  
moving your way

seguici su

**15%**  
commisione\*



\*Extra o servizi aggiuntivi inclusi, al netto di IVA e carburante.

## Operatori

Una convention preso il Yadis Thalasso & Golf per rilanciare l'offerta estiva e incontrare gli agenti di viaggio

Lungo  
raggio  
positivo

ROMA - Buone prospettive anche sul lungo raggio, con una crescita di oltre il 50% su Cayo Largo. Stabili Santo Domingo e Messico. In calo invece Kenya e Zanzibar. Ma qual è la formula per riuscire a portare a casa degli utili in un simile contesto? Risponde Pompili: «Abbiamo sempre cercato un pricing di appeal, che però non ci porta a svendere il prodotto a scapito della qualità. Mai come oggi è importante creare valore e dare vita a un prodotto unico: noi abbiamo puntato sull'italianità, con un controllo totale sul management del villaggio. Strutture su misura per la clientela italiana, personale che parla italiano, grande attenzione al cibo e all'animazione. Il 38% dei nostri clienti è repeater e il 66% prenota in anticipo di 90 giorni. La scelta di distribuire solo attraverso le agenzie di viaggio si è rivelata vincente».

**“Registriamo un +5% sull'inverno e abbiamo +8% di prenotazioni sull'estate”**,  
Stefano Pompili



Il gruppo dei responsabili di Veratour e Mondo di Vacanze in convention

# Veratour in Tunisia con il network Mondo di Vacanze

testi  
di MANUELA CUADRADO

ROMA - Padrone di casa dell'evento Mondo di Vacanze a Djerba è Veratour, che ha ospitato la convention presso il Veraclub Yadis Thalasso & Golf. Stefano Pompili, direttore generale di Veratour, ha commentato: «La convention Mondo di Vacanze coincide con l'inaugurazione ufficiale del nostro 34° villaggio in un Paese, la Tunisia, che quest'anno sta fortemente recuperando sul mercato. Abbiamo un legame storico con Mondo di Vacanze, una partnership che funziona e che mette le agenzie di viaggio in primo piano». Massimo Broccoli, direttore commerciale, rimarca: «Il rapporto con le agenzie si conferma fondamentale: collaboriamo molto con i network e investiamo tempo per stare vicino agli agenti per la loro formazione. E' necessaria una triangolazione tra adv, network e

mercato per raggiungere gli obiettivi, ma nonostante il momento difficile non è impossibile ottenere buoni risultati: nel 2012 abbiamo totalizzato volumi per 180 milioni di euro, in crescita dell'8% rispetto al 2011 e chiuso il 23° bilancio consecutivo in utile».

Riprende Pompili: «L'an-

damento è positivo, siamo ottimisti. I dati ci lo confermano: registriamo un +5% sull'inverno (la stagione finisce in aprile) e abbiamo già un +8% di prenotazioni sull'estate, che ci aspettiamo di veder tramutare in un +12% alla fine della stagione». Destinazioni favorite l'Egitto e la

stessa Tunisia, che in aprile ha già quasi raggiunto i volumi di vendita dell'intero 2012. Il Paese si rivela protagonista di un cambiamento significativo per Veratour, che punta a diversificare il target di riferimento verso un segmento medio-alto. «Il resort Yadis Thalasso Golf di Djerba è un 4

stelle di qualità superiore - spiega Pompili -. Disponiamo di 300 camere su 320».

La ricerca di un posizionamento più alto è un progetto che parte dal 2009, con investimenti anche sulle strutture in Sardegna. Continua Broccoli: «Il 1° giugno inaugureremo il nuovo Veraclub El Quseir a Marsa Alam in partnership con Radisson Blu, forse il più bello della destinazione. Sarà il nostro 35° villaggio. Nei prossimi cinque anni puntiamo a raggiungere 40-45 strutture».

Aggiunge Pompili: «Abbiamo quasi finalizzato una contrattazione per una struttura nell'oceano Indiano, ma è presto per

entrare nei dettagli. Guardiamo anche alla Grecia, che sta performando bene, e all'Italia, oltre alla Sardegna».

Specifico Broccoli: «La Grecia sta raddoppiando i volumi del 2012, quando aveva totalizzato -30,-35% dei flussi turistici dall'Italia rispetto all'anno precedente. Bene anche la Turchia, che ha triplicato i volumi. Stabile la Spagna, soprattutto nelle Baleari. Buona la tendenza per i gruppi e gli incentivi: è un dato incoraggiante; significa che il comparto industriale sta tornando a investire e a investire nel turismo. In aprile abbiamo già superato il consuntivo 2012 riguardo all'incentive».

**34**  
Villaggi proposti  
da Veratour

**180 mln €**  
Fatturato totale  
nel 2012

**+8%**  
Crescita fatturato  
2012 vs 2011

Promozione  
congiunta  
della destinazione

I Viaggi  
del Turchese  
in Spagna  
con Melia

di GAIA GALLOTTA

ROMA - I Viaggi del Turchese e Melia Hotels International insieme in roadshow per presentare le novità estive 2013 con lo slogan "Summeriscoming". Quattro gli eventi a Roma, Bologna, Bergamo e Milano. «Il mercato spagnolo per noi è di fondamentale importanza - spiega Quirino Falessi (al centro nella foto), direttore commerciale di Viaggi del Turchese - e l'idea di un roadshow insieme nasce con l'obiettivo di rafforzare il legame tra i nostri due mercati e soprattutto sottolineare l'importanza della programmazione sulla Spagna per il nostro mercato». Sono circa 50 mila i passeggeri che ogni anno si recano in Spagna con I Viaggi del Turchese e circa nove le strutture Melia Hotels International contenute nel catalogo 2013. «L'Ita-

lia è un mercato forte - spiega Rita Barbier, responsabile commerciale Melia Hotels International, Baleari - e si posiziona al 5° posto per incoming dopo Spagna, Regno Unito, Germania e Stati Uniti. L'anno è partito con qualche criticità, ma le previsioni fanno pensare a un 2013 in positivo, con un lieve incremento sulle vendite». Tra le novità in agenda per I Viaggi del Turchese, in primis l'obiettivo di espansione nell'area del Centro-sud Italia.

«Dopo anni in cui siamo stati principalmente presenti al Nord - conferma Falessi - abbiamo deciso di investire nelle regioni del Centro-sud, ampliando le politiche commerciali e le strategie di vendita, come il Best Price, l'advance booking, la formula roulette e il last minute».

## Tour2000

ANCONA - Appuntamento in Brasile per la "Confederations Cup" di calcio a tifare per la nazionale azzurra impegnata nel torneo assieme a Spagna, Messico, Giappone, Uruguay e Brasile. La proposta di Tour2000 Go Sudamerica prevede pernottamento in albergo, una giornata libera a Rio de Janeiro e Salvador de Bahia più trasferimenti e biglietti per gli stadi. Costo del pacchetto di 10 giorni-7 notti: 2 mila 370 euro a persona. A parte, il volo dall'Italia.

## ORA LE TUE PRENOTAZIONI

travel agent CARD



**transHotel®**

GLOBAL TRAVEL SERVICES PROVIDER

DAL 29 APRILE ALL'11 MAGGIO, OTTIENI IL DOPPIO DEI PUNTI

PRENOTAZIONI VALIDE: CHECK-IN DAL 29 APRILE AL 31 DICEMBRE

1 = 50 PUNTI

## Trasporti

La compagnia ha aperto il quarto volo sulla Roma-Istanbul portando a 25 le frequenze settimanali

# Turkish Airlines torna ad investire su Fiumicino

di PAOLA CAMERA

ROMA - Turkish Airlines ha aperto il quarto volo settimanale sulla tratta Roma-Istanbul. Il nuovo collegamento, dallo scorso 24 aprile, è operato quattro volte alla settimana (da Roma alle 7.05 ogni lunedì, mercoledì, venerdì e domenica, da Istanbul alle 22.15 ogni martedì, giovedì, sabato e domenica) e porta a quota 25 le frequenze settimanali operate da Turkish Airlines sulla tratta.

«Nel 2012 più di 200 mila persone hanno viaggiato con noi da e per Roma - dichiara Yurdagul Altinoz, general manager Roma di Turkish Airlines -. Siamo molto fieri dello sviluppo della nostra compagnia in Italia, la forza di questo collegamento è dovuta sia alla posizione strategica di Istanbul sia alla sua forza come scalo per i voli in connessione»,

**200.000**

Passeggeri Turkish da e per Roma (2012)

**50%**

Italiani in prosecuzione oltre Istanbul

genera, sia all'importanza dell'hub turco come scalo per i voli in connessione. Via Istanbul colleghiamo infatti 98 Paesi con 221

*“La forza di questo collegamento è dovuta sia alla posizione strategica di Istanbul sia alla sua forza come scalo per i voli in connessione”*

Yurdagul Altinoz

destinazioni e il 50% degli italiani proseguono per destinazioni del Medio ed Estremo Oriente e del continente africano. Il nostro obiettivo è diventare la prima compagnia al mondo, come destinazioni e anche come servizi».

Il continuo sviluppo del network è uno dei punti chiave della strategia di crescita di Turkish Airlines, così come il costante rinnovo della flotta e l'introduzione di nuovi servizi.

Per quanto riguarda le vendite in Italia, il vettore turco conta molto sulla



**600.000**

Flusso passeggeri Fco-Turchia 2012

collaborazione con le agenzie di viaggio, che restano il principale canale di distribuzione. «Questo nuovo volo apre ulteriori opportunità per agenzie e tour operator, perché partendo la mattina presto e tornando la sera tardi permette di organizzare il viaggio sfruttando al massimo i giorni di arrivo e partenza - conclude il direttore -. Aiuta anche i tour operator nel contenimento dei costi dei pacchetti perché a parità di giorni di visita

della città, si utilizza una notte di meno in albergo». Soddisfatta dell'iniziativa del vettore turco anche Aeroparti di Roma, che ha rilevato nel 2012 un flusso di passeggeri tra Roma Fiumicino e la Turchia di circa 600 mila passeggeri.

Su tutte le rotte  
corto e lungo raggio

## Lufthansa rinnova i servizi delle classi premium

FRANCOFORTE - Lufthansa ha migliorato il servizio deluxe, per i clienti premium, a bordo di tutti i voli a lungo e a corto raggio. Dal primo maggio, sono stati introdotti nuovi servizi e menù creativi; ad esempio, sui voli in partenza dalla Germania, è stato inserito un programma dal nome "Delizie culinarie", che introduce un servizio migliorato, prova della competenza dello chef e della maggior qualità dei prodotti utilizzati. Fra le tante novità, in first class, i menù saranno proposti all'interno di nuovi elementi di design. Inoltre, il concept culinario in business class è stato aggiornato, apportando al servizio maggiore freschezza e varietà nei piatti. Fa parte degli upgrade anche una gamma più lussuosa di prodotti per l'igiene e la cura personale.

## Scegli la Tunisia di Phone&Go



booking.phoneandgo.it Tel. 0573 7777

**PHONE  
& GO™**  
Vacanze in linea

## Mondo

*La città e la regione della Malopolska al centro dell'attività di promozione*

di CATERINA FAILLA

**CRACOVIA** - In Polonia, Cracovia e la regione della Malopolska decidono di puntare ancora una volta sui pellegrinaggi religiosi. «Non è un caso che la regione di Cracovia, la Malopolska, abbia deciso di puntare ancora sul turismo religioso, considerato che questo è l'anno della fede - afferma Małgorzata Furdal, direttore dell'ente nazionale polacco per il turismo di Roma -. Siamo conosciuti soprattutto per i percorsi di pellegrinaggio legati ai luoghi dell'ex Papa, Giovanni Paolo II, nato a Cracovia. Ma non siamo solo un luogo di fede. Cracovia è una bellissima città d'arte, che vanta un'offerta a 360 gradi, un po' come Roma».

Con più di 19 linee aeree e 50 voli diretti verso destinazioni europee, l'aeroporto di Cracovia, Giovanni Paolo II, riceve circa 3 milioni di visitatori ogni anno e si può raggiungere dalla città in soli 15 minuti. I collegamenti tra Milano e Cracovia avvengono con Ryanair e Wizz Air mentre da Roma il collegamento diretto è garantito da Alitalia. Cracovia,

# Cracovia: cultura e pellegrinaggi al cuore della Polonia



**“Cracovia è una splendida città d'arte, con un'offerta a 360 gradi”**

**Malgorzata Furdal**

dichiarata patrimonio dell'umanità nel 1978, ospita ogni anno circa 8 milioni di visitatori con oltre 136 alberghi per un totale di 15 mila posti letto. Non solo centro religioso, ma anche commerciale e culturale, con più di 40 musei, organizza ogni anno 3 mila eventi culturali, sportivi e commerciali. L'intera regione della Malopolska non è da meno. Con 11,9 milioni di visitatori nel 2011, quest'area possiede 440 strutture ricettive e 32 mila posti letto. Con otto monumenti dichiarati patrimonio dell'Unesco, sei parchi nazionali e diversi percorsi turistici e termali, la regione è una delle più interessanti della Polonia. Numerosi tour operator di Cracovia gestiscono partenze dall'Italia e col-

laborano con adv italiane. E' il caso di Inter- crac, che opera da 22 anni in Polonia e che collabora con molti tour operator italiani: «Il nostro mercato principale è quello francese, ma lavoriamo molto anche con gruppi provenienti dall'Italia, specialmente organizzando dei viaggi su misura legati a eventi culturali, come il festival Chopin» spiega Paweł Jegliński, rappresentante commerciale in Italia. Anche Jordan Tour, tour operator di Cracovia, organizza percorsi turistici nella regione «Abbiamo due hotel in pieno centro a Cracovia e organizziamo tour legati al turismo religioso, ma anche a quello culturale e d'arte» spiega Joanna Ciuchta, business travel manager del gruppo.

Dal 4 al 22 settembre  
evento sportivo  
internazionale

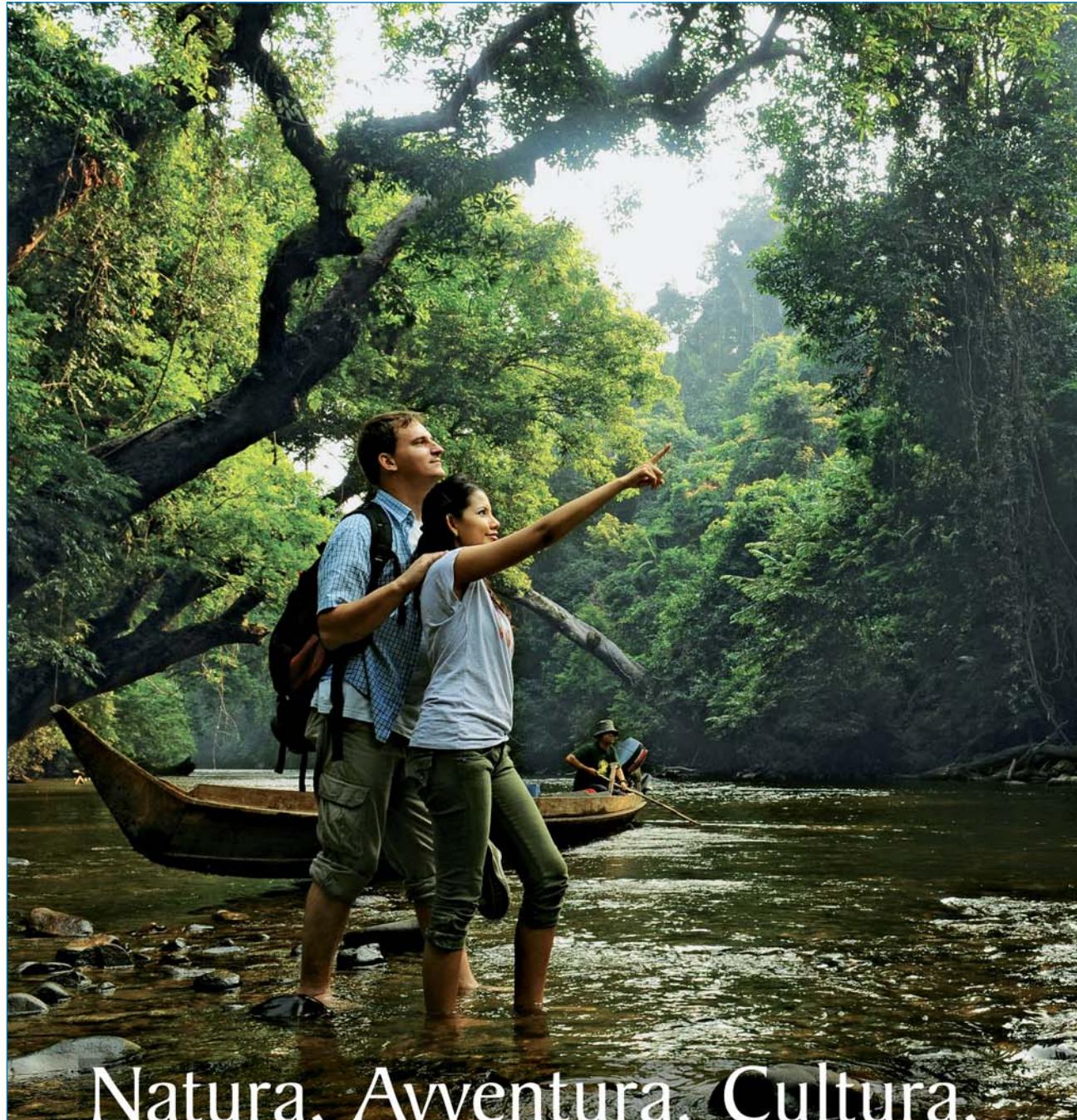
**La Slovenia  
in pista  
con  
Eurobasket**



Gorazd Skrt

di CINZIA BERARDI

**LUBIANA** - Dal 4 al 22 settembre la Slovenia ospiterà per la prima volta il campionato Eurobasket 2013, che coinvolgerà 24 nazioni tra cui l'Italia. Le città in cui verranno disputate le partite sono la capitale Lubiana, Jesenice, Celje e Capodistria: in quest'ultima, sede del girone D, la squadra italiana cercherà di passare il turno contro Finlandia, Grecia, Russia, Svezia e Turchia. «Per la nostra piccola nazione si tratta dell'evento più importante dell'anno - ha dichiarato il direttore per l'Italia dell'ente del turismo sloveno, Gorazd Skrt - su cui contiamo molto per attirare turisti dall'Italia, in assoluto il nostro primo mercato in termini di arrivi internazionali. Sarà l'occasione migliore per abbinare la passione sportiva alla scommessa della Slovenia, dal momento che le città selezionate per le gare costituiscono un'ottima base per esplorare le località più belle della nostra nazione: oltre alle attrattive di Lubiana, si potrà visitare facilmente da Jesenice il parco nazionale del Triglav, approfittare delle partite dell'Italia a Capodistria per trascorrere qualche giorno al mare oppure scoprire la città vecchia e il castello in occasione del soggiorno a Celje». Come adv ufficiale di Eurobasket 2013 è stata scelta Palma ([www.palma-travel.eu](http://www.palma-travel.eu)), che ha messo a punto a partire da 160 euro le proposte Fun Package e Top Package (rispettivamente da tre notti + due partite, e da sette notti + cinque partite), che si differenziano per la categoria degli hotel e dei biglietti d'ingresso agli incontri.



**TOURISM  
MALAYSIA**  
Italia

Ente del Turismo della Malesia  
Via Privata della Passarella, 4 20122 Milano  
tel. +39 02 796702  
[info@turismomalesia.it](mailto:info@turismomalesia.it) [www.turismomalesia.it](http://www.turismomalesia.it)

**TurismoMalesia**

Noi siamo il relax



Noi siamo l'allegra



Noi siamo l'Egitto



Ciao,  
e così sono in vacanza. Davvero in vacanza. Siamo saliti tutti insieme su un aereo, ma è come se fossimo atterrati in tanti posti diversi. Solo ora riesco a trovare un po' di tempo per me tra un'attività con la famiglia e l'altra. Ora, mentre loro corrono in giro, io mi rilasso. Mentre loro giocano e ridono, io me ne sto tranquilla. Finalmente riesco a leggere un libro che non parla di un peloso orsacchiotto blu, e mi piace tantissimo. Da una mamma egiziana, alle mamme del resto del mondo, Sharm el Sheikh vi sta aspettando.  
Dalia

Ci vediamo a  
**SHARM EL SHEIKH**  
[www.egypt.travel](http://www.egypt.travel)

**egitto**  
L'inizio di tutte le storie.  
Anche la tua.

## Mondo

L'iniziativa sarà inaugurata il prossimo settembre. Il Belpaese rappresenta solo il decimo mercato internazionale

# Al via l'Anno del turismo incrociato: la Russia conta sugli arrivi dall'Italia

testi di ALBERTO CASPANI

MOSCA - Il biennio 2013/2014 potrebbe rappresentare un punto di svolta cruciale nei rapporti fra Italia e Russia. Proclamato "Anno del turismo incrociato" durante l'ultimo Mitt di Mosca, prenderà avvio dal prossimo settembre, benché già da tempo si stia lavorando per valorizzare al meglio le risorse dei due Paesi. La sproporzione in termini di arrivi turistici è ancora evidente: da una parte i visitatori russi sono in costante crescita, 794 mila nel 2012 contro i 743 mila del 2011, l'8% in più (ma il turismo d'affari, con circa 17 mila 300 arrivi, è sceso del 19%). Oro colato in tempo di crisi, se si considera che il turista russo non si limita a spendere molto (1 miliardo di euro il giro d'affari nel 2012 in Italia, con spesa media giornaliera di circa 200 euro) e a trattenersi nel Belpaese (siamo l'ottavo mercato alle spalle di Turchia, Egitto, Cina, Thailandia, Spagna, Germania e Grecia), ma addirittura a stabilizzarsi: stando allo studio del quotidiano RbK, persino la maggior parte dei 19 membri del Consiglio della Federazione ha scelto di comprare immobili in Italia, a



fronte di un 70% di turisti conquistati dalle città d'arte e dallo shopping, cui si contrappone un 30% più legato alla montagna. Non a caso Andrea Babbi, direttore di Enit, è convinto che già entro il 2015 i russi in Italia possano raggiungere il milione e mezzo, visto che i primi dati del 2013 registrano una crescita attorno al 30%. Tanta passione non viene però corrisposta: i dati di Rosstat attestano un ripiegamento degli arrivi italiani sul fronte leisure (-5% nel 2012, per 118 mila unità), nonostante il notevole balzo in avanti nel turismo d'affari

**“L'Italia, come molti altri Paesi europei, paga il problema legato ai visti”**

Alexandr Radkov

### "Beyond the headlines"

MOSCA - Che la Russia intenda farsi conoscere meglio è apparso chiaro anche dall'ultima Bit, dove erano intervenute 15 rappresentanze regionali, decise a far allargare i tradizionali circuiti di visita: in primis la regione di Krasnodar, presso cui si terranno le prossime olimpiadi invernali di Sochi 2014, ma anche le verdi regioni meridionali di Lipetsk e del Don (dove s'investiranno nel turismo ben 8 milioni di euro entro il 2018), oltre al lago Bajkal, alla Buriatia mongolica e ai territori artici (qui sono stati recentemente inaugurati due nuovi parchi nazionali, una nella penisola di Onega, uno sulle isole di Novaja Zemlia). «Grazie all'iniziativa internazionale del quotidiano Rossiyskaya Gazeta - conclude Ekaterina Soboleva, rappresentante in Italia del progetto d'informazione Russia beyond the headlines - tutte le novità sulla Russia possono essere seguite da maggio 2010 su RussiaOggi, la quale oltre ad apparire come inserto mensile del quotidiano Repubblica, dispone di un sito per approfondimenti tematici di economia, politica, cultura o turismo ([www.russiaoggi.it](http://www.russiaoggi.it))».



(+15%, per 69 mila 650 unità) che, comunque, ha contribuito a chiudere l'annata in positivo: +2% sulla scorsa stagione, con un totale di 212 mila 414

visitatori. «Troppi poco rispetto agli ottimi legami che i nostri Paesi intrattengono già sul fronte culturale o economico - ha commentato

**794.000**  
Visitatori russi in Italia  
nel 2012 (+8%)

**212.414**  
Turisti italiani in Russia  
nel 2012 (+2%)

**8,24 mln**  
Totale arrivi stranieri in Russia

tato Aleksandr Radkov, capo dell'Agenzia federale russa per il turismo - visto che l'Italia è appena al decimo posto fra i principali generatori di turismo (28 milioni 176 mila gli arrivi complessivi, di cui 8 milioni 239 mila di origine straniera): Paesi dell'Est a parte, per tradizione legati alla Russia, la Finlandia vanta ben 1 milione 375 mila arrivi, quindi la Cina con 978 mila, la Germania con 671 mila, cui seguono a distanza la Turchia con 305 mila e gli Usa con 286 mila arrivi. Ci aspettiamo che l'anno incrociato possa portare l'Italia a superare almeno la Gran Bretagna (231 mila arrivi) e la Francia (225 mila), tenuto conto che l'analogo programma avviato lo scorso anno con la Cina ha portato ad un incremento del turismo del 46%. Purtroppo l'Italia paga, come molti altri Paesi Ue, il problema visti, su cui la Russia è da tempo pronta a rimuovere ogni formalità a fronte di una reciproca apertura dei confini nazionali, ma le divisioni politiche interne all'Ue agiscono come un freno a mano tirato».

di GAIA GALLOTTA

ROMA - Un'estate nel segno delle novità quella presentata da Austria Turismo. In primis il nuovo magazine "Austria Rivista" che si presenta al pubblico con lo slogan "Cogli l'estate", nell'intento di coniugare in un unico contesto suggerimenti e itinerari legati sia a strutture ricettive che attività outdoor. «Il mercato italiano è sempre di fondamentale importanza per l'Austria - spiega Brigitte Wilhelmer, responsabile Centro-Sud per l'Italia - e si posiziona al quinto posto per incoming dopo Germania, Austria, Olanda e Svizzera. Nel 2012 gli italiani sono stati circa 1 milione sessanta mila, con una flessione del 2,5% rispetto al 2011. Promettente si presenta invece la stagione invernale che registra un aumento dell'1,5% di arrivi per un totale di 11,3 milioni». L'Austria mantiene una tendenza positiva sul mercato italiano grazie alla vicinanza geografica e all'offerta naturalistica e culturale.

Testimonial d'eccezione della campagna di comunicazione di Austria turismo per il 2013, Michael Konsel, ex calciatore austriaco, ex portiere della Roma calcio.

## Da maggio 2013 vola a Parigi !

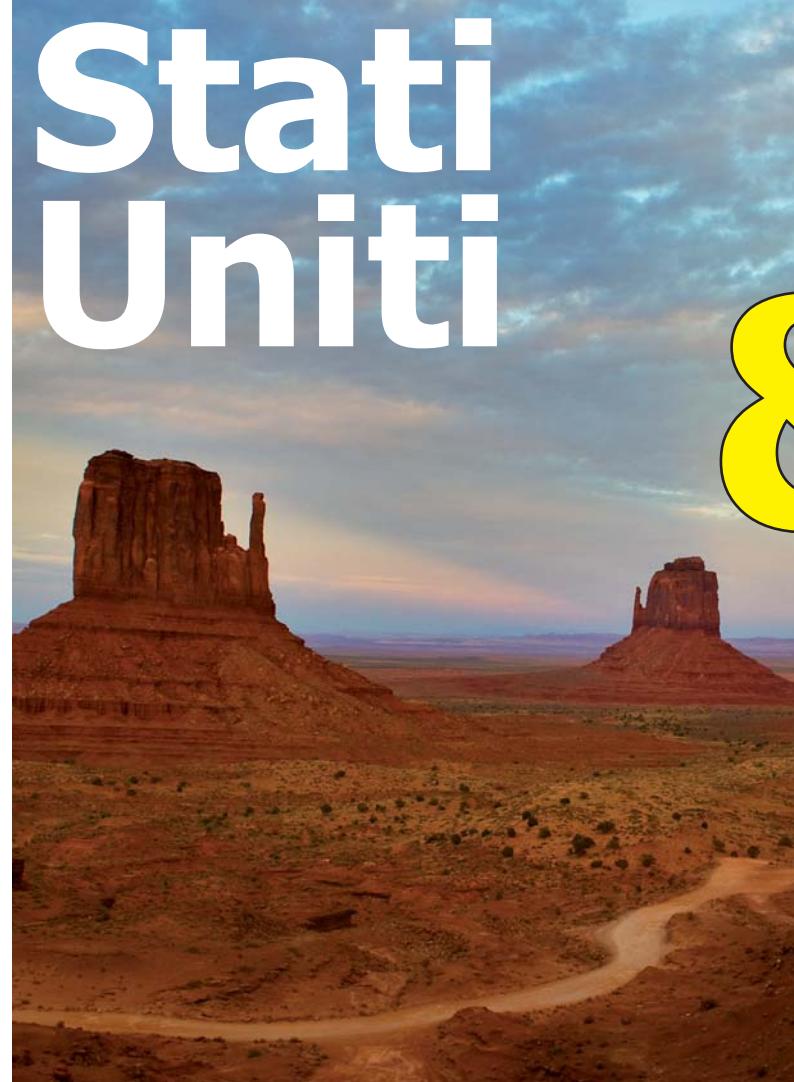
Catania  
Palermo  
Venezia  
→ Parigi

Per info e tariffe: Mail Desk Agenzie di Viaggi  
[operations@globacons.com](mailto:operations@globacons.com)  
GCDM - Agente Generale per l'Italia



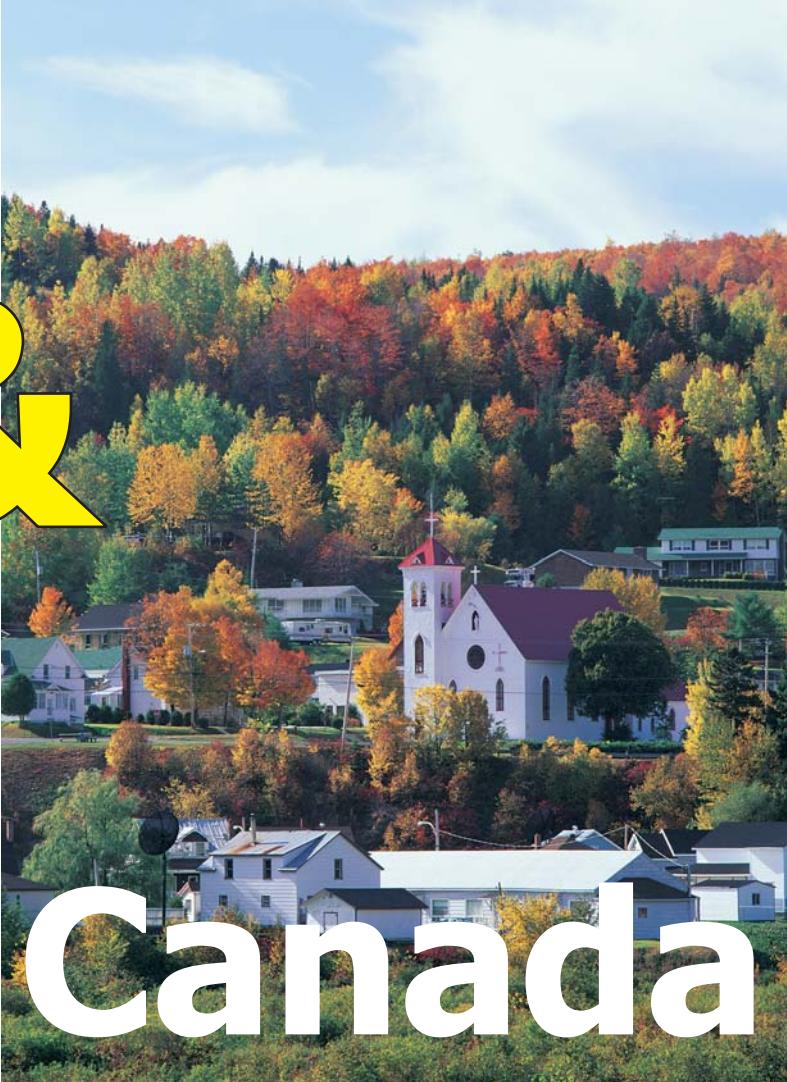
# SPECIALE

a cura della redazione



# Stati Uniti

&



# Canada



Specialisti per Passione.



AMERICA DEL NORD  
E CARAIBI?  
CHIEDI AGLI SPECIALISTI

Scopri tutti gli itinerari  
su [www.qualitygroup.it](http://www.qualitygroup.it)

Seguici su



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



## Speciale Stati Uniti e Canada

# UN'OFFERTA SEMPRE ATTUALE

### STATI UNITI

Il Nord America resta una delle destinazioni più amate dagli italiani e, fra Usa, Canada e Messico, il primato spetta agli Stati Uniti. «Dai più recenti commenti dei to raccolti in Bmt - dice Massimo Loquenzi, rappresentante in Italia della Us Travel Association - l'andamento sembra in lieve ripresa rispetto al 2012 che, mancando solo le cifre relative a dicembre, si dovrebbe attestare poco sopra gli 800 mila passeg-



**“La stagione estiva sarà caratterizzata da un andamento positivo”**

Sandro Saccoccio

geri, con un calo del 6% circa rispetto al 2011. Non ci possiamo lamentare: erano due anni di seguito che si incrementava per cui, vista la situazione, c'era da aspettarsi uno stop. Per invertire l'andamento e combattere la crisi ci vorrà comunque tempo. Ricordiamoci però che gli Usa non sono una destinazione da turismo di massa, la fascia di consumo più colpita dalla crisi».

Sandro Saccoccio, presidente dell'associazione Visit Usa in Italia, conferma: «Il primo trimestre del 2013 è simile a quello del 2012, anche se in marzo ci sono state molte richieste di preventivi, soprattutto per viaggi di nozze con un livello di spesa molto alto». Prosegue Loquenzi: «Non abbiamo dati più precisi al momento, ma dalla "brochure analysis" che stiamo conducendo per i nostri clienti prima dell'International PowWow (8/11 giugno, Las Vegas), l'offerta è la medesima e collaudata: escorted tour, fly & drive, le città, qualche fly & train e fly & ride con Eagle Rider... forse un po' di Sud in più, con Louisiana e Georgia».

«Sono certo che la stagione estiva sarà caratterizzata da un buon andamento - prosegue Saccoccio -, anche grazie agli adv italiani che sempre di più consi-

giano la destinazione, consapevoli del fatto che si tratta di un viaggio unico e sicuro». La promozione? «Aspettiamo che arrivi in Italia l'organismo preposto, Brand Usa, che detiene le risorse necessarie per affrontare una campagna mirata. Visit Usa sta facendo il massimo con le risorse disponibili».

Una mini classifica delle mete vede al primo posto sempre New York, mentre buono il trend della California in particolare San Francisco, con la Coppa America in arrivo e alcune altre iniziative.

### CANADA

Se il Canada in generale ha accusato un piccolo calo di arrivi in questo inizio 2013, soprattutto dai mercati considerati top (Usa, Uk, Giappone) con una media di -1,3% in febbraio, l'Italia ha mandato nei primi due mesi dell'anno 7 mila 32 passeggeri per un incremento dell'8,8%. «To-

ronto resta una delle mete preferite dagli italiani - spiega Angela Marini managing director Toronto tourism Italia -, anche grazie alle azioni commerciali di Air Canada e Air Transat, unitamente alla stretta collaborazione con i to specializzati. Toronto non è più vissuta come hub per i tour in Canada ma come meta a se stante, con i pernottamenti che si allungano a 2 o 3 notti. La città viene proposta per short break nel segno dello shopping e della cultura. Ci aspettiamo un'estate positiva, per la quale azzardiamo un +5%». Toronto rappresenta per molti player una proposta valida e alternativa alle classiche New York, Londra o Philadelphia per l'intensa vita culturale, le tolleranza e apertura sociale, la vastissima offerta per lo shopping, l'ampia gamma di proposte gastronomiche e ancora, hotel di ogni ordine e grado e Spa avveniristiche. «Ci auguriamo che presto si possa avere un collegamento aereo diretto annuale».

Per il Turismo del Quebec, altra meta cara al pubblico italiano, Yvonne Simard di Destination Québec, spiega: «Le ultime statistiche hanno rilevato un leggero calo negli arrivi (-9%): è il risultato della decrescita dei visitatori dal Belpaese (includendo il 50% degli



**“Toronto resta una delle mete preferite dagli italiani, anche grazie ai voli”**

Angela Marini

ingressi dall'hub di Toronto) registrata nei primi 10 mesi del 2012, ma possiamo ben sperare nella stagione estiva: il 57% degli italiani viaggia in Québec tra luglio e settembre. A riguardo cito il più recente restyling dell'immagine, con Bonjour Québec, diventato QuébecOriginal, che racconta di un luogo autentico e creativo, legato alla natura, attraverso un linguaggio che invita alla scoperta del Paese in tutte e 4 le stagioni dell'anno. Sicuramente la possibilità per gli italiani di vacanze più lunghe in estate e i voli diretti stagionali di Air Canada e Air Transat riconfermeranno il picco estivo di arrivi dall'Italia».



Le cascate del Niagara



**Globy:  
massimale  
illimitato per  
destinazioni  
USA e  
CANADA!**

### How can we help?

Scopri **Globy Rosso**, la polizza che offre assistenza sanitaria e spese mediche con **massimale illimitato** per USA e Canada, senza franchigie né limiti di età, a breve ancora più conveniente con la **nuova tariffa 16 giorni**.

**Globy** è una gamma completa di prodotti assicurativi viaggio, per far partire sempre i tuoi clienti sicuri, sereni e protetti, 24 ore su 24, in tutto il mondo.

**Globy** è un prodotto di **Allianz Global Assistance**, leader mondiale nell'assistenza, nell'assicurazione viaggi e nei servizi alla persona.

Scopri di più su [www.globy.it](http://www.globy.it) o contattaci su [info@globy.it](mailto:info@globy.it)

Seguici su @AllianzAssistIT

**Global Assistance**

**Allianz**

## Speciale Stati Uniti e Canada

### REIMATOURS



#### L'operatore

TELEFONO BOOKING:  
06-5297146  
E-MAIL:  
REIMATOURS@  
REIMATOURS.IT



**Prodotto di punta**  
I fly & drive personalizzati.

#### Qual è l'andamento delle prenotazioni?

«Al momento siamo in linea con quelle dello scorso anno, anche se abbiamo notato un rallentamento nell'ultimo periodo - racconta Luca Cesaretti, product manager Reimatours -. Vista la situazione economica, l'obiettivo per quest'anno è di consolidare la nostra posizione, mantenendo gli stessi risultati del 2012».

#### La novità di prodotto?

«Abbiamo due nuove destinazioni: Antigua ed Aruba; una nuova sezione Usa dedicata al soggiorno nei ranch con possibilità di vivere l'emozione del far west in sella ad un cavallo, come un vero cowboy; alcuni nuovi tour con accompagnatore tra Stati Uniti, Canada e Messico. Ad esempio l'itinerario "The Big Apple", 5 giorni alla scoperta di New York con guida al seguito; oppure il tour con accompagnatore "Cocktail d'acero a stelle e Strisce", un viaggio tra Canada e Stati Uniti orientali,

#### Far West

Soggiorni da veri cow boy nei ranch

#### Alaska

Nuovo tour con accompagnatore

con partenza da Montreal e arrivo a New York. E ancora l'"American Music" con partenza da Chicago e termine a New Orleans: un itinerario incentrato sulla scoperta delle radici della musica blues, country e jazz, da Nashville a Memphis. Altra importante novità, per la prima volta pubblichiamo il tour Alaska Wonder, con accompagnatore italiano: un itinerario completo e modulabile a seconda del budget e del tempo a disposizione del cliente. Da 15, a 11 fino a cinque giorni di viaggio».

#### Il plus

Estrema flessibilità e soluzioni personalizzate per ogni cliente al fine di soddisfare le singole aspettative.

#### Oltre 100

Tour e  
fly & drive

#### 116

Pagine del  
nuovo catalogo

### AMERICAWORLD



#### Prodotto di punta

Il fly & drive negli Stati Uniti. È indispensabile saper confezionare in modo rapido, preciso e soprattutto con grande competenza e conoscenza della destinazione la giusta soluzione per il viaggiatore.

del cliente. La competenza e la disponibilità del nostro booking dedicato esclusivamente alla destinazione Stati Uniti fanno poi la differenza».

#### La novità di prodotto?

«Le prenotazioni sono in aumento del 18% - commenta il responsabile di prodotto Stati Uniti di AmericaWorld, Damien Tamburo -, grazie al fatto che il nostro nuovo sistema informatico Aladyn, dal 18 febbraio 2013 disponibile per le agenzie, ha aumentato la nostra capacità produttiva migliorando tempi di risposta e quantità di preventivi che ogni giorno produciamo. Il nuovo sistema informatico di dynamic packaging ci permette di progettare e disegnare i viaggi insieme alle agenzie condividendo la reale esigenza

#### Il plus

Il sistema di dynamic packaging per agenzie di viaggio "Aladyn"; la competenza e la disponibilità del booking dedicato esclusivamente alla destinazione Stati Uniti.

# GLAMOUR WEST

## PARTENZE DI GRUPPO 12 & 19 AGOSTO

### 12 NOTTI TOUR CON GUIDA ESCLUSIVO IN ITALIANO

### voli inclusi!

### CONFERME IMMEDIATE POSTI GARANTITI

**doppia 3050** per persona

**tripla 2840** per persona

**quadrupla 2760** per persona

**bambini (8-18 anni) 2160** in camera con 2 adulti

La quota non comprende: tasse aeroportuali € 467 pp, Q.I. /Ass.Med.Bag € 70 pp.

OFFERTA DEL 2 MAGGIO 13

COMMISSIONE D'USO

Partenze da Roma Milano Firenze Venezia

[www.glamourviaggi.it](http://www.glamourviaggi.it) [preventivi@glamourviaggi.it](mailto:preventivi@glamourviaggi.it)

tailor made tour operating

11

# Speciale Stati Uniti e Canada

## AIR TRANSAT



### La compagnia

TELEFONO BOOKING:  
06-59606512  
E-MAIL:  
AIRTRANSAT@REPHOUSE.IT  
AIRTRANSAT.GRUPPI@  
REPHOUSE.IT



### Prodotto di punta

Roma-Toronto, volo diretto, operato tutti i giorni della settimana (escluso il giovedì).

#### Qual è l'andamento del booking?

«Direi buono considerando il momento economico che stiamo vivendo - sostiene Tiziana Della Serra, sales & marketing director di Air Transat per Italia, Slovenia e Croazia -. Anche quest'anno confermiamo i collegamenti operati da Roma, Venezia e Lamezia Terme per Montréal e Toronto: durante questi primi mesi dell'anno abbiamo notato che anche per destinazioni long haul la "finestra" di prenotazione è sempre più sottodata».

#### La novità di prodotto ?

«Prosegue il rinnovo delle cabine e sono stati riconfigurati già 12 aeromobili, di cui sei Airbus A310 e sei A330: tutti dispongono di 12 posti di Club Class. Grazie al nuovo sistema di illuminazione interna delle cabine che riproducono le variazioni della luce del giorno si minimizzano gli effetti del fuso orario e i

### 5%

Commissione agenti di viaggio

### Load factor

Incoraggiante sui primi voli

### Il plus

Il 5% di commissione alle adv; voli point-to-point; tariffe competitive; totale combinabilità senza restrizioni delle classi e delle tariffe; nominata migliore compagnia al mondo per viaggi e vacanze nel 2012.

## GLAMOUR VIAGGI



### L'operatore

TELEFONO BOOKING:  
058432991  
E-MAIL:  
PREVENTIVI@  
GLAMOURVIAGGI.IT



#### L'andamento delle prenotazioni?

«Dopo un primo trimestre 2013 in leggero calo rispetto ad un entusiasmante inizio 2012 - afferma Luca Buonpensiere, titolare Glamour Viaggi - abbiamo chiuso un aprile in forte ripresa re-allineandoci al trend di crescita positivo dello scorso anno, chiuso con un aumento delle prenotazioni del 18%. Il Nord America è una destinazione che non risente particolarmente della crisi, perfetta per qualsiasi tipo di viaggio e viaggiatore sia come destinazione "unica" che come fondamentale tappa per viaggi di maggior du-

### Prodotto di punta

Le città dell'Est ed i Grandi Parchi del West Usa. Abbiamo programmi in grado di soddisfare qualsiasi tipo di viaggiatore: dagli itinerari esclusivi in auto o treno e bus di linea ai tour in bus con guida parlante italiano e partenze a date fisse.

rata, con estensioni nell'area Caraibica ed oceano Pacifico o i nostri "Giro del mondo".

#### La novità di prodotto?

«Nell'ampia programmazione estiva del catalogo 2013 abbiamo dato risalto alle nostre partenze "garantite" con voli dai principali scali italiani da nostro allottement ed alcune novità come "fly & drive" che prevedono soggiorni in ranch o itinerari in treno (fly & train) in Canada ed Alasca».

### Canada

In crescita le richieste nei primi mesi 2013

### Cinque

Nuovi sales sul territorio

### Il plus

Lavoriamo con entusiasmo e professionalità offrendo sempre qualcosa di nuovo e "glamour" al mercato; standard dei servizi sempre di livello elevato, evasione di qualsiasi richiesta nell'arco delle 24 ore.



## La California che non ti aspetti: SAN ANSELMO INN.

16 camere e suites  
colazione e parcheggio  
uso gratuito di bici e tavole da surf.

A pochi minuti d'auto da San Francisco.

Ideale per gite ed escursioni a:  
Napa e Sonoma  
Bodega Bay  
Mendocino  
Berkeley  
Carmel & Monterey  
Yosemite

**PRENOTABILE ON LINE !**

[sananselmoinn.com](http://sananselmoinn.com)

in Italia UsaBound tel. 045 - 830 3002

## Speciale Stati Uniti e Canada

### AIR CANADA



#### L'operatore

TELEFONO BOOKING:  
06-83514 955  
E-MAIL:  
AIRCANAAGR@  
AIRCANADA.CA



#### Qual è l'andamento del booking?

«Al momento registriamo un late booking market in Italia ed in Europa in genere, e prevediamo continui nello stesso modo anche per i prossimi mesi - dichiara Umberto Solimeno, direttore per l'Italia di Air Canada -. Per fortuna sul Nord Atlantico continua ad essere sostenuata la crescita rispetto allo scorso anno, ma ovviamente il mercato Italiano risponde a tre settimane medie dalla partenza».

#### La novità di prodotto?

«Sicuramente l'introduzione della nuova rotta da Venezia a Toronto operata con tre collegamenti settimanali effettuati con Boeing B767; oltre all'introduzione graduale su tutta la flotta di una classe intermedia tra la business e l'economy chiamata Premium Economy. Questa nuova classe si distingue per una serie di particolari ameni-

**93-94%**  
Stima load factor  
stagione estiva

**99,9%**  
Regolarità  
dei voli

ties e per il suo estremo comfort ad un prezzo molto competitivo. Schermi adattabili e personalizzati, ampia scelta di programmi e film, menu con firme di grandi chef e tanta cortesia a bordo della nostra imponente flotta. Ricordo poi che il nostro prezzo è finito: tutto è compreso a partire dal posto assegnato, alle bevande e al kit di benvenuto».

#### Il plus

La grande qualità a bordo attestata anche da Skytrax che ci ha premiato con le 4 stelle (unica compagnia del Nord America) e per essere stata votata migliore compagnia aerea per 3 anni consecutivi anche quest'anno.

### ALLIANZ GLOBAL ASSISTANCE



#### L'operatore

TELEFONO BOOKING:  
02-23695.1  
E-MAIL:  
INFO@  
ALLIANZ-ASSISTANCE.IT



#### Qual è l'andamento delle prenotazioni?

«Il mercato dei viaggi è in forte contrazione, si parla di una flessione del 14% delle partenze nel periodo pasquale e dell'11,3% durante i punti - spiega Renato Avagliano, direttore commerciale di Allianz Global Assistance in Italia -. La crisi sta cambiando le abitudini degli italiani: prima si facevano più viaggi, oggi si concentra tutto in un'unica vacanza estiva. Attendiamo dunque una maggiore risposta del mercato nel periodo di alta stagione».

**La novità di prodotto?**  
Per rispondere alle nuove esigenze di viaggio, Allianz

#### Il plus

**127 mln €**  
Fatturato 2011  
della compagnia

**200.000**  
Casi gestiti  
nel 2012

#### Il plus

L'alta professionalità e la qualità dei servizi che garantiamo. Con oltre 12.100 dipendenti, che lavorano nelle centrali operative dei cinque continenti, gestiamo ogni situazione tempestivamente.

#### Prodotto di punta

Globy Rosso Assistenza e Spese Mediche, che offre massimale spese mediche illimitato per Usa e Canada, nessuna franchigia né limiti di età e inclusione delle malattie preesistenti e croniche.

Global Assistance ha lanciato quattro nuovi prodotti dedicati alle agenzie. Globy Rosso 16 giorni, che arricchisce con una tariffa dedicata ai viaggi di due settimane una delle polizie di assistenza sanitaria più complete sul mercato, senza franchigie o limiti di età e con un massimale illimitato per il rimborso delle spese mediche in Usa e Canada. Tra le maggiori novità anche Globy Europa Weekend, un prodotto per vacanze brevi in Europa, Globy Young, dedicato ai giovani sotto i 30 anni anche per viaggi di lunga durata e Globy Visti per i paesi dove l'assicurazione e assistenza viaggio è obbligatoria per l'ottenimento del visto. Infine la nuova MytravelApp, l'unica app con la quale è possibile inviare direttamente dallo smartphone la richiesta di assistenza alla Centrale Operativa».

## Alaska 2013

Tour esclusivo in minibus con guida parlante italiano  
12 partecipanti  
Quota a persona da € 3415,00

ITINERARIO "A+B" di 14 notti

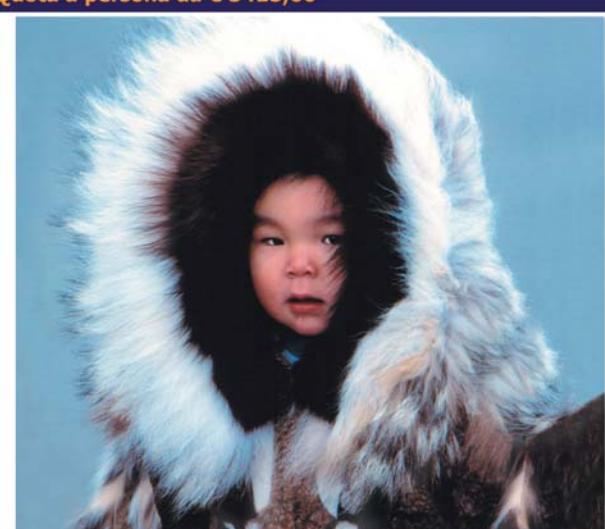
20 Luglio o 03 Agosto

- Anchorage
- Denali
- Denali
- Fairbanks
- Fairbanks
- Glennallen
- Valdez
- Seward
- Crociera Kenai Fjords
- Girdwood
- Anchorage
- Juneau Glacier Bay
- Glacier Bay
- Anchorage

ITINERARIO "A" di 11 notti

20 Luglio o 03 Agosto

- Anchorage
- Denali
- Denali
- Fairbanks
- Fairbanks
- Glennallen
- Valdez
- Seward
- Crociera Kenai Fjords
- Girdwood
- Anchorage



**tecnitravel**  
esperienza america



CORSO ITALIA, 8 - 20122 MILANO - TEL 02 805 3903 - FAX 02 869 3351  
reservations@tecnitravel.it - www.tecnitravel.it



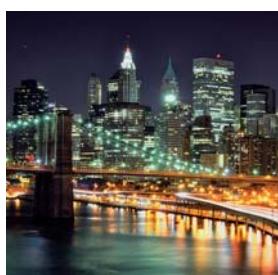
**STATI UNITI - VOLI SPECIALI CANADA  
CANADA & ALASKA  
CROCIERE CARAIBI - ANTIGUA  
BAHAMAS - MESSICO - ARUBA - HAWAII  
POLINESIA - REPUBBLICA DOMINICANA  
ISOLE FIJI - SEYCHELLES**

**REIMA Tours**

Tel 06/5297146 r.a. - Fax 06/5297170  
e-mail: reimatours@reimatours.it  
web-site: www.reimatours.it

# Speciale Stati Uniti e Canada

## USABOUND



### L'operatore

TELEFONO BOOKING:  
045-8303002  
E-MAIL:  
INFO@USABOUND.COM



### Appartamenti

Insieme ai residence  
in un catalogo tematico

### New York

Destinazione  
più richiesta

#### Qual è l'andamento delle prenotazioni?

«Il primo trimestre 2013 è partito molto bene. Successivamente, dalla metà di marzo e a seguire, si è accusato un certo rallentamento – spiega Benedetto Cico, titolare di Usabound -. New York si conferma ancora una volta come la destinazione maggiormente richiesta, seguita come sempre da Miami Beach e dai viaggi che hanno per meta' la California con l'aggiunta dei parchi nazionali degli stati vicini (Bryce, Zion, Gran Canyon, Monument Valley, Antelope, Arches...)».

#### La novità di prodotto?

«Stiamo per presentare al pubblico un catalogo tematico che racchiude una serie di proposte dedicate ad appartamenti e residence situati a New York. Le offerte sono suddivise per varie categorie e seconda dei quartieri di ubicazione. Questo catalogo confermerà ancora una volta la nostra leader-

#### Prodotto di punta

Al momento la maggior richiesta riguarda gli appartamenti situati a New York, un'alternativa intelligente e non dispendiosa per godersi la "Big Apple". Ma risuona grande interesse anche il San Anselmo Inn, piccolo lodge dall'anima italiana situato nel cuore della Northern California, di cui siamo agenti esclusivi per l'Italia.

ship di mercato per questa tipologia di prodotto».

#### Il plus

Presenza diretta negli Stati Uniti con personale italiano a NY e in California; conoscenza di prodotto e destinazione, costante aggiornamento sul territorio e assistenza "italiana".

## TECNITRAVEL



### L'operatore

TELEFONO BOOKING:  
02-8053903  
E-MAIL:  
RESERVATIONS@  
TECNITRAVEL.IT



#### Qual è l'andamento delle prenotazioni?

«Il trend è regolare – dichiara Ilaria Cassano, product manager di Tecnitravel -: al momento non si sono ancora rilevate flessioni rispetto alla domanda dello scorso anno».

#### La novità del prodotto?

«La principale novità di quest'anno riguarda l'Alaska. Il tour – due partenze – è l'unico che propone accompagnatore parlante la lingua italiana. Nessun altro viaggio, verso quello Stato, può vantare una simile opportunità. L'Alaska è destinazione non facile da visi-

#### Prodotto di punta

Gli Stati Uniti, destinazione che caratterizza dalle origini la nostra attività primaria, continua a riscuotere grande interesse. I risultati si sono dimostrati più che soddisfacenti.

tare per chi vi si inoltra senza una pre-conoscenza del luogo e della dislocazione delle cose più interessanti da vedere. L'immenso territorio, la sua formazione orografica così complessa, impone - per il visitatore non superficiale – la presenza di un accompagnatore esperto e conoscitore dei luoghi e delle loro peculiari attrattive».

#### Il plus

**Alaska Wonders**  
Due tour combinabili,  
accompagnatore italiano

**Booking**  
In linea con  
l'andamento 2012

#### Il plus

Il catalogo Stati Uniti e Alaska offre una ricca varietà di proposte intese a sollecitare l'interesse sia del turista di primo approccio che del viaggiatore "navigato".

# ITALIA > CANADA SOLO VOLI NO STOP

**ROMA > TORONTO**  
A PARTIRE DA  
**€545\***

**ROMA > MONTREAL**  
A PARTIRE DA  
**€595\***

**VENEZIA > TORONTO**  
A PARTIRE DA  
**€595\***

**VENEZIA > MONTREAL**  
A PARTIRE DA  
**€645\***

**LAMEZIA > TORONTO**  
A PARTIRE DA  
**€595\***

Per prenotazioni e informazioni: [airtransat@rephouse.it](mailto:airtransat@rephouse.it)  
Per quotazioni gruppi: [airtransat.gruppi@rephouse.it](mailto:airtransat.gruppi@rephouse.it)

T. 06 59606512 | F. 06 59637378

\*a/r. Tasse aeroportuali incluse. Soggetta a disponibilità al momento della prenotazione.

Air transat



MIGLIOR COMPAGNIA AEREA DEL  
MONDO PER I VIAGGI VACANZE

COMMISSIONE  
BSP 5%

# Speciale Stati Uniti e Canada

## PER SAPERNE DI PIU'...

**A**nche quest'anno «il Canada si conferma meta di grande interesse per la clientela italiana, con un 10% di prenotato in più rispetto allo scorso anno - spiega il responsabile di prodotto di **Il Diamante**, Claudia Bomben -. Il catalogo Canada quest'anno si presenta con una nuova veste grafica, ma soprattutto con l'introduzione di numerosi itinerari individuali con guida privata e di una serie di pacchetti creati per l'avvistamento degli orsi. Non mancano le partenze garantite con guida parlante italiana e un'ampia scelta di tour con auto a noleggio».

**I**l numero dei passeggeri «è in linea con l'anno scorso, mentre il fatturato è in leggera flessione, dovuta al minore potere d'acquisto della clientela italiana» commenta il contracting manager North America di **Viaggidea**, Consuelo Cerri -. Fra le novità, il nuovo itinerario per nostri tour Voyager negli Stati Uniti, il Voyager The Parks. Si tratta di un tour di 15 notti con solo due partenze, il 5 e il 12 agosto, che consentirà di visitare tutti i parchi nazionali più belli dell'Ovest americano. Partendo da Las Vegas si visiterà il Bryce Canyon, passando da Zion Park e raggiungendo la località di Moab dove sono previsti due pernottamenti e da dove si potranno visitare il parco di Capitol Reef e Arches. Si prosegue quindi verso lo stato del Wyoming per visitare uno dei parchi più famosi, lo Yellowstone per poi proseguire per Denver e Durango da dove si potrà visitare il sito archeologico di Mesa Verde. Non mancano la Monument Valley e il Grand Canyon. Si termina quindi a Las Vegas».

**D**ue i cataloghi: «"Stati Uniti Baja California" e "Canada Alaska" - spiega Barbara Paganoni, tour

operator manager di **Hotelplan Italia** - Prima new entry per gli Stati Uniti, "Il vecchio West", itinerario in esclusiva con guida parlante italiano e partenza unica il 17 agosto, cui si affiancano, tra gli altri, 3 proposte inedite per la Louisiana con guida parlante italiano e partenze a date fisse ed "Easy rider, the movie tour" tour di gruppo, con accompagnatore in Harley Davidson. In Canada, due itinerari in esclusiva con accompagnatore dall'Italia: "Fascino dell'Est" (10 giorni/8 notti) con partenza il 4 agosto e "I tesori dell'est canadese" (13 giorni/11 notti) in partenza il 15 agosto. Per quanto riguarda l'andamento delle prenotazioni, si attesta sui livelli dello scorso anno».

**L**'estate si presenta in ritardo rispetto all'anno scorso. «A parte i viaggi di nozze - spiega Luca Manchi, titolare di **Karisma TravelNet** - anche gli States stanno diventando un prodotto che si prenota sempre più sotto data. Prevediamo un anno discreto e forse anche un piccolo aumento se l'andamento del prenotato rispetta i primi quattro mesi già consolidati. Confidiamo nelle agenzie e nel nostro prodotto tour in italiano, che appare nella sezione dedicata agli Usa ([www.travelnet.it/statouniti/](http://www.travelnet.it/statouniti/)) sul nostro sito rinnovato e consultabile da tutti, ma prenotabile solo da adv. L'ingresso in Visit Usa ci rafforza per una sempre maggior specializzazione».

**L**'andamento delle prenotazioni «è positivo - dice Laura Piras, direttore qualità, marketing & comunicazione di **Acentro Turismo** - . Nella programmazione nulla è lasciato al caso, tutto viene sempre curato nei dettagli; inoltre la partenza e la durata del soggiorno vengono scelti dal cliente senza vincoli, così come la certezza di poter gio-

care a golf nei giorni e alle ore desiderati. Qualità, affidabilità, prezzi competitivi e vacanza serena sono le migliori motivazioni per la scelta del nostro prodotto. A Miami per esempio proponiamo il Biltmore Hotel: 257 camere con vedute su Miami Downtown situate a soli 10 chilometri da Miami Beach, nel quartiere di Coral Gables. A disposizione una piscina all'aperto, 10 campi da tennis, il campo da golf da 18 buche e la spa: prezzo per persona da 875 euro».

**S**ugli Stati Uniti, commenta Maurizio Casabianca, direttore commerciale di **Naar**, «si registra un segno positivo, anche se di poco rispetto all'anno scorso. La tendenza vede in calo i viaggi di gruppo e in aumento i viaggi su misura, anche se fra i tour di gruppo stanno avendo buon successo e sono in netta crescita i tour brevi. Per quanto riguarda il Canada c'è una leggera flessione complessiva, anche qui più marcata se si considerano solo i viaggi di gruppo». Negli Stati Uniti «vantiamo almeno una decina di proposte sia escorted che self drive alla scoperta degli Stati del Sud» aggiunge il brand manager, Lucia Alessi.

**L**'andamento delle prenotazioni per **Giver** è positivo rispetto al 2012, anche se «il Canada deve ancora ritornare ai fasti di un tempo - dichiara Andrea Carraro, direttore marketing di **Giver** -. Ci premiamo la serietà e la competenza che poniamo nel preparare un prodotto a cui teniamo molto e che cerchiamo sempre di far conoscere anche grazie alla costante collaborazione con enti del turismo come Bonjour Québec e vettori come Air Canada. Le novità del 2013 sono il tour con accompagnatore di 11 giorni, Montreal, Québec e la rotta dei fari e un tour in Alaska di 10 giorni».

**N**el primo bimestre del 2013 «abbiamo notato un leggero calo nelle richieste sulla destinazione, che attualmente sta riprendendo - racconta Cinzia Terrizzi, product manager Stati Uniti & Canada per **Auratours** -. Sul catalogo la novità è rappresentata dai tour Meraviglioso Quebec; Fantastico Quebec; Fantastico Ovest, quest'ultimo un must della programmazione, che da quest'anno offre due notti di pre tour alla ricerca dei fossili di dinosauro nella zona di Drumheller».

**G**li Stati Uniti si confermano «destinazione numero uno per **Kuoni Italia** - afferma Sergio Agro, market manager Nord America del to -: il flusso di turisti che si recano dall'Italia negli Usa è stabile. L'andamento per Kuoni è in linea con l'anno scorso. Molte le novità 2013/14: "New York insieme": soggiorno con accompagnatore locale parlante italiano, ideale per famiglie, terza età e single. Crociere Royal Caribbean, che ampliano le nostre proposte relative alle crociere. "Canyons & parks panorama" e "Western panorama": due nuovi tour dell'Ovest con guida in lingua italiana, e quote decisamente accessibili».

**I**ngresso negli Stati Uniti, uscita in Canada o viceversa: «è la prima novità di **Chiariva** che va ad aggiungersi ai tour di gruppo - afferma Lorenza Osolin, responsabile commerciale e marketing di Chiariva -. News anche sul fronte web, con il catalogo "Stati Uniti in jeans" per esigenze di budget limitato, senza rinunciare alla qualità dell'offerta. Da ricordare anche la vasta proposta che consente di abbinare gli Stati Uniti alle crociere in partenza da New York e dirette in Canada, ma anche verso i Caraibi. Al momento avvertiamo un risveglio nelle prenotazioni».

## Cerco offro vendo compro

### RUBRICA DI ANNUNCI ECONOMICI

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

Come? E' sufficiente compilare i campi richiesti nella sezione "Annunci di lavoro" all'indirizzo [www.travelquotidiano.com](http://www.travelquotidiano.com)

**Accompagnatore turistico** con relativo patentino disponibile per accompagnamento gruppi Italia ed estero. Padronanza perfetta lingua inglese e francese. Per comunicazioni e info tel: 389 4293538 Gianfranco Giacomelli oppure gianfranco.giacomelli@yahoo.it

**Cerco lavoro**, anche come consulente, nell'ambito del turismo sostenibile. Ho esperienza in programmazione viaggi su misura, commerciale, addetto stampa, addetto booking e ufficio gruppi. Posso fornire attività di consulenza anche in ambito social media per aziende che vogliono affacciarsi all'ambiente web come canale di promozione. rickycarini@gmail.com

**Pleasure's Travel Tour Operator e Agenzia di Viaggi ricerca**, per ampliamento proprio organico, una figura con comprovata esperienza nel settore turistico da inserire nel proprio reparto booking, programmazione e gestione gruppi. Astenersi privi requisiti, richiesta disponibilità immediata. Inviare il curriculum a [info@pleasurestravel.it](mailto:info@pleasurestravel.it)

**Agente di Viaggio** con esperienza pluriennale, ricerca nuove esperienze soprattutto nel settore commerciale per crescita e ambizione lavorative in Tour Operator o Agenzie Viaggi. Zona Roma e Provincia Cell. 338 6200611 - email [cikala10@hotmail.com](mailto:cikala10@hotmail.com)

**Per Bed and Breakfast e Piccoli Alberghi (max 16 camere) si cercano gestori** titolari con capacità operative superiori alla media, esperienza professionale nel settore, doti di commercializzazione e promozione, abili nell'accoglienza e nell'ospitalità,

sufficientemente innovatori nell'immagine del ricettivo e nelle relazioni con gli ospiti. Le strutture si trovano fuori e dentro le mura di Lucca, sul mare a Viareggio. Non esitate a contattarci per assumere insieme decisioni in merito...la stagione e' praticamente iniziata. [iniziativaturistica@gmail.com](mailto:iniziativaturistica@gmail.com)

**Cerco lavoro come operatore** BT o addetto vendite al banco, 25 anni di esperienza nel settore, ottima conoscenza Amadeus e Sabre oltre al l'emissione di biglietteria web, traghetti e FS, autonoleggio e prenotazione hotel. Residente provincia di Pordenone, disponibile a trasferimenti in regione Friuli e province Treviso e Venezia. Contatto tel. 338 6377338 chiedere di Marcello.

**DIRETTORE TECNICO**, ESPERIENZA VENTENNALE NEL SETTORE TURISTICO A 360 GRADI, DAL TOUR OPERATOR ALL'AGENZIA DETAGLIANTE, CONOSCENZA TUTTE LE BIGLIETTERIE, CRS AMADEUS, ESPERIENZA IN RELAZIONI COMMERCIALI E DI MARKETING, OFFRE CONSULENZA ALLE AGENZIE DI NUOVA APERTURA IN TORINO E PROVINCIA O ALLE AGENZIE CHE DESIDERANO INCREMENTARE O MIGLIORARE PROPRIA ATTIVITA' SU PARTE VENDITA, COMMERCIALE, CONTATTO CON IL PUBBLICO, RELAZIONI CLIENTELA. COMPENSO ADEGUATO AGLI INTERVENTI RICHIESTI. CONTATTARE SIG RUSCELLI, tel. 333 40.16.189. [Claudio.ruscelli@spiaggebianche.com](mailto:Claudio.ruscelli@spiaggebianche.com)

**Travered t.o. in Roma cerca** numero 1 addetto/o al booking anche con minima esperienza, richiesta flessibilità, efficienza e dinamismo. Inviare curriculum per mail a [info@travered.com](mailto:info@travered.com) o chiamare al 335 6691114.

**Cercasi esperta banconista** per vendita di banco, costruzione di pacchetti ad hoc e pacchetti di tour, biglietteria aerea e ferroviaria, sistemi gestionali ed informatici. [sara@dirottadanoit](mailto:sara@dirottadanoit)

**Signora esperta in locazioni** turistiche settimanali cerca struttura (villa, b&b o guesthouse) per

gestione dal booking online, accoglienza e gestione ospiti eventi etc.

Area Amalfi coast o Capri. Tel. 327 6118073.

**Esperienza pluriennale in agenzia** di viaggi come responsabile amministrativo (gestione clienti/fornitori, liquidazione Iva, controllo banche, gestione crediti, gestione BSP/TRENITALIA/COMPAGNIE MARITTIME) cerco lavoro anche part-time a Roma. [rosalba@jialtour.it](mailto:rosalba@jialtour.it)

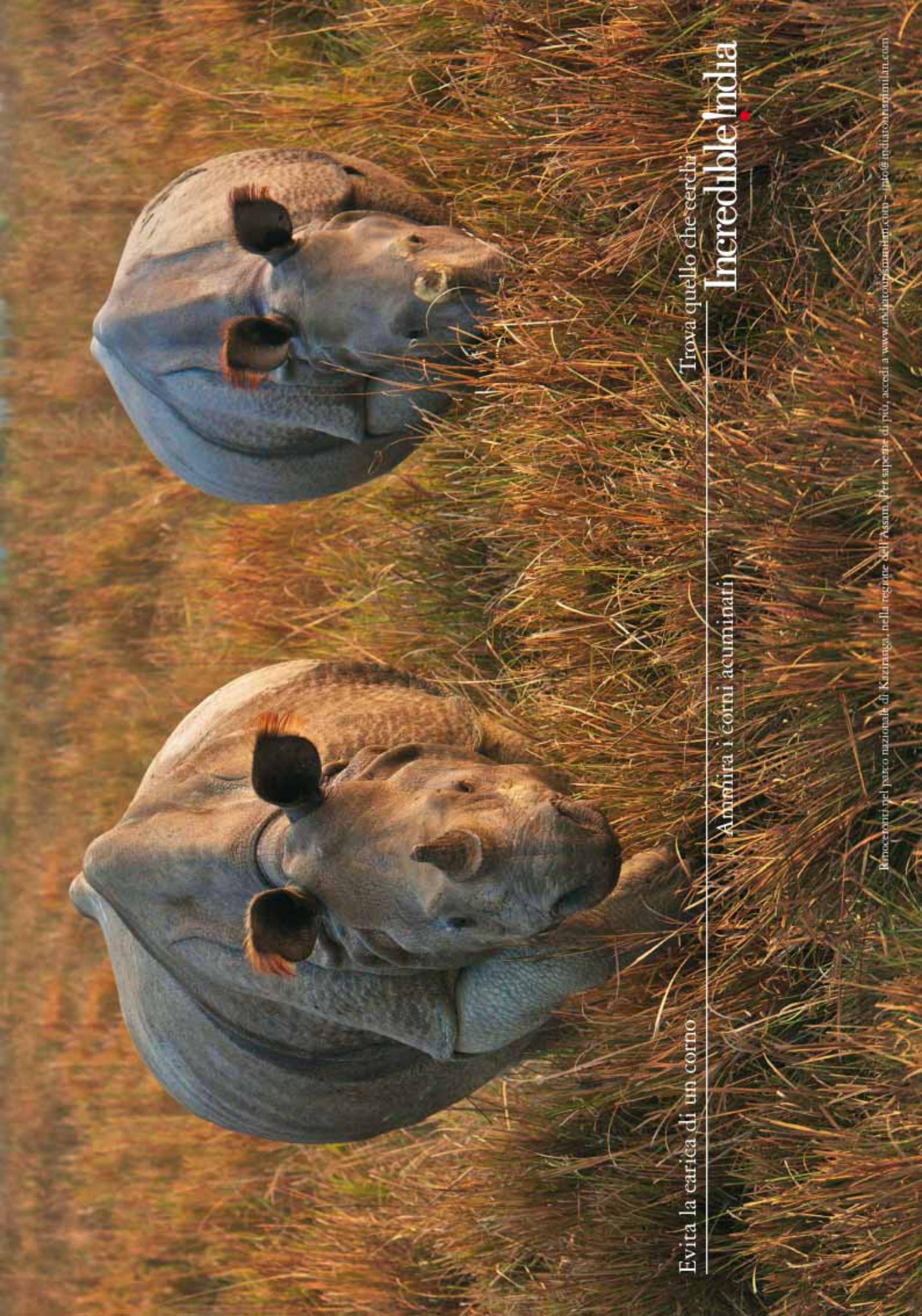
**Esperienza pluriennale** in compagnie aeree come addetto booking e biglietteria individuali e gruppi, ed inoltre esperienza all'estero (Londra) per tanti anni quindi ottimo inglese, cerco lavoro a Roma e aeroporto Fiumicino, disponibilità immediata. [mammola33@yahoo.com](mailto:mammola33@yahoo.com)

**Ricerca due addetti** per la gestione operativa dei tour guidati e addetto al booking italia/estero con disponibilità immediata e fino a settembre 2013. Posizione da rivedere dopo settembre 2013. [sara@dirottadanoit.net](mailto:sara@dirottadanoit.net)

**Esperienza pluriennale** in agenzia di viaggio come responsabile, booking t.o. tutte le biglietterie: aeree, marittime e ferroviarie, vendita viaggi, cerco lavoro part-time a Roma. Offresi anche direzione tecnica per la regione Lazio. Katia, 328 4647094.

**Promoter area Roma e Lazio**, decennale esperienza, ottima conoscenza rete adv, valuta proposte di collaborazione. Tel. 328 4726504.

**Tour operator dal 1995** per trasferimento nuova sede in zona lago di Garda sud, provincia di Verona, ricerca collaboratrice/collaboratore con esperienza a cui affidare il reparto agenzia viaggi. La nuova sede dispone anche di vetrina in zona di passaggio, sarebbe interessante prevederne l'apertura al pubblico. L'annuncio è rivolto a persone motivate e seriamente interessate a valutare insieme la forma di collaborazione più idonea inviando una mail a: [faustobaf@interfree.it](mailto:faustobaf@interfree.it)



# Incredibile India.

Trova quello che cerchi

Ammirati i corni acuminati

Evita la carica di un corno