

Quotidiano
Travel
www.travelquotidiano.com

Thailandia

amazing
THAILAND

Always Amazes You

www.turismothailandese.it

Report

GIORNALE DI INTERESSE PROFESSIONALE PER IL TURISMO ANNO XXVI - ALLIGATO A TRAVEL QUOTIDIANO N. 58-59 DEL 1-3 OTTOBRE 2014 PIRELLA GÖTTSCHE LOWE SPA - SPED. IN ABB. POST. D.L. 353/2003 (conv. in L. 27.02.2004, n° 46), ART. 1, COMMA 1, N. 29/2007/CONSAC ROMA. PREZZO PER COPIA EURO 0,10

Thailandia

CLIMA POSITIVO E NUMERI IN CRESCITA



amazing THAILAND
Always Amazes You
www.turismothailandese.it

Direttrice dell'Ente del Turismo Thailandese



La Thailandia si conferma come una delle mete più amate dai turisti italiani: gli arrivi sono in crescita e così le recensioni positive. L'equazione "Thailandia=cliente soddisfatto" incoraggia gli operatori e gli agenti a puntare sempre di più sulla destinazione, che ha il pregio di unire diversi aspetti in un unico biglietto aereo: il fascino di culture millenarie, la modernità delle metropoli, l'emozione di una natura esotica e spiagge da sogno. Gli sconvolgimenti politici della scorsa primavera (il potere passato in mano ai militari e l'istituzione del coprifuoco) sembravano minacciare l'incoming turistico Thailandese, ma la minaccia si è dissolta davanti al pacifico

cambio di rotta delle vicende politiche nazionali e alla continuazione data ai progetti dedicati al Turismo. Jittima Sukpalin, direttrice dell'Ente del Turismo Thailandese, dichiara: «Vorrei enfatizzare i risultati raggiunti sotto forma di numeri: siamo al sesto anno di crescita consecutivo ma il 2014 ci ha davvero sorpreso. Con il colpo di Stato e l'introduzione del coprifuoco ci aspettavamo una brusca frenata, invece i primi 8 mesi dell'anno (da gennaio ad agosto) ci dicono che siamo al +5% sullo stesso periodo dello scorso anno. Certo, l'estate ci vede in flessione, ma con un segno negativo leggerissimo: il -1%! Agosto è stato in assoluto il mese con il più alto numero di arrivi italiani in Thailandia. Questi risultati ci fanno sperare nel completo assorbimento

del problema politico dello scorso maggio. Siamo sempre più fiduciosi di poter raggiungere il target dei 205.000 arrivi prefissato ad inizio anno. Anche perché dalle compagnie aeree ultimamente riceviamo solo notizie positive, sia in termini di capacità che di tariffe: ad esempio, il nuovo volo daily da Roma ad Abu Dhabi di Etihad, che permetterà scali più agevoli, o il diretto da Doha per Phuket di Qatar Airways. Thai Airways ha invece una tariffa speciale a soli 680 euro valida per partenze fino al 19 dicembre». Un motivo in più per pensare alla Thailandia come "meta alternativa" alle classiche destinazioni invernali.

Nuove iniziative
Sandro Botticelli, direttore marke-

“**Siamo sempre più fiduciosi di raggiungere il target di 205 mila arrivi dall'Italia prefissato ad inizio anno**”

Jittima Sukpalin

A cura di **MANUELA CUADRADO**

Coordinamento commerciale di **ELENA PALLOTTA**



IL CAMPIONATO THAI, SFIDA AI T.O. ITALIANI



Al TTg incontri con due stand

il tour operator Firmamento, vede anche uno spazio dedicato alle agenzie di viaggio e un concorso con un premio d'eccellenza: tre settimane da trascorrere in giro per la Thailandia, in dicembre, a bordo della leggendaria Land Rover, che già conosce bene la strada! Ottobre è anche il mese della finale internazionale dell' "Amazing Thailand golf cup" in collaborazione con il tour operator Futurviaggi: è la 4° edizione dell'ormai famoso circuito di 8 tappe. La finale nazionale si svolgerà a fine settembre a Roma e i vincitori sfideranno i campioni internazionali a fine ottobre a Pattaya. Il golf è un segmento a cui teniamo particolarmente e che ci sta regalando ampie soddisfazioni. Senza dimenticare che la Thailandia si conferma una delle mete favorite dalle coppie italiane giovani e meno giovani per il loro viaggio di nozze».



“*Le nuove iniziative daranno i frutti nell'ultima parte del 2014,*”

Sandro Botticelli



Sandro Botticelli, direttore marketing dell'Ente del Turismo Thailandese presenta il campionato Thai in collaborazione con Etihad, che definisce “una vera e propria sfida dedicata alle agenzie di viaggio”. Si tratta di un concorso ispirato al calcio che vede protagonisti gli agenti, o “marcatori”: il “goal” è emettere il maggior numero di biglietti Etihad per la Thailandia. «Per questo progetto abbiamo fatto sviluppare appositamente un'applicazione dedicata, collegata a Facebook - spiega Botticelli - gli agenti di viaggio inseriranno il numero di biglietto aereo Etihad venduto in abbinamento con un viaggio in Thailandia. Questo permetterà di guadagnare 1 punto per ogni biglietto emesso in economy, 3 punti per biglietto emesso in business, ed un jolly di 5 punti per ogni servizio a terra venduto con un tour operator. L'applicazione aggiornerà automaticamente la classifica e al termine del girone di andata, (perché poi ci sarà anche un girone di ritorno) sceglieremo le 10 agenzie che parteciperanno ad un educational di formazione nel mese di marzo».

ting dell'Ente del Turismo Thailandese, rimarca: «Siamo certi che le nuove iniziative messe in piedi da Settembre, come il campionato Thai in collaborazione con Etihad, porteranno i loro frutti nell'ultima parte del 2014. Quest'anno, per la prima volta, saremo presenti al TTG con ben due stand: il classico stand istituzionale dell'Ente del Turismo Thailandese e in più lo stand di "Vita da Turista, sognando la Thailandia" dove ospiteremo una guest star davvero speciale: l'auto che ha percorso la distanza Roma-Bangkok, dopo aver attraversato ben 15 stati macinando 25.000 km. Quest'iniziativa in cooperazione con Paesi on Line, Cathay Pacific ed

La Thailandia meno conosciuta

Una particolare attenzione meritano le iniziative di promozione della Thailandia meno conosciuta e forse più “alternativa” rispetto alle mete tradizionali come Bangkok o Phuket: è la Thailandia del Nord, in particolare la Provincia di Chiang Mai, territorio che un tempo costituiva l'indipendente Regno di Lanna e che offre interessanti itinerari naturalistici da abbinare alle visite culturali. Qualcuno ama definirli “la Thailandia più autentica”: l'assoluto è forse improprio ma senza dubbio l'autenticità è una caratteristica fondamentale di questi luoghi, tanto che molti abitanti di Bangkok li scelgono per i loro week-end o addirittura per viverci. Chiang Mai appaga corpo e anima: al lato culturale e spirituale (conta centinaia di templi buddisti) si abbina il piacere dello shopping nei mercati e nei centri artigiani, oltre alla grande tradizione del massaggio thailandese, anche declinato nella moderna forma delle spa. Ma la forma più interessante di vivere il territorio è forse quella dell'homestay. Grazie a diversi progetti governativi e di associazioni culturali locali, la vita nelle campagne sta rinascendo grazie alla forma del-

I TO ITALIANI INCONTRANO IL WTM

Il 30 ottobre l'Ente del Turismo Thailandese organizza un incontro tra gli albergatori thailandesi che parteciperanno al WTM di Londra e i t.o. italiani. Spiega Sandro Botticelli: «Il WTM è un appuntamento fondamentale per i t.o ma non tutti hanno la possibilità di raggiungere Londra per partecipare. Per questo motivo abbiamo chiesto agli albergatori thailandesi diretti a Londra di fare prima una sosta a Milano e dedicare un giorno ai tour operator italiani: siamo sicuri che sarà un evento molto apprezzato da entrambi le parti, che svilupperà nuove possibilità commerciali in grado di migliorare ancora di più l'offerta di pacchetti turistici sulla nostra destinazione».



Etihad Airways cresce anche nel Sudest asiatico

«PER NOI L'ITALIA È UN MERCATO MOLTO IMPORTANTE CON LE DUE BASI DI ROMA E MALPENSA»

La crescita verso il Sudest asiatico è uno degli obiettivi di Etihad Airways. La prova evidente è il recente lancio di una seconda rotta sulla Thailandia, con destinazione Phuket. Diventa così agevole raggiungere dall'Italia come da tutta Europa, via Abu Dhabi, non solo la capitale Bangkok, ma anche l'isola più grande del Paese, una tra le destinazioni più apprezzate dai nostri vacanzieri per le sue lunghe spiagge naturali incontaminate e per il clima soleggiato tutto l'anno. A proposito della nuova rotta, operata da un Airbus A330-200 che nelle due classi di servizio offre 22 poltrone in Pearl Business e 240 in Coral Economy, il Presidente e Chief Executive Officer di Etihad Airways, James Hogan, commenta: «Abbiamo riscontrato ottimi risultati in Thailandia. La capitale, Bangkok, è da quattro anni la nostra rotta più richiesta, con 742.759 passeggeri trasportati nel solo 2013. Espandere il nostro network nel paese con il volo giornaliero per Phuket è stata dunque una naturale conseguenza». L'isola delle Andamane è divenuta così la settima destinazione del vettore nel Sudest asiatico, oltre a Bangkok, Singapore, Manila, Kuala

Presidente
e ceo



“**Abbiamo riscontrato ottimi risultati in Thailandia. Bangkok è da quattro anni la nostra rotta più richiesta**”

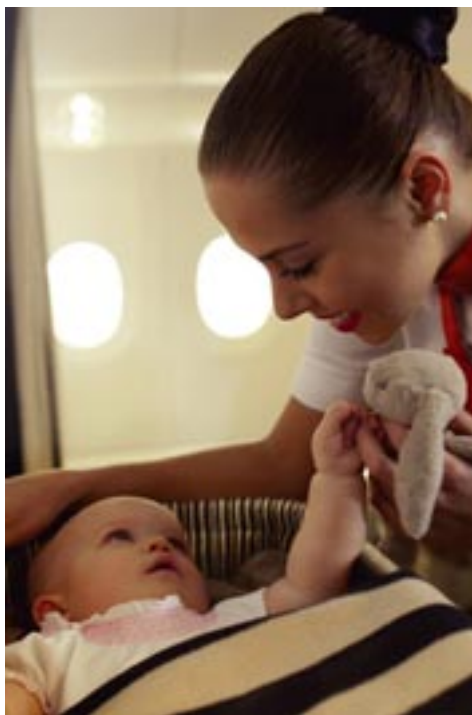
James
Hogan

Lumpur, Ho Chi Minh City e Giacarta. Le rotte inaugurate o da inaugurare nei diversi continenti nel corso del 2014, invece, sono complessivamente nove. La prima è stata quella su Medina l'1 febbraio, seguita da Jaipur, Los Angeles, Zurigo, Erevan, Roma, Perth, Phuket e Dallas (3 dicembre). Nel mercato italiano ha destato ovviamente enorme interesse il volo giornaliero su Fiumicino, operato a partire dal 15 luglio scorso da un aeromobile Airbus A330-200 configurato in due classi, con 22 poltrone completamente reclinabili in Business Class e 240 posti in Economy Class. «L'Italia è un mercato molto importante per Etihad Airways - conferma James Hogan - e siamo entusiasti di poter ora contare su una seconda base italiana, dopo Milano Malpensa. Con l'avvio dei collegamenti su Roma, abbiamo rafforzato il nostro impegno in Italia e la già stretta relazione economica e politica tra il vostro Paese e gli Emirati Arabi Uniti, che ne sono il principale partner commerciale per il Medio Oriente e il Nord Africa. La domanda da parte di viaggiatori business e leisure è incredibilmente forte su questa rotta, favorita anche dalle diverse coincidenze con voli intercontinentali che offriamo in entrambe le direzioni, sia con i nostri voli che con quelli dei nostri partner». Anche su questo volo spiccano i premiatissimi servizi di Etihad Airways, come la consulenza di un direttore della ristorazione per gli ospiti della Busi-

La compagnia ha piani ambiziosi per rafforzare lo sviluppo

ness Class e l'assistenza, in tutte le classi, delle Flying Nanny, le babysitter dedicate ai piccoli viaggiatori. Entro la fine del 2014 il network della compagnia raggiungerà le 103 destinazioni, un chiaro segnale della continua crescita, che del resto è testimoniata anche da tutti i numeri che contano. Durante i primi sei mesi di quest'anno, la compagnia aerea nazionale degli Emirati Arabi Uniti ha registrato infatti un incremento a doppia cifra nei volumi passeggeri e cargo segnando la sua più solida performance raggiunta in un arco temporale di sei mesi, con un totale del fatturato pari a 3,2 miliardi di dollari americani. I passeggeri imbarcati tra gennaio e giugno sono stati in totale 6,7 milioni, quasi il 22% in più rispetto ai 5,5 milioni di passeggeri dello stesso periodo nello scorso anno. La notevole performance è stata supportata dalla continua crescita di Etihad Airways nel secondo trimestre 2014, con 3,5 milioni di

passenger e 140.892 tonnellate di merci e posta trasportate nell'arco di tre mesi, un aumento per entrambi i dati del 25% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. «Forti di questo impulso - afferma ancora James Hogan - abbiamo piani ambiziosi per continuare a costruire nella seconda metà del 2014, grazie alle nuove destinazioni introdotte nel nostro network e all'entrata in servizio degli innovativi Airbus A380 e Boeing 787 che rafforzeranno il nostro status di leadership nel mercato globale». La flotta della compagnia aerea si è ampliata, salendo a 102 aeromobili di cui 7 consegnati nel solo secondo trimestre. Altri 6 aeromobili sono in consegna nella seconda metà del 2014, inclusi appunto i primi Airbus A380 e Boeing 787 che saranno in servizio da dicembre, e configurati con i nuovi prodotti nelle classi first, business e economy. L'aeromobile A380 include, tra l'altro, The Residence by Etihad™, la prima cabina al mondo che offre tre ambienti separati: soggiorno, una camera da letto matrimoniale e una sala da bagno con doccia, oltre a un maggiordomo personale a disposizione.



UNA COMPAGNIA PLURIPREMIATA



Etihad Airways, la compagnia aerea nazionale degli Emirati Arabi Uniti, è operativa dal novembre 2003 e in 10 anni è divenuta una tra le linee aeree a più rapida crescita nella storia dell'aviazione commerciale. Dal suo hub presso l'Abu Dhabi International Airport, nel corso del 2013 ha trasportato 11,5 milioni di passeggeri verso Medio Oriente, Africa, Europa, Asia, Australia e America. Nel corso della sua storia Etihad Airways ha collezionato una serie di prestigiosi premi, compreso quello per la Migliore Compagnia Mondiale, tra i World Travel Awards, per cinque anni di fila. A riprova dell'eccellenza dei servizi offerti e dell'apprezzamento riscosso da parte del pubblico. Ecco gli ultimi riconoscimenti di questa lunga serie:

- 2014 World Travel Awards Middle East:**
- Migliore compagnia per il Medio Oriente
 - Migliore First Class per il Medio Oriente
 - Migliore staff di bordo per il Medio Oriente
- 2014 Business Traveller Middle East Awards:**
- Migliore Economy Class
 - Miglior programma Frequent Flyer
- 2014 Desteque Awards, Brazil:**
- Migliore compagnia mondiale
 - Migliore compagnia internazionale
- 2014 Air Transport World - Industry Achievement Awards:**
- Airline Market Leadership
- 2013 World Travel Awards:**
- Migliore aerolinea mondiale
 - Migliore First Class mondiale
 - Miglior staff di bordo mondiale
- 2013 Global Traveler Awards:**
- Compagnia dell'anno
 - Migliore First Class
 - Migliore Airport Lounge

La compagnia in cifre

742.759 Passeggeri trasportati a Bangkok nel 2013

6,7 mln Passeggeri imbarcati tra gen e giu 2014

103 Destinazioni network della compagnia entro fine 2014

102 aerei
La flotta della compagnia

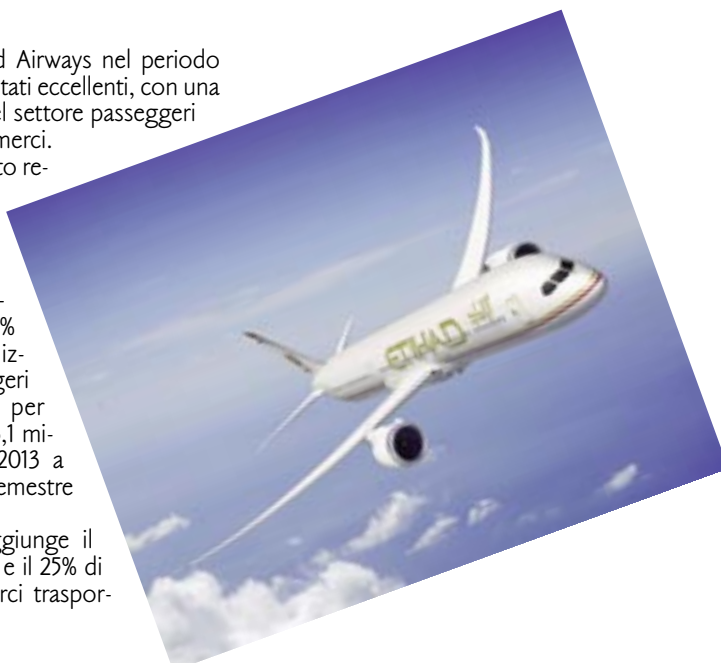
Tutte le rotte



Risultati economici del primo semestre 2014

I risultati riportati da Etihad Airways nel periodo gennaio-giugno 2014 sono stati eccellenti, con una crescita a doppia cifra sia nel settore passeggeri che in quello del trasporto merci.

- Il totale del fatturato registra un incremento del 28% con 3,2 miliardi di dollari USA nella prima metà del 2014
- Il numero dei passeggeri è aumentato del 22% tra gennaio e giugno totalizzando 6,7 milioni di passeggeri
- Posti disponibili per chilometro in crescita: da 33,1 miliardi nel primo semestre 2013 a 39,4 miliardi nel primo semestre 2014
- Etihad Cargo raggiunge il 27% di crescita del fatturato e il 25% di crescita delle tonnellate-merci trasportate



La flotta Etihad Airways

A319-100	(2)
A320-200	(12)
A320-200	(2 tutti economy)
A330-200	(16)
A330-300	(6)
A340-500	(4)
A340-600	(7)
B777-300ER	(10)
A300-600F	(2)
A330-200F	(2)
B777-200F	(1)
MD11F	(2)



www.etihad.com

www.facebook.com/etihad.airways

twitter.com/etihadairways



VIAGGI DELL'ELEFANTE

T O U R O P E R A T O R

THAILANDIA
BANGKOK & TOUR DEL NORD
SUKOTHAI - CHIANG RAI - CHIANG MAI

PARTENZE ESCLUSIVE VIAGGI DELL'ELEFANTE
VIAGGIO DI 8 GIORNI MINIMO 2 PERSONE
DA ROMA OGNI DOMENICA, LUNEDÌ, MERCOLEDÌ E VENERDÌ
DA MILANO OGNI MARTEDÌ, GIOVEDÌ E SABATO
QUOTE A PARTIRE DA

€ 1.485

ESCUSO TASSE AEROPORTUALI, CONTRIBUTO GESTIONE PRATICHE ASSICURATIVE
PER MAGGIORI INFO: WWW.VIAGGIDELLELEFANTE.IT/SUD-EST-ASIATICO/THAILANDIA/

DISPONIBILI ANCHE ESTENSIONI MARE CON

Blu[®]
by Viaggi dell'Elefante

WWW.BLU.TRAVEL



VIAGGI DELL'ELEFANTE TOUR OPERATOR

UFFICIO BOOKING ORIENTE - ROMA Via d'Ascanio 8/9 - Via dei Condotti 61/A - Tel. 0660513000 - Fax 066796164
UFFICIO BOOKING - MILANO Via Fiori Chiari 18 - Tel. 0236631015 - Fax 0236631914
preventivi@viaggidellelefante.it / oriente@viaggidellelefante.it - www.viaggidellelefante.it

AmoilMondo La "meta più gettonata"

Roberto Servetti, Direttore del brand Amo il Mondo di Settemari, commenta positivamente l'andamento della destinazione Thailandia che, rimarca, «si conferma la meta più gettonata del brand "Amo il Mondo" anche in abbinamento ad altre destinazioni del Sud-Est asiatico. Tra i punti a suo favore c'è la possibilità di godere di un clima ideale tutto l'anno, qualunque sia il tipo di viaggio scelto, sia a livello di tour sia come soggiorno mare». Certo, durante la scorsa primavera, con la salita al potere della giunta militare e l'introduzione del coprifuoco, qualche preoccupazione c'è stata: «il pubblico ovviamente non è rimasto indifferente a quanto è successo e le prenotazioni hanno subito una flessione. Da segnalare però che c'è stata una veloce ripresa non appena la situazione si è finalmente stabilizzata. Questo è stato possibile anche grazie all'aiuto delle strutture alberghiere e della compagnia aerea Thai Airways, che si sono rese disponibili a incoraggiare gli arrivi con proposte commerciali molto accattivanti». I risultati sono positivi: «la destinazione è in linea con i risultati registrati nello stesso periodo del 2013, anche se sono stati recepiti



alcuni rallentamenti nel periodo dei disordini. L'alta stagione ha in ogni caso

mantenuto le aspettative preventive». Merito anche di un metodo che



“*Offriamo ai nostri clienti e partner uno staff di professionisti veramente esperti della destinazione e assistenza 24 ore su 24. Inoltre, diamo la possibilità di personalizzare la proposta di viaggio per venire incontro alle esigenze e ai desideri di ciascuno*”

Roberto Servetti



non lascia nulla al caso: «offriamo ai nostri clienti e partner uno staff di professionisti veramente esperti della destinazione e assistenza 24 ore su 24. Inoltre, diamo la possibilità di personalizzare la proposta di viaggio per venire incontro alle esigenze e ai desideri di ciascuno. Contiamo di chiudere il 2014 con una percentuale di crescita visto il buon andamento delle prenotazioni, e di proseguire nel 2015 con lo stesso trend. Ad inizio 2015 uscirà la nuova pubblicazione, che verrà presentata in occasione della BIT».

Thailandia Classica

Tra le località più "gettonate" del 2014 c'è sicuramente Bangkok e le svariate proposte di tour, ad esempio La Thailandia Classica proposta nel nostro catalogo Oriente, con guida parlante italiano. Le destinazioni mare regine dell'estate 2014 sono Kho Samui e Kho Pha Ngan. Ottime le proposte dedicate ai viaggi di nozze in queste due località, con la promozione speciale del soggiorno gratuito per la sposa in alcuni prestigiosi hotel selezionati. Ad esempio l'hotel Melati 5 stelle a Kho Samui, che prevede camera con piscina privata upgrade per gli sposi.



www.amoilmondo.it

Triangolo d'Oro e spiagge

Le località più richieste dalla clientela di Viaggi dell'Elefante "sono le mete classiche: il Triangolo d'Oro, e le bellissime spiagge di Phuket e Koh Samui. Notiamo con piacere la crescita dell'interesse verso i territori del Nord, al confine con la Birmania, per l'incontro con le etnie locali. Una novità di quest'anno è il tour dell'Oriente Classico, che vede Bangkok in abbinata alle altre metropoli d'Asia, Singapore e Kuala Lumpur, con in più la chicca della tratta in treno da Bangkok a Singapore, con the Eastern and Oriental Express di Belmond.



Un prodotto per clienti up level



Enrico Ducrot, AD di Viaggi dell'Elefante, esprime soddisfazione per l'andamento della destinazione nel contesto 2014. «Registriamo un andamento della destinazione Thailandia stabile rispetto all'anno 2013 - dichiara - con un fatturato per il segmento gruppi in crescita del 10%, ed una lieve flessione per i tour su base individuale; sono inoltre in crescita le prenotazioni per la Thailandia come soggiorno mare». Il pubblico di Viaggi dell'Elefante ha reagito in modo consapevole alle vicende politiche del Paese, ma senza lasciarsi condizionare dal sensazionalismo dei media. «La situa-

zione di maggio in Thailandia ha provocato un rallentamento nelle richieste prima dell'estate - conferma Ducrot - e proprio in quel periodo era in corso un nostro Fam Trip in Thailandia; i colleghi

che hanno partecipato hanno dato testimonianza diretta che la situazione in loco era calma, ma abbiamo avuto comunque delle cancellazioni».

Un momento di stallo che è stato superato con una rinascita dell'interesse verso la destinazione dei mesi successivi, anche grazie a un'offerta sempre attenta alle necessità dei clienti e ai loro continui cambiamenti nel tempo.

Una caratteristica che Ducrot sintetizza così: «la Thailandia di Viaggi dell'Elefante risponde alle esigenze della fascia più alta del mercato, che oltre a servizi di alto livello e alberghi di lusso richiede soprattutto un viaggio personalizzato. I nostri tour da programmazione hanno partenze frequenti e garantite, e rispetto alla concorrenza hanno il valore aggiunto di essere in esclusiva per Viaggi dell'Elefante.



Oltre agli itinerari più classici, proponiamo anche il Gran tour, della durata di 13 giorni, che si spinge fino al confine con la Birmania».

Con queste premesse, le previsioni non possono che essere positive: «Siamo piuttosto ottimisti sulla chiusura dell'anno per la destinazione; stiamo iniziando a raccogliere le iscrizioni per Capodanno, sia per la Thailandia che per gli altri Paesi del Sud Est Asiatico. Auspichiamo anche un 2015 in crescita: la Thailandia sarà una delle prime destinazioni ad essere inserita nel nostro booking online, fattore questo importantissimo per l'incremento delle vendite».



“*La Thailandia di Viaggi dell'Elefante risponde alle esigenze della fascia più alta del mercato, che oltre a servizi di alto livello e alberghi di lusso richiede soprattutto un viaggio personalizzato*”

Enrico Ducrot



www.viaggidellelefante.it

it-it.facebook.com/
Viaggi dell'Elefante





 Vita da Turista

Sognando la Thailandia

Ami viaggiare e condividere le tue emozioni?
Ti piace essere protagonista?

Diventa il testimonial della nuova edizione

3 settimane in Thailandia... 500€ da spendere come vuoi... una macchina a disposizione
e un viaggio da raccontare!

Cerchiamo

Turista di Professione
Selezione aperta esclusivamente agli Agenti di viaggio che dovranno dimostrare la propria esperienza presentando il proprio "curriculum di viaggiatore".

Turista per passione
Selezione aperta a tutti i turisti appassionati di viaggi, di foto e di video. I candidati dovranno saper raccontare una località e un'esperienza di viaggio pregressa tramite filmati video.

Per tutte le informazioni vai su www.vitadaturista.it
o vieni a trovarci al TTG allo stand - Pad. C3, Corsia 2/3, Stand 044/065

**LASCIATEVI COCCOLARE
DA UN SERVIZIO
DI PRIMA CLASSE.**
UN VIAGGIO FIRMAMENTO
GOLDEN EXPERIENCE

Thailandia | Cambogia | Laos
Vietnam | Birmania | Indonesia
Malesia | Sri Lanka | Seychelles
Maldiva | Emirati Arabi



Firmamento
International tour operator | essenze di viaggio

www.firmamento.biz | 06.6523323 | booking@firmamento.biz

Firmamento Soluzioni per ogni richiesta



Angelo Moriello, Product Manager destinazione Thailandia di Firmamento, afferma: «il 2014, come da previsioni, si è dimostrato un anno economicamente difficile, e legato ad incertezze economico-sociali, e la destinazione Thailandia risponde benissimo a queste variabili esterne. Grazie alla nostra continua ricerca di soluzioni alternative e rapporto qualità-prezzo che caratterizza la destinazione, siamo riusciti ad offrire soluzioni per ogni budget e per ogni richiesta, riuscendo sempre a soddisfare il cliente finale. In periodo come questo, la conoscenza approfondita della desti-

nazione e i nostri ottimi rapporti con i partner locali riescono davvero a fare la differenza». Ri-

guardo alle vicende della scorsa primavera, Moriello commenta che «le notizie trapelate da TV e giornali hanno destabilizzato in modo sensibile il mercato. Inizialmente ci siamo accertati e assicurati su come realmente la situazione politica influenzasse la vita quotidiana della destinazione. Una volta riscontrato che nulla era compromesso e che alcuni aspetti erano addirittura migliorati, lavorando a stretto contatto con le agenzie di viaggi e collaborando con l'Ente del Turismo, siamo riusciti a tranquillizzare clienti in procinto di prenotare e clienti in partenza. La comunicazione e la trasparenza nei confronti dei clienti sono state fondamentali. Siamo riusciti ad ammortizzare l'evento e in molti casi, gestendo in maniera impeccabile queste situazioni di emer-



genza, abbiamo rafforzato la fiducia che le agenzie di viaggio ripongono in noi». I risultati sono positivi: «Rispetto allo scorso anno la destinazione è cresciuta del 13%. Una crescita costante che ci permette di curare sempre con attenzione ogni dettaglio e non lasciare niente al caso. Siamo specialisti e rispetto ad alcuni competitor offriamo una conoscenza della destinazione notevole, che ci consente di individuare l'offerta giusta per ogni viaggio e per ogni tipologia di cliente. Organizziamo spesso Fam Trip in Thailandia per approfondire e aggiornare le nostre conoscenze e per permettere alle agenzie partner di scoprire in prima persona il nostro prodotto. Per il 2014 contiamo di mantenere questo trend positivo sulla destinazione, di consolidare i rapporti con i nostri partner, per prepararci a un 2015 di continua crescita».

Le Provincie del Nord

«Nel 2014 le località più gettonate sono state sicuramente le classiche Province del Nord: Chiang Mai e Chiang Rai, oltre alla provincia di Kanchanaburi, l'isola di Samui e Koh Phangan. Stimolati dalle nostre conoscenze e delle nostre agenzie di viaggio partner, dobbiamo sottolineare un'importante attenzione dei clienti sia a Koh Samed che nella provincia di Krabi».



“Grazie alla nostra continua ricerca di soluzioni alternative e rapporto qualità-prezzo che caratterizza la destinazione, siamo riusciti ad offrire soluzioni per ogni budget e per ogni richiesta, riuscendo sempre a soddisfare il cliente finale”

Angelo Moriello



www.firmamento.biz
www.facebook.com/pages/FIRMAMENTO-INTERNATIONAL-TOUR-OPERATOR

Le Antiche Capitali Deluxe

“Il pacchetto più venduto in assoluto è Le Antiche Capitali Deluxe. L'itinerario prevede alcuni giorni a Bangkok, per poi proseguire verso Ayutthaya ed il complesso di Sukhothai, prima di arrivare nel Nord della Thailandia, dove oltre ai classici Chiang Mai e Chiang Rai è prevista la visita villaggi. Si termina al mare di Phuket o Koh Samui. Un percorso personalizzabile che permette di incontrare le diverse anime della Thailandia,



Una grande esperienza al servizio del cliente

Rosario Campione, Sales and Buyer supervisor di BellTravel, dichiara: «L'andamento della vendite sulla Thailandia sino ad oggi si è dimostrato tutto sommato discreto. Dopo un inizio caratterizzato da un leggero calo delle richieste (un calo del 10-15 % delle vendite rispetto allo stesso periodo del 2013), il periodo estivo ha portato buoni numeri e le richieste per la fine dell'anno e per Capodanno stanno arrivando numerose, specialmente per partenze verso la fine di Novembre, Dicembre e Capodanno.

«Leggermente in calo invece le partenze per il periodo di fine estate (Settembre e Ottobre). Sicuramente hanno inciso non poco gli eventi avvenuti a Maggio che hanno portato a diverse cancellazioni o slittamento delle partenze. A livello di offerta e proposte abbiamo deciso di focalizzarci sulla grande esperienza e competenza accumulata in così tanti anni di lavoro specializzato sulla destinazione, non a caso proprio quest'anno abbiamo festeggiato i 50 anni di attività. Stiamo lavorando molto per rafforzare la comunicazione tra noi e i clienti, in modo da venire in contro alle loro esigenze ed aspettative.



«Un altro prodotto che sta portando ottimi risultati è quello dei viaggi di nozze. Anche in questo caso hanno contribuito l'espe-

rienza e la flessibilità delle proposte, a seconda delle diverse tipologie di coppie e desideri di viaggio. Una solida rete di colla-



borazioni in loco con diversi fornitori e guide parlanti italiano ci permette di proporre sempre soluzioni convenienti ed allettanti. Le località più gettonate continuano ad essere i classici combinati: Bangkok, Tour del Nord e soggiorno mare a Phuket o Koh Samui, anche se sono in continuo aumento le richieste per sostituire le due isole principali con località più appartate, come le isole di Koh Samet e Koh Chang, dove si può respirare un'atmosfera più autentica, una richiesta che ci sentiamo rivolgere sempre più spesso.



“Abbiamo stretto un'ottima collaborazione con i Beyond Resort, ottimi hotel 4 stelle sup, completamente rinnovati in stile thai contemporaneo”

Rosario Campione



Segui il Report anche su [f Speciale Thailandia](https://www.facebook.com/SpecialeThailandia) [@SpecThailandia](https://twitter.com/SpecThailandia)



NON SOLO MARE ARRIVA L'EUROPA!



MARGÒ DYNAMIC ATTERRA SU TUTTI GLI AEROPORTI EUROPEI, MA ANCHE IN TURCHIA E MAROCCO

Il booking online con tutti i voli di linea continua ad evolversi e ad arricchire le sue proposte!

Sul motore di ricerca è possibile:

- impostare in autonomia il mark-up;
- trovare tutti i voli di linea/low cost disponibili sul mercato e selezionare compagnie aeree diverse in andata o ritorno;
- scegliere tutte le strutture della programmazione Margò (Kenya, Zanzibar, Cuba, Messico, Rep. Dominicana, Giamaica, Tunisia, Mar Rosso, Baleari e Canarie, Grecia, Croazia, Malta, Italia e Sardegna) e tra le proposte disponibili in Europa, più Turchia e Marocco;
- visualizzare le partenze più convenienti vicine alla data scelta (+/- 3 giorni);
- inserire i transfer ed eventuali escursioni, ingressi, spettacoli (per le città europee).

Le nuove destinazioni:

Albania, Austria, Belgio, Bosnia Herzegovina, Bulgaria, Cipro, Danimarca, Estonia, Finlandia, Francia, Germania, Irlanda, Islanda, Lettonia, Liechtenstein, Lituania, Lussemburgo, Marocco, Moldavia, Norvegia, Paesi Bassi, Polonia, Portogallo, Regno Unito, Repubblica Ceca, Repubblica Slovena, Romania, Serbia, Slovacchia, Svezia, Svizzera, Turchia, Ucraina, Ungheria.

Scegli ancora più liberamente, scegli di viaggiare libero con Margò!

agenti.edenviaggi.it

EDEN VIAGGI
ESPERTI IN EMOZIONI

EDEN VIAGGI
ESPERTI IN EMIZIONI

Offerta ampia e specializzata



L'offerta di Eden Viaggi sulla Thailandia è davvero ampia e contraddistinta da alcuni fiori all'occhiello, come sottolinea Silvia Brunetti, product manager di Eden Made: «Per quanto riguarda la proposta di soggiorni nella capitale thailandese, sicuramente uno dei nostri punti di forza è l'Eden Special Aetas Bangkok, 4 stelle nel cuore della città, vicino al Lumpini Park e all'area commerciale Sukhumvit Road. Si tratta di un esclusiva Eden sul mercato italiano, che proponiamo già dallo scorso anno e che offre altri due plus: un assistente residente parlante italiano e la possibilità per tutti i no-

stri clienti di avere subito pronta la camera fin dalle 8.30 del mattino. Nella nuova programma-

zione, diventa un'esclusiva Eden sul mercato italiano anche il bellissimo Eden Special Rawai Palm Beach, moderno ed elegante resort di Phuket a 200 metri dalla spiaggia di Rawai Beach, immerso in un rigoglioso giardino tropicale».

Nel nuovo catalogo Eden Viaggi ha puntato anche a un ulteriore ampliamento dei tour. Gli itinerari sono di diversa durata, sia privati che collettivi, offrono guide selezionate parlanti italiano, e servizi di alta qualità, con partenza da Bangkok o già dalle città del Nord. Ci sono i grandi classici, molto richiesti soprattutto da chi mette piede in Thailandia per la prima volta, come "Il meglio della Thailandia" della durata di 7 giorni, quelli brevi e mirati come "La leggenda del fiume Kwai", di due



giorni, fino alle proposte individuali e su misura, come "Thailandia a portata di mano". Una completezza di offerta sulla destinazione che è sinonimo di successo commerciale: «La situazione vendite è più che positiva» conferma Silvia Brunetti. «Del resto la Thailandia è una destinazione trainante del Sud-Est asiatico e sta diventando sempre più importante nel panorama delle mete esotiche proposte da Eden Made, la nostra linea di prodotto rivolta ai viaggiatori che desiderano servizi di alta qualità ed esperienze di viaggio costruite su misura. Nel 2013-2014 sono stati 1750 i passeggeri, aggiornati al mese di agosto, che hanno scelto noi per visitare la destinazione, quasi il doppio rispetto all'anno precedente. Il nostro obiettivo per il 2015 è di crescere ancora, seguendo lo stesso andamento».



“*la Thailandia è una destinazione trainante del Sud-Est asiatico e sta diventando sempre più importante nel panorama delle mete esotiche proposte da Eden Made, la nostra linea di prodotto rivolta ai viaggiatori che desiderano servizi di alta qualità ed esperienze di viaggio costruite su misura*”

Silvia Brunetti

Thailandia a portata di mano

Un pacchetto ideale per visitare e conoscere vari aspetti del Paese, con partenze garantite per minimo 2 persone, a partire da 1.488 euro a persona.
1° giorno: Italia-Bangkok
2° giorno: Bangkok
3° giorno: Bangkok-Danmem Saduak-Bangkok
4° giorno: Bangkok
5° giorno: Bangkok-Ayut-taya-Sukhotai
6° giorno: Sukhotai-Chiang Mai
7° giorno: Chiang Mai
8° giorno: Chiang Mai-Triangolo d'Oro-Chiang Rai
9° giorno: Chiang Rai-Phuket
10°-14° giorno: Phuket
15° giorno: Phuket-Bangkok-Italia
16° giorno: Italia

Il viaggio, della durata di 16 giorni, include volo + trasferimenti + visite da programma + guida parlante italiano + assistenza in loco + 13 colazioni / 5 pranzi / 3 cene.



www.edenviaggi.it
www.facebook.com/EdenViaggi
Twitter: @EdenViaggi

Tour al Nord e mare

I prodotti che hanno riscosso maggior successo nel corso del 2014: i tour culturali nel Nord del Paese e alcune destinazioni mare: Pattaya, Khao Lak, Koh Samui e Phuket. Come anticipazione per il 2015 segnaliamo, oltre ad un'anteprima del catalogo presente sul nostro sito web e che sarà presto in agenzia, la presenza delle offerte per il Capodanno. Infatti per la destinazione Thailandia offriamo soggiorni di 12 giorni/9 notti con canone di capodanno incluso in strutture situate a Phuket e Khao Lak con posti volo garantiti della compagnia aerea Ethiad.



Destinazione in crescita costante

Quirino Falessi, direttore commerciale de I Viaggi del Turchese, commenta così l'andamento della destinazione nel contesto 2014: «la Thailandia è una new entry nella nostra programmazione, abbiamo aperto le vendite a Gennaio di quest'anno ed essendo questo il primo anno non possiamo fare un confronto. Quello che possiamo affermare tuttavia è che il pubblico ha risposto secondo gli obiettivi che ci eravamo prefissati a questa novità inserita nel nostro catalogo relativo all'oriente, Free Style East - emozioni da vivere. Fino ad oggi abbiamo osservato un progressivo aumento delle vendite sia per quanto riguarda le destinazioni mare che i tour culturali nel Nord del Paese». Una crescita costante, nonostante le vicende politiche: «Abbiamo notato una leggera flessione delle vendite soltanto durante il periodo di maggior diffusione della vicenda sui mezzi di comunicazione, un fenomeno circoscritto». Continua Falessi: «Anche su questa destinazione cerchiamo di seguire la nostra filosofia: prodotti con un ottimo rapporto qualità/prezzo in grado di soddisfare le esigenze del Cliente. Abbiamo sviluppato un'integrazione all'interfaccia di prenotazione, già operativa sulla programmazione del lungo raggio e quindi anche



per la destinazione Thailandia. Il sistema di booking, grazie alla collaborazione con Travelport-Galileo, fornisce in tempo reale disponibilità e quotazioni dei voli di linea, con le migliori tariffe disponibili, abbinati ai nostri pac-

chetti viaggio. L'Agenzia di Viaggio, grazie a questo strumento, è in grado di quotare e confermare on-line la prenotazione dei pacchetti presenti nel sistema, combinandoli con le migliori soluzioni di volo. Il gruppo di cui fac-



ciamo parte, Tui Travel PLC, ci permette di sfruttare al massimo le opportunità presenti nella destinazione: stiamo elaborando soluzioni con trattamenti diversi dal b&b e che comprendano anche la pensione completa. Il nostro catalogo on-line, www.viaggiavacanzeweb.it, ci consente di offrire numerose soluzioni adatte a diversi target di clientela che vanno dalle strutture 5* stelle Lusso ai tour del Paese che prevedono sistemazioni e programmi adatti ad una clientela con dei budget più limitati. Siamo convinti che l'anno prossimo questa destinazione possa crescere ulteriormente, sia numericamente che come prodotto offerto. Stiamo investendo numerose risorse e siamo sicuri che ciò si rifletterà positivamente sulle prenotazioni future».



“*Anche su questa destinazione cerchiamo di seguire la nostra filosofia: prodotti con un ottimo rapporto qualità/prezzo in grado di soddisfare le esigenze del Cliente*”

Quirino Falessi



Segui il Report anche su [Facebook Speciale Thailandia](https://www.facebook.com/SpecialeThailandia) [@SpecThailandia](https://twitter.com/SpecThailandia)

GO TRAVEL FUTUR *Viaggi*

sponsorizziamo le Vostre Emozioni



infoline: 06 440181

• info@futurviaggi.it



Sponsorizziamo le Vostre emozioni



premio Friend of Thailand del Ministero del Turismo Thailandese come operatori internazionali. Non abbiamo mai ricevuto un complaint sulla destinazione, anche grazie ai nostri ottimi corrispondenti e alle guide selezionate che conosciamo personalmente.

«Abbiamo fatto delle scelte etiche nella creazione dei nostri programmi, escludendo la visita al villaggio delle "Donne Giraffa" nella provincia di Chiang Rai, usanza che in questa località si è svuotata di significato diventando una mera convenienza turistica, oltre ad essere lesiva per l'identità femminile. Abbiamo escluso anche la visita al tempio delle tigri di Kanchanaburi: un tempo i felini potevano circolare liberi ma oggi vengono sedati per i turisti. Abbiamo perso alcune pre-



Phuket e Koh Samui

Le località più "gettonate" del 2014 sono state Phuket e Koh Samui, ma noi puntiamo molto anche su Krabi, località che amiamo. Nel 2015 faremo un educational in Thailandia dedicato agli agenti e su YouTube è già disponibile il video di presentazione, un modo per fidelizzare gli adv e far provare loro emozioni che solo in questo modo potranno trasmettere ai clienti. Non a caso il nostro motto è "sponsorizziamo le vostre emozioni"

Luglio e Agosto hanno visto «un'interessante ripresa della Thailandia rispetto alla primavera. Ad Agosto abbiamo superato l'obiettivo prefissato di 500 passeggeri e prevediamo di chiudere l'anno con circa 1000 passeggeri. Fondamentale per Futurviaggi la collaborazione con l'Ente del Turismo Thailandese, con cui portiamo avanti diverse iniziative, in particolare la Amazing Thailand & Thai Airways Golf Cup: il 27 ottobre si terrà la finale a Pattaya. Il Golf è uno dei nostri segmenti più importanti, insieme ai viaggi di nozze. Puntiamo su un prodotto di qualità e

alto livello, con hotel a 4 e 5 stelle. Nel 2013 abbiamo vinto il



“*Puntiamo su un prodotto di qualità e alto livello, con hotel a 4 e 5 stelle. Nel 2013 abbiamo vinto il premio Friend of Thailand del Ministero del Turismo Thailandese come operatori internazionali*”

Gianni Iorio

notazioni per queste scelte, ma l'Ente del Turismo ci ha appoggiato pienamente.

I fatti della scorsa primavera si sono risolti pacificamente come ci aspettavamo. Non ci siamo preoccupati, durante il periodo del coprifuoco avevamo dei turisti sul territorio che hanno potuto tranquillamente godersi la loro vacanza.

Per il 2015 continueremo con i nostri appuntamenti dedicati alla formazione sulla destinazione, in collaborazione con l'Ente del Turismo Thailandese. Entro la fine del 2014 avremo una serata dedicata agli agenti in Sardegna.



www.futurviaggi.eu

[it-it.facebook.com/futurviaggi.touroperator](https://www.facebook.com/it-it.facebook.com/futurviaggi.touroperator)

Risalendo la Thailandia

DAL MARE DELLE ANDAMANE AL GOLFO DEL SIAM

Itinerario di 6 giorni - 5 notti con partenze private giornaliere. Le principali mete che si toccano nell'itinerario sono Nay Yang Beach, Khao Lak National Park, Laem Son National Park, Khao Sam Roi Yot National Park, Phetchaburi Area. Quota pacchetto tour a partire da € 900 per persona, con trattamento base di BB.

ALCUNI SOGGIORNI MARE - Volo da Roma e Milano e soggiorno 7notti con trattamento base di BB a Koh Thao e Koh Lanta a partire da 860 euro per persona, tasse escluse.

- Volo da Venezia e soggiorno di 7 notti con trattamento base di BB a Khao Lak a partire da 950 euro a persona, tasse escluse.



www.sardiniainternational.com

Thailandia tailor made

Nella variegata offerta sul lungo raggio presentata da Sardinia International Travel, la destinazione Thailandia continua ad arricchirsi, sempre seguendo la tradizionale filosofia dell'operatore. «Fin da quando abbiamo inserito nei nostri cataloghi questo Paese - afferma Fabio Tota, responsabile del prodotto Oriente - abbiamo cercato di offrire un taglio sartoriale, per poter dare la giusta importanza a tutti i brand di clienti e soddisfare le diverse esigenze. Ora il prodotto si va ampliando sempre di più, anche in relazione alla domanda che ci arriva dagli agenti di viaggio che sono nostri diretti clienti.

«E i risultati ci stanno ripagando, perché l'attenta selezione delle strutture e dei vettori aerei, con i quali stiamo instaurando ottimi contratti, fa sì che il nostro prodotto stia diventando un punto di riferimento per le agenzie di viaggio che cercano attenzione e serietà. Perché questo funzioni ci rifacciamo sempre alle nostre esperienze di viaggio e ai collaboratori locali che sanno bene cosa cerchiamo e conoscono le nostre esigenze.

«Quotidianamente diamo spunti e informazioni dettagliate ai nostri clienti facendo nascere così la voglia di far conoscere nuove mete e nuovi itinerari su una de-



stinazione che offre davvero tanto, quale è la Thailandia».

Il catalogo di Sardinia International Travel propone infatti, oltre ai tour, alle escursioni e alle mete consolidate come Bangkok, Pattaya, Krabi, Phi Phi Island e Phu-

ket, anche alcuni gioiellini di mare e natura che sono ancora tutti da scoprire per il turismo italiano.

«Il nostro proposito - prosegue Tota - è quello di sviluppare tutte quelle destinazioni come Koh



Lanta, Koh Yai Yai, Koh Lipe o l'area dei parchi a sud di Bangkok fino ad arrivare a Phuket, che il mercato al momento non conosce perché poco "nominate". Vogliamo essere sempre un passo avanti e continuiamo a crescere. I tour combinati Thailandia e Indocina stanno diventando per noi un must e con la nuova programmazione intendiamo garantire partenze regolari a date fisse. Tutte le nostre mete asiatiche sono facilmente combinabili con la Thailandia e sappiamo che questo è un punto di forza da sviluppare sempre di più».



“*L'attenta selezione delle strutture e dei vettori aerei, con i quali stiamo instaurando ottimi contratti, fa sì che il nostro prodotto stia diventando un punto di riferimento per le agenzie di viaggio che cercano attenzione e serietà*”

Fabio Tota



www.sardiniainternational.com

www.facebook.com/sardiniainternationaltravel?fref=ts



Segui il Report anche su **Speciale Thailandia** **@SpecThailandia**



«Concentrati su ciò che conosciamo bene» Viaggi su misura e assistenza italiana in loco



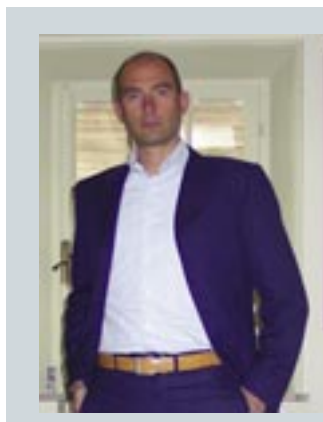
Filippo Tura, Sales Manager di Mosaico, dichiara: «La nostra filosofia è "facciamo poco ma bene". Siamo uno dei pochi tour operator non generalisti e specializzati nel Sud Est asiatico. Ci piace concentrarci su ciò che conosciamo bene e offrirlo al meglio. Una scelta difficile ma che ripaga, soprattutto adesso che la clientela è davvero esigente e preparata. E' fondamentale, oggi fare scelte nette: Mosaico è in vendita solo ed esclusivamente nelle agenzie di viaggio: è molto importante per noi il lavoro dell'agente di viaggio nell'illustrare ed evidenziare al cliente la nostra offerta. «Svariati sono i servizi che Mosaico offre alle agenzie con cui col-

labora e gli strumenti per renderle preferibili rispetto ai nuovi competitor, ad esempio ritengo molto importanti i corsi di formazione e ag-

giornamento che offriamo gratuitamente agli agenti». A proposito della destinazione, Tura commenta: «Il Sud-Est Asiatico ha una grande caratteristica: oltre a posti meravigliosi carichi di storia, offre alberghi da sogno con un servizio di assoluta qualità a prezzi impensabili rispetto ad altri posti nel mondo. Questo ci ha permesso di fare una selezione di strutture di alto livello. Il nostro cliente-tipo è di fascia medio-alta, cerca qualità nei servizi turistici offerti, nelle sistemazioni alberghiere, nei dettagli, nella comodità e fluidità del viaggio. Tra i paesi del Sud Est asiatico che programiamo, la Thailandia è da sempre la più richiesta anche se la richiesta per il Myanmar è cresciuta tantissimo come anche l'Indonesia, su cui abbiamo registrato forti incrementi specialmente sui pacchetti Bali e Arcipe-



lago di Karimunjawa. La Thailandia ha retto bene agli eventi di carattere politico che hanno caratterizzato i primi sei mesi dell'anno, nonostante un rallentamento nelle prenotazioni dei mesi caldi. La gente ha imparato a filtrare le notizie dei telegiornali dal sensazionalismo e allarmismo che fa tanto audience. Abbiamo registrato un rallentamento delle vendite tra fine luglio e inizio Agosto poiché per solito la maggior parte delle conferme per quel periodo avviene proprio nei mesi in cui in Thailandia c'è stato il colpo di stato. A dimostrazione di questa teoria c'è l'elevata domanda sulla Thailandia che stiamo registrando per il secondo trimestre dell'anno. Le previsioni sono rassicuranti: stiamo ampiamente recuperando il rallentamento di Agosto e prevediamo di chiudere l'anno in crescita».



“*Siamo uno dei pochi tour operator non generalisti e specializzati nel Sud Est asiatico. Ci piace concentrarci su ciò che conosciamo bene e offrirlo al meglio. Una scelta difficile ma che ripaga, soprattutto adesso che la clientela è davvero esigente e preparata*”

Filippo Tura

Pacchetto Honeymoon

«Ultimamente abbiamo visto incrementare la richiesta di viaggi di nozze anche grazie ad agenzie che non lavorano con noi abitualmente ma che ci contattano in caso di pratiche importanti e spesso ci confermano. Un Viaggio di Nozze Mosaico nel Sud Est Asiatico, infatti, offre la possibilità di celebrare una luna di miele indimenticabile poiché arricchiamo queste mete con servizi da sogno ed offriamo agli sposi un Pacchetto Honey Moon con tante romantiche attenzioni e benefits esclusivi».



www.mosaicotouroperator.it

www.facebook.com/MosaicoTourOperator

Tour selection Thailandia d'autore

I viaggiatori cambiano: Auratours lo sa e riserva ai suoi clienti sconti davvero speciali: 150 euro di sconto sui viaggi di nozze, 50 euro di sconto a chi sceglie una seconda luna di miele per le nozze d'argento, 50 euro per i viaggiatori over 60 e 50 euro per chi festeggerà il compleanno durante il viaggio.



Segnali positivi anche per il futuro



Emanuela Terrizzi, responsabile del prodotto Oriente di Auratours, ha una visione decisamente positiva per la destinazione Thailandia: l'andamento generale sulla destinazione per il 2014 è "sempre in crescita", un segnale positivo che fa ben sperare anche per i mesi a venire. La reazione di sorpresa di fronte al rovesciamento politico della scorsa primavera, che ha portato al governo una giunta militare, e la conseguente decisione di instaurare il coprifuoco per alcune settimane (decisione che però ha solo lambito le principali località turistiche) avevano fatto temere agli operatori italiani una disaffe-

zione da parte del pubblico, ma la risoluzione pacifica della crisi politica e la passione degli italiani per la Thailandia hanno

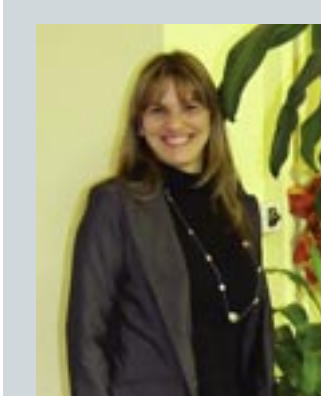
consentito alla destinazione di mantenere un ruolo di primo piano. Commenta Terlizzi: «Nel momento-clou dei disordini, in concomitanza con il coprifuoco, abbiamo avuto qualche cancellazione, ma per fortuna è durata solo pochi giorni poi il coprifuoco è stato ridotto ad alcune ore ed alcune zone e la situazione è andata via via migliorando».

La Thailandia di Auratours rientra nel catalogo "Oriente e Pacifico, che include anche Australia, Giappone, Bali, Malesia, Indocina. Un'offerta completa che consente ai clienti di scegliere tra un ampio ventaglio di destinazioni.

Il target dei viaggiatori italiani diretti in Thailandia è variegato: «Sono coppie in viaggio di nozze ma anche molti giovani con budget limitato - afferma Terlizzi - da



quest'anno ho notato anche un incremento delle famiglie». Per quanto riguarda le destinazioni, «Bangkok e Koh Samui restano le mete più gettonate ma cresce anche la richiesta di tour nei territori del Nord della Thailandia». Per il futuro, annuncia Terlizzi, «continueremo a puntare sui nostri tour con partenze garantite a minimo 2 passeggeri (tre/quattro partenze a settimana). Proponiamo destinazioni mare meno conosciute delle solite Phuket e Koh Samui e quindi meno frequentate, per consentire al pubblico di scoprire la vera essenza della Thailandia».



“*Proporremo destinazioni mare meno conosciute delle solite Phuket e Koh Samui e quindi meno frequentate, per consentire al pubblico di scoprire la vera essenza della Thailandia*”

Emanuela Terrizzi



www.auratours.it

www.facebook.com/auratours.it



Mosaico

Solo Sud Est asiatico, esclusivamente con voli di linea

*“Tutto il meglio
nel migliore dei modi possibile”*

Specialisti in Viaggi di Nozze

Viaggi su misura in

THAILANDIA

MYANMAR

INDONESIA

FILIPPINE

HONG KONG

SINGAPORE

CAMBOGIA

VIETNAM

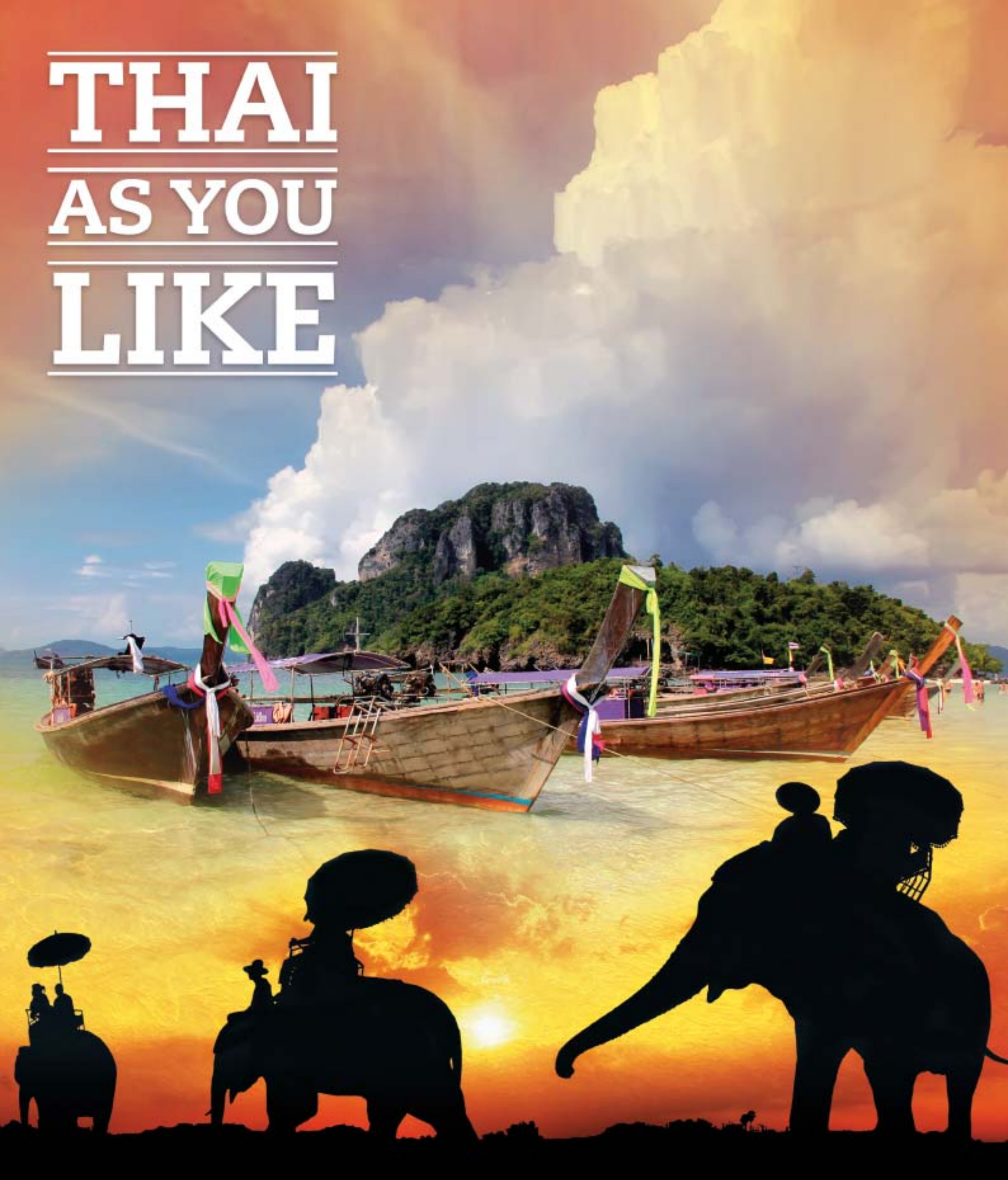
LAOS



Mosaico Tour Operator - tel. 0541.953125 - Fax 0541.954546
www.mosaicotouropoperator.it - mosaico@touropoperator.it



THAI AS YOU LIKE



COMMISSIONE del **20%** per la THAILANDIA

LA PROMOZIONE È VALIDA FINO AL 31/12/2014 SU TUTTA LA
PROGRAMMAZIONE THAILANDIA
(sono escluse le offerte speciali e le fiere).

Tel 06 7264351 | booking@auratours.it | www.auratours.it

 **AURA
TOURS**