Travel Open Day

& Italia Absolutely
Travel Talk, News & Experiences

presentano

TRAVEL OPEN DAY SUMMER PARTY!

L'evento più cool dell'estate

Partner dell'evento

Croazia Piena di vita · España · amazing THAILAND · Ferrovia retica · ISRAEL Land of Creation · Jambo Group

Boho CHIC

Roma 28 giugno 2022

Con la partecipazione di:

easy Parking – Il parcheggio ufficiale di Aeroporti di Roma · MSC Crociere · Beachcomber Resorts & Hotels – The Art of Beautiful · Albatravel – A WHL Company · Sardinia360 · Gastaldi Holidays to Live · mapotravel · Alpitour World

Il Regno Unito rimane il primo mercato incoming

QUALI SONO I TREND PER LA STAGIONE ESTIVA? E LE NOVITÀ PER IL PROSSIMO FUTURO?

«Nel primo quadrimestre del 2022 la Spagna ha accolto 15,8 milioni di turisti stranieri, +755% rispetto allo stesso periodo del 2021 - afferma Jorge Rubio, direttore ente del turismo spagnolo a Roma -. Nel solo mese di aprile (ultimi dati consolidati) sono stati 6,1 milioni gli arrivi internazionali (+ 869,8%), di cui la gran parte provenienti dal Regno Unito (20,4% del totale). Alle spalle dei britannici, tedeschi e francesi.

Il mercato italiano inizia a mostrare segnali positivi che indicano un netto trend di ripresa dei flussi, che ne fanno il quinto mercato più importante per la Spagna, con 297 mila turisti in aprile. Nei primi quattro mesi dell'anno gli italiani sono stati 854.214, +653,6% rispetto al 2021. La voglia di viaggiare degli italiani resta forte e la Spagna continua ad avere un'ottima posizione, per cui si prevede, con il miglioramento della situazione sanitaria, l'allentamento delle restrizioni e l'ampia offerta di collegamenti tra i due Paesi, che tali flussi si intensificheranno nei prossimi mesi, specie nelle isole Baleari e nelle Canarie. Inoltre i dati confermano la tendenza a realizzare prenotazioni last minute con soggiorni più lunghi.
Le attività previste nel Piano di marketing strategico di Turespaña 2021-2024 per questo mercato sono il recupero della domanda di qualità del mercato emittente e l'attrazione di un turista che contribuisca alla sostenibilità ambientale, sociale ed economica della destinazione».

Segnali positivi dall'Italia ma prevale il last minute

Nei primi quattro mesi dell'anno sono stati oltre 850 mila i nostri connazionali a recarsi in Spagna
I flussi si intensificheranno nei prossimi mesi, specialmente verso le isole Baleari e la Canarie

"Gli itinerari interattivi sono un nuovo strumento formativo a disposizione degli adv"

Jorge Rubio Navarro
direttore Ente Spagnolo del Turismo a Roma

A Tenerife la convention Fiavet 2022

QUALI INIZIATIVE AVETE IN PROGRAMMA IN COLLABORAZIONE CON TOUR OPERATOR E AGENZIE DI VIAGGIO?

«La programmazione delle attività di promozione dell'ente spagnolo del turismo segue la stessa linea dei primi sei mesi del 2022, con la partecipazione ai principali workshop ed eventi del turismo: la Borsa mediterreanea del turismo archeologico di Salerno, la Borsa del turismo Travel expo di Palermo, la presenza al salone delle Lingue Iaalca di Roma e anche la partecipazione al Meet the best, l'evento dedicato al settore degli eventi di alta gamma che si svolgerà a Matera. Inoltre la convention Fiavet 2022 avrà luogo a Tenerife.
Confermata anche la programmazione di microeventi e presentazioni al Centro multimediale interattivo di piazza di Spagna che, dalla sua apertura a ottobre del 2021, ha visto l'organizzazione di oltre 35 eventi con la partecipazione di più di 500 persone (giornalisti, agenzie e tour operator).
Da sottolineare l'attività di formazione portata avanti ormai da anni, che da questo mese conta su un nuovo strumento a disposizione degli agenti: gli itinerari interattivi https://tourspainit.travelexpert.academy/itinerari-interattivi/. Si tratta di proposte di viaggio in formato multimediale, che consentiranno agli adv di conoscere nuove destinazioni e prodotti per il turismo rurale, naturalistico, attivo, enogastronomico, nonché dedicato all'arte e alla cultura spagnola».

Gli altri protagonisti

easy Parking, il parcheggio ufficiale di Aeroporti di Roma

QUALI SONO I TREND PER LA STAGIONE ESTIVA? E LE NOVITÀ PER IL PROSSIMO FUTURO? AVETE INIZIATIVE IN PROGRAMMA IN COLLABORAZIONE CON TOUR OPERATOR E AGENZIE DI VIAGGIO?

L'estate 2022 di Aeroporti di Roma vede finalmente la prima ripresa dei flussi lungo raggio, Nord America in primis ma anche Australia, con il debutto del volo diretto Roma-Perth di Qantas. Da segnalare anche le novità di WestJet (Calgary) e di Gulf Air (Bahrain). Buone le prospettive anche per il traffico europeo. Tra aprile e ottobre 2022, i vettori hanno pianificato un livello complessivo di attività con punte anche superiori al 70% della capacità offerta rispetto allo stesso periodo del 2019. Da citare il ritorno di Singapore Airlines e di Aerolineas Argentinas, ripartite entrambe da inizio giugno, mentre a luglio sarà la volta di Latam, con il diretto Roma-San Paolo.
La ripresa del traffico aereo ha impatti positivi anche sul servizio di easy Parking, il parcheggio ufficiale di Aeroporti di Roma, che da Pasqua ha riaperto, dopo oltre due anni, i parcheggi Lunga Sosta. Con 11 diverse soluzioni di parcheggi, per oltre 9 mila posti auto, di cui oltre il 90% prenotabili online, si tratta della soluzione più comoda, sicura e conveniente per il passeggero in partenza da Fiumicino e Ciampino. Il nuovo servizio di tariffazione dinamica consente poi, prenotando online in anticipo, di risparmiare oltre il 50% sulle tariffe abituali del sito. E la convenienza di easy Parking continua anche dentro l'aeroporto: in esclusiva per tutti i clienti il 10% di sconto presso tutti i bar e ristoranti e presso i Duty Free.
Scrivici all'indirizzo partnerhip@adrmobility.it per attivare una convenzione per la tua agenzia di viaggio: per te fino al 20% di commissione su ogni sosta e tariffa agenti dedicate. Infine, da luglio sul sito www.adr.it/easyparking si potranno acquistare anche i voucher Fast Track per Fiumicino e Ciampino.

Ripartono i flussi lungo raggio: in primis Nord America, ma anche Australia con il debutto del Roma - Perth

MSC CROCIERE Un Mediterraneo da record

QUALI SONO I TREND PER LA STAGIONE ESTIVA? E LE NOVITÀ PER IL PROSSIMO FUTURO? AVETE INIZIATIVE IN PROGRAMMA IN COLLABORAZIONE CON LE AGENZIE DI VIAGGIO?

«L'estate è ormai arrivata e stiamo ricevendo un gran numero di prenotazioni per tutte le destinazioni, ma soprattutto per il Mediterraneo, dove abbiamo schierato un numero record di 15 navi - spiega il managing director Msc , Leonardo Massa -. L'ultima novità si chiama Bellissima che, a partire dal prossimo 9 luglio, effettuerà crociere nel Mediterraneo occidentale fino alla fine della stagione estiva. Grazie a questo schieramento Msc offre oggi il più alto numero di porti di imbarco nel mare Nostrum. La programmazione per il prossimo inverno non sarà da meno e prevede un'incredibile scelta tra 21 navi e oltre 190 destinazioni in 85 paesi diversi. L'offerta include crociere fino a 118 notti in tutto il mondo: dal Medio Oriente ai Caraibi, dal Mediterraneo al Nord Europa fino al Sud America e al Sud Africa. Msc quest'anno darà inoltre il benvenuto a due nuove navi per la prossima stagione invernale: la Msc World Europa (la prima nave a Gnl della compagnia) e la Msc Seascape».

"In estate nel mare Nostrum abbiamo schierato una flotta di ben 15 navi"

Leonardo Massa
managing director

BEACHCOMBER È ancora viaggi di nozze

QUALI SONO I TREND PER LA STAGIONE ESTIVA? E LE NOVITÀ PER IL PROSSIMO FUTURO? AVETE INIZIATIVE IN PROGRAMMA IN COLLABORAZIONE CON TOUR OPERATOR E AGENZIE DI VIAGGIO?

«Stiamo avendo un ottimo riscontro sulla stagione estiva, che conferma il trend positivo della destinazione Mauritius, in costante crescita fin dall'inizio della riapertura dei confini - sottolinea il direttore Italia Beachcomber Resorts & Hotels, Sheila Filippi -. Il periodo estivo sta vedendo il ritorno del target viaggi di nozze e dei matrimoni, che trovano nei nostri hotel le location ideali per realizzare il sogno di una vita. Il desiderio di ricominciare a viaggiare sul lungo raggio è evidente analizzando i numeri del mese di agosto e tutto questo ci porta ad avere delle aspettative positive anche sul prossimo autunno».

"L'estate sta confermando il trend positivo della destinazione Mauritius"

Sheila Filippi
direttore Italia - Beachcomber Resorts & Hotels

ALPITOUR Il ritorno del charter su Mauritius

QUALI SONO I TREND PER LA STAGIONE ESTIVA? E LE NOVITÀ PER IL PROSSIMO FUTURO? AVETE INIZIATIVE IN PROGRAMMA IN COLLABORAZIONE CON LE AGENZIE DI VIAGGIO?

«Una delle grandi novità per il prossimo inverno è sicuramente il ritorno dopo tanti anni del collegamento diretto con Mauritius, grazie a un charter Neos. Il tutto in concomitanza con la new entry Bravo Club Mauricia Beachcomber e con la prevista ripresa completa anche del long haul - spiega il chief product officer tour operating del gruppo, Franco Campazzo -. L'estate è infatti da sempre più vocata al medio e al breve raggio ma sta andando davvero bene, con i volumi persino superiori a quelli del 2019. A trainare le performance sono naturalmente il mare Italia, seguito da Egitto e Grecia, e poi la Spagna con le Baleari e le Canarie. A livello di distribuzione, al momento, abbiamo soprattutto offerte mirate con finestre di prenotazione ridotte: proposte adatte in particolare a intercettare la domanda dei clienti che entrano in agenzia senza ancora avere le idee precise sulla destinazione per la propria vacanza».

Franco Campazzo
chief product officer tour operating

"I volumi della prossima stagione calda saranno superiori persino a quelli del 2019"

Nei primi sei mesi dell'anno arrivi al 94% del 2019

QUALI SONO I TREND PER LA STAGIONE ESTIVA? E LE NOVITÀ PER IL PROSSIMO FUTURO

«Nonostante sia stato tra i primi settori colpiti dalla pandemia, il turismo è anche tra quelli che per primi hanno iniziato a riprendersi. E la Croazia è un esempio - spiega la direttrice dell'ufficio rappresentanza dell'Ente nazionale croato per il turismo in Italia, Viviana Vukelic -. Nel 2020 abbiamo raggiunto il 50 % e l'anno successivo il 77 % dei risultati record del 2019. Anche le misure del governo hanno fornito un grande contributo, principalmente al fine di preservare i posti di lavoro. Attualmente abbiamo raggiunto più di 17 milioni di pernottamenti, con un aumento del 152% rispetto all'anno scorso, arrivando al 94% della quota raggiunta nel 2019. Nel mese di giugno, abbiamo addirittura superato il numero di pernottamenti del 5% rispetto allo stesso periodo del 2019.
Siamo praticamente tornati ai trend pre-pandemia e ci prepariamo ad affrontare la parte principale della stagione estiva in cui prevediamo e speriamo di proseguire in maniera positiva.
A oggi gli italiani hanno realizzato 165 mila arrivi e più di 475 mila pernottamenti, con un aumento del 352% degli arrivi e del 249% delle presenze rispetto al 2021».

A giugno, presenze sopra i livelli pre-Covid

Le misure del governo hanno fornito un grande contributo, soprattutto al fine di preservare i posti di lavoro
Previsioni positive anche per l'estate, quando la destinazione mira a proseguire il trend positivo

"La Croazia in Italia è percepita come una meta vicina e sicura"

Viviana Vukelic
direttrice

Cresce l'appeal del Paese tra i giovani

QUALI INIZIATIVE AVETE IN PROGRAMMA IN COLLABORAZIONE CON TOUR OPERATOR E AGENZIE DI VIAGGIO?

«La Croazia in Italia è percepita come una destinazione turistica vicina e sicura. È una meta ideale per i diportisti, per turisti che vogliono scoprire un ricco patrimonio culturale e naturale e un'eccellente enogastronomia. Ma, soprattutto, sta emergendo sempre di più come una destinazione per i giovani. La Croazia si è preparata bene per il picco della stagione turistica, quando ci aspettiamo il maggior afflusso di ospiti stranieri. La campagna promozionale "La tua vita, il tuo tempo, la tua esperienza" è attiva fino alla fine di luglio in 14 mercati strategici, inclusa l'Italia, con l'obiettivo di promuovere la parte principale della stagione turistica e incoraggiare gli ospiti stranieri a venire in Croazia durante i mesi estivi.
L'Ente nazionale croato per il turismo in Italia in collaborazione con l'Ente turistico della regione di Zara ha organizzato un viaggio studio per gli associati della Fiavet Piemonte che insieme alla presidente Gabriella Aires hanno visitato le bellezze culturali e naturali di questa regione.
Oltre alla nostra presenza alla fiera Ttg a Rimini, le attività fino alla fine dell'anno saranno destinate agli agenti di viaggio, ai quali presenteremo le novità e i prodotti chiave delle diverse regioni croate, come per esempio nei vari workshop di Travel Quotidiano in programmazione».

GASTALDI HOLIDAYS
bene Stati Uniti e Nord America

QUALI SONO I TREND PER LA STAGIONE ESTIVA? E LE NOVITÀ PER IL PROSSIMO FUTURO? AVETE INIZIATIVE IN PROGRAMMA IN COLLABORAZIONE CON LE AGENZIE DI VIAGGIO?

«Siamo soddisfatti dell'andamento di Gastaldi che sta performando molto bene, in linea con il budget e con un'importante crescita delle destinazioni storiche dell'operatore quali Stati Uniti e Nord America, anche abbinati a estensioni mare, che rappresentano un'alta percentuale del fatturato fin qui realizzato - spiega Claudio Ardigò direttore commerciale di Sardinia 360 e Gastaldi Holidays, da quando il to milanese è passato a inizio anno sotto il controllo del gruppo Baja Hotels Travel Management -. Non ci sono a oggi rilevanti novità da segnalare, ma stiamo lavorando al consolidamento della programmazione dei prodotti core business, continuando un lavoro che era stato rallentato dalla pandemia».

"Stiamo lavorando al consolidamento della programmazione dei prodotti core business"

SARDINIA 360
Positivi i trend per l'alta stagione

«Per quanto riguarda Sardinia 360 riscontriamo trend molto positivi nelle strutture proprietarie di Baja Hotels e un'importante crescita delle prenotazioni e dei fatturati sui prodotti generalisti. Le tre strutture in commitment, l'hotel Cormorano, il Sentido Orosei Beach e l'hotel Marina Seada, che stiamo presentando al mercato da quest'anno, stanno avendo un buon riempimento fino a metà luglio e assorbono oggi le maggiori attenzioni commerciali - sottolinea sempre Claudio Ardigò -. L'andamento vendite registra numeri positivi su giugno e sulle prime tre settimane di luglio. Da quel momento in poi c'è ancora margine per incrementare i riempimenti; stiamo notando che quest'anno la clientela prenota molto sotto data, quindi auspichiamo che nelle prossime settimane si vada verso un sensibile incremento delle prenotazioni, soprattutto per agosto».

"Stiamo notando che quest'anno la clientela prenota molto sotto data"

Claudio Ardigò
direttore commerciale Sardinia 360 e Gastaldi Holidays

ALBATRAVEL
Contenti della nuova piattaforma hotel

QUALI SONO I TREND PER LA STAGIONE ESTIVA? E LE NOVITÀ PER IL PROSSIMO FUTURO? AVETE INIZIATIVE IN PROGRAMMA IN COLLABORAZIONE CON LE AGENZIE DI VIAGGIO?

«La stagione è iniziata con ottimi numeri, in linea con la ripresa del settore - spiega il direttore vendite, Luca Riminucci -. La crescita delle prenotazioni è stata supportata anche dalla nuova piattaforma hotel che abbiamo lanciato in autunno: uno strumento ancora più utile alle agenzie grazie a funzionalità inedite di ricerca delle strutture e delle offerte, che in questi mesi è stata continuamente aggiornata per offrire una fruizione sempre più performante e veloce. Con la riapertura delle destinazioni sono inoltre riprese le prenotazioni anche per prodotti di tour operating come gli itinerari a partenza garantita delle migliori dmc: in primis l'Europa, poi Stati Uniti, Messico, Giordania e i nostri pacchetti volo + hotel in tutto il mondo, per i quali sono state privilegiate le mete tipicamente estive e di mare. Siamo già al lavoro per presentare il prossimo autunno un rinnovamento globale della piattaforma albatravel.com che, dopo gli hotel, riguarderà i voli e tutti i servizi accessori, per offrire un prodotto finalmente completo e all'avanguardia per il settore. Come è sempre stato nello spirito Albatravel, appena si è potuto abbiamo ripreso a incontrare le agenzie sul territorio privilegiando momenti di workshop locali e siamo stati felici di ottenere un ottimo riscontro in termini di adesione e spirito di partecipazione».

"Siamo già al lavoro per presentare il prossimo autunno un rinnovamento globale del nostro sito"

Luca Riminucci
direttore vendite

MAPO TRAVEL
Luglio e agosto verso il tutto esaurito

QUALI SONO I TREND PER LA STAGIONE ESTIVA? E LE NOVITÀ PER IL PROSSIMO FUTURO? AVETE INIZIATIVE IN PROGRAMMA IN COLLABORAZIONE CON LE AGENZIE DI VIAGGIO?

«L'estate 2022 sta andando molto bene, siamo vicini ai livelli del 2019, l'ultima stagione prima della pandemia. Per i mesi di luglio e agosto si va diritti verso il tutto esaurito - osserva la general manager Barbara Marangi -. Lato estero siamo molto soddisfatti delle destinazioni Turchia e Sharm el Sheikh. La vera sorpresa e fiore all'occhiello del nuovo catalogo è però Cipro. Proprio pochi giorni fa abbiamo organizzato in sinergia con Go4Sea, nostro partner sul progetto, un educational per far toccare con mano agli agenti di viaggio l'alto livello delle strutture e la cura dei servizi. L'isola è uno straordinario incontro tra Oriente e Occidente, con spiagge fantastiche, importanti siti culturali e tante occasioni di divertimento. Una meta in forte ascesa e sempre più richiesta dai turisti italiani. Per il mare Italia, top seller del 2022 è la Puglia con strutture come il Mapo Village Plaia di Ostuni. Molto apprezzato il format la Vacanza in un mare di storia: un mix di mare e cultura che consente ai turisti di vivere due vacanze in una. Siamo al lavoro anche sulla stagione invernale. Tra le novità, accanto a Sharm, meta disponibile tutto l'anno, ci saranno anche Hurghada, Marsa Alam e le crociere sul Nilo».

Barbara Marangi
general manager

"Per il mare Italia, top seller del 2022 è la Puglia con strutture come il Mapo Village Plaia di Ostuni"

L'affluenza degli italiani, come previsto, è fortissima

QUALI SONO I TREND PER LA STAGIONE ESTIVA? E LE NOVITÀ PER IL PROSSIMO FUTURO?

«La stagione estiva è iniziata, numericamente parlando, nel migliore dei modi - afferma Enrico Bernasconi, rappresentante della Ferrovia retica in Italia -. Fortissima affluenza ogni fine settimana da parte della clientela italiana che ora, con la fine del calendario scolastico, sicuramente si svilupperà anche da lunedì a venerdì.
Non si tratta in ogni caso di una sorpresa, in quanto da tempo asserisco che abbiamo una lunga lista di attesa da parte di gruppi e individuali che non hanno potuto viaggiare durante i difficili mesi in cui, a causa della pandemia, non era possibile spostarsi all'estero. A questi si somma la "regolare" clientela estiva 2022, e i calcoli sono subito fatti. Dovremo essere molto bravi e attenti a gestire questa situazione. Non è e non sarà facile, ma...ce la faremo!
In previsione della stagione invernale, il nostro obiettivo principale sarà quello di proporre idee e programmi abbinati al Trenino. Cito per esempio Treno + slitta (Bergün, sempre più richiesta e apprezzata dagli italiani), Treno + sci (Diavolezza, che si trova sulla tratta del Bernina), Treno + camminate nelle strade innevate a fianco della ferrovia. Sono solo alcuni delle molte possibilità che andremo ad offrire».

Alla scoperta dei colori dell'autunno

Se da una parte l'impegno è al massimo per soddisfare la domanda estiva, dall'altra lo sguardo è già rivolto ai mesi di ottobre e novembre, periodo spesso ignorato ma dalle grandi potenzialità

"Diversi programmi e nuove idee abbinati al Trenino per i prossimi mesi"

Enrico Bernasconi
rappresentante
Ferrovia retica in Italia

Promozioni per i mesi di spalla con i nostri due to ufficiali

QUALI INIZIATIVE AVETE IN PROGRAMMA IN COLLABORAZIONE CON TOUR OPERATOR E AGENZIE DI VIAGGIO?

«Come da molti anni a questa parte (escluso ovviamente il periodo di lockdown e di chiusura delle frontiere), andremo a proporre, tramite i nostri due tour operator ufficiali in Italia (Il Girasole Viaggi Milano e Adrastea Viaggi di Tirano) programmi speciali a prezzi ridottissimi durante la stagione autunnale, e cioè per i mesi di ottobre e novembre. Si tratta di una azione che presenta un duplice vantaggio per la Ferrovia retica: occupare i posti in autunno (stagione intermedia e pertanto senza la grossa affluenza estiva o invernale) e promuovere in generale il Trenino Rosso con offerte accessibili veramente a tutti (e in periodo di crisi economica, quale stiamo vivendo e purtroppo dovremo vivere anche per diverso tempo, non è cosa da poco!).
I programmi di viaggio che saranno allestiti e proposti dai due operatori saranno ovviamente disponibili a tutte le agenzie di viaggio che ne avranno interesse e ne faranno richiesta.
L'autunno è una stagione spesso ignorata dalla clientela. Mi permetto di affermare "a torto", in quanto i colori che regala questa stagione sono unici e imparagonabili».

Rilancio della promozione, dal deserto al mar Rosso

QUALI SONO I TREND PER LA STAGIONE ESTIVA? E LE NOVITÀ PER IL PROSSIMO FUTURO?

«Tra le novità del prossimo inverno, si segnala l'attività dell'Aeroporto Internazionale Ramon di Eilat - afferma Kalanit Goren, direttrice dell'Ufficio Nazionale Israeliano del Turismo in Italia -. Sarà così più facile che mai raggiungere per le vacanze invernali il nostro bellissimo deserto e soggiornare sulle rive del mar Rosso. Il Ministero del Turismo ha annunciato piani di sviluppo turistico dedicati alla promozione di queste aree.
Per quanto riguarda la stagione in corso, tengo a precisare ed è assolutamente fondamentale sapere che tutti i luoghi sono aperti e ritornati alla normalità. I siti turistici hanno ripristinato anche gli orari in vigore prima della pandemia e i flussi dei visitatori sono tornati anch'essi alla normalità».

Raggiungibilità e formazione al top

Tra le novità della prossima stagione invernale spicca l'attività dell'aeroporto internazionale Ramon di Eilat, mentre tra le priorità dell'ente rimane quella legata al training di agenti e operatori

Massima visibilità agli eventi e spazio anche al Mice

QUALI INIZIATIVE AVETE IN PROGRAMMA IN COLLABORAZIONE CON TOUR OPERATOR E AGENZIE DI VIAGGIO?

«La nostra parola d'ordine è "formazione". Abbiamo appena concluso quattro appuntamenti in collaborazione con Ita Airways e Msc Crociere che ci hanno visto presenti a Milano, Roma, Napoli e Bari. Abbiamo organizzato due importanti incontri di formazione a Roma e Milano in collaborazione con Going ed Msc. Inoltre, un roadshow per il mondo legato al turismo religioso coinvolgendo alcune importanti realtà di Opere di Pellegrinaggio e/o tour operator specializzati nel turismo religioso e/o di gruppo tra cui: Odpt di Torino; Si Viaggiare di Palermo.
Cerchiamo di rispondere ad ogni sollecitazione e stiamo lavorando su un numero alquanto elevato di "content cooperation" così da riuscire a soddisfare ogni richiesta. Puntiamo a dare massima visibilità agli eventi in Israele: non dimentichiamo per esempio il Gay Pride di Tel Aviv che ha visto la partecipazione di 170 mila persone. Siamo aperti a collaborazioni anche con gli aeroporti, così come vorremmo investire sul segmento Mice».

"Tutti i luoghi sono aperti e tornati alla normalità"

Kalanit Goren
direttrice dell'Ufficio Nazionale Israeliano del Turismo

Obiettivo ripresa piena a medio termine

QUALI SONO I TREND PER LA STAGIONE ESTIVA? E LE NOVITÀ PER IL PROSSIMO FUTURO?

«L'andamento della stagione estiva è solo la parte di un percorso rispetto al quale occorrerà avere pazienza, lavorando con atteggiamento positivo - spiega il marketing manager dell'ente, Sandro Botticelli -. Inevitabile non poter toccare i numeri a cui la Thailandia è sempre stata abituata, ma siamo fiduciosi che, nel medio termine, si potrà tornare ad avvicinare i livelli pre-Covid. In un clima generale di moderato ottimismo esiste però un tema contingente che limita fortemente la nostra possibilità di azione: il costo sproporzionato dei biglietti aerei rispetto al passato. Tariffe così alte ci costringano a lavorare al 20% delle nostre possibilità. Quindi è poco costruttivo procedere con comparazioni con i numeri splendidi che la Thailandia ha sempre fatto registrare. Le nostre previsioni parlano di un'estate caratterizzata da un andamento ancora abbastanza lento per quanto riguarda le prenotazioni. Confidiamo su uno sprint decisivo a partire dal prossimo settembre. Da quel momento è ragionevole pensare che si possa tornare a lavorare su flussi consistenti, che delineeranno un inverno importante».

Lo sprint decisivo arriverà a settembre

Si prepara un inverno importante per la destinazione
A pesare sull'estate c'è però il costo sproporzionato delle tariffe aeree rispetto al passato

"Stiamo studiando un calendario più organico di iniziative"

Sandro Botticelli
marketing manager

Il trade rimane al centro di tutte le strategie

QUALI INIZIATIVE AVETE IN PROGRAMMA IN COLLABORAZIONE CON TOUR OPERATOR E AGENZIE DI VIAGGIO?

«L'Ente nazionale per il turismo thailandese è abituato a lavorare velocemente. Dal momento in cui la situazione a livello globale è tornata pressoché alla normalità siamo partiti senza tentennamenti. A dire la verità, non ci siamo mai fermati. Abbiamo partecipato all'edizione 2022 della Bit di Milano con un nuovo stand e delle forme di coinvolgimento innovative come la realtà virtuale, dedicate a operatori e agenti. Abbiamo organizzato due fam trip. Il primo con i vincitori di un e-learning dedicato alla Thailandia e il secondo in collaborazione con Maavi (Movimento autonomo agenzie di viaggio italiane), con cui abbiamo sicuramente intenzione di continuare a cooperare nel futuro con nuovi progetti di questo tipo. Il trade rimane il focus principale della nostra strategia, sia per quel che riguarda le agenzie di viaggio sia per i tour operator, e stiamo studiando un calendario più organico di iniziative, webinar e incontri fisici che siano connotati sempre di più dall'originalità che ci distingue».

È ripartito pure il lungo raggio

QUALI SONO I TREND PER LA STAGIONE ESTIVA? E LE NOVITÀ PER IL PROSSIMO FUTURO?

«La stagione estiva procede molto spedita: abbiamo già raggiunto tutti gli obiettivi che ci eravamo posti all'inizio dell'anno, pensando a una stagione difficile dal punto di vista delle richieste che invece ci ha completamente smentito - racconta il ceo di Jambo Group To, Fabio Canci -. La destinazione Grecia, che rimane il nostro core business, ha raggiunto e superato i livelli del 2019, con poi la ripartenza anche del nostro lungo raggio tra cui Messico, Guatemala e Stati Uniti, oltre al successo dell'Egitto e del mar Rosso. Diciamo che siamo estremamente contenti e soddisfatti. Molto bene sono andate anche le nostre date di gruppo con partenze garantite e accompagnatore dall'Italia, che sono state scelte da tantissimi viaggiatori anche proprio per la presenza di un nostro responsabile programmazione come accompagnatore. Per l'inverno sono già aperte le prenotazioni su medio e lungo raggio, inclusi Egitto, mar Rosso, Messico, Guatemala e Stati Uniti; Sono state già programmate inoltre tre partenze garantite con accompagnatore dall'Italia: una New York a fine novembre per l'accensione dell'albero; un meraviglioso e affascinate Messico con Città del Messico, lo stato del Chihuahua e la Baja California a febbraio; oltre che un Cairo e crociera sul Nilo per Pasqua».

Un'estate al di sopra della aspettative

La Grecia, core business dell'operatore, ha raggiunto e superato i livelli del 2019
Ottimi i risultati anche delle date di gruppo con partenza garantita e accompagnatore dall'Italia

IlTuoConcierge.com permette alle adv di guadagnare anche senza effettuare la pratica

QUALI INIZIATIVE AVETE IN PROGRAMMA IN COLLABORAZIONE CON TOUR OPERATOR?

«Le agenzie di viaggio sono sempre state e rimangono l'unico nostro canale di vendita e per loro sono in continua evoluzione e preparazione offerte. Da sempre la nostra commissione di entrata è del 12% con facile possibilità di arrivare al 15%. Da sempre, poi, e anche sotto pandemia organizziamo dei veri e propri viaggi di formazione, per l'esattezza tre all'anno, sulle nostre principali destinazioni. Ricordo inoltre l'iniziativa IlTuoConcierge.com nata proprio sotto pandemia, che permette alle agenzie di guadagnare anche senza effettuare la pratica. Invito a contattarci immediatamente chi non dovesse ancora conoscere il nostro portale».

"Da sempre la nostra commissione di entrata è del 12%, ma è facile arrivare al 15%"

Fabio Cianci
Ceo del gruppo

Ferrovia retica

www.rhb.ch

Il Trenino rosso

Molto più di un semplice treno

Informazioni e prenotazioni

Ferrovia retica, Railservice, Tel +41 (0)81 288 65 65, railservice@rhb.ch