

AZORRE
DA **€160**
A/R-TASSE INCLUSE

C'è posto per la natura **TAP**
TAPPORUGAL
A STAR ALLIANCE MEMBER

flytap.it tapagents.it

Quotidiano Travel

www.travelquotidiano.com

CUBANA
Puerta de Cuba al Mundo

Cubana de Aviacion continua le sue operazioni per l'estate da Roma e Milano con destinazione Havana, Santiago de Cuba, Varadero, Holguin e Cayo Largo

www.cubana.eu
www.facebook.com/Cubana-de-Aviacion-Italia
Booking 067000714
biglietteria2@cubanaitalia.it
biglietteria3@cubanaitalia.it

Expedia® TAAP ISCRIVITI ORA Gratis!
PROGRAMMA AGENZIE DI VIAGGI www.expedia.it/taap

ANNO XXIX - N. 40-41
14-16 GIUGNO 2017

PREZZO PER COPIA
EURO 0,10

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, DCB FIRENZE

**TH RESORTS
E L'OPERAZIONE
CDP**

A PAGINA 7



**OTA VIAGGI
INCREMENTA
L'OFFERTA**

Ota Viaggi presenta nuove strutture, nuovi partner commerciali e una comunicazione molto innovativa.

A PAGINA 4

**AIR ARABIA MAROC
AGGIUNGE LA TRATTA
FIUMICINO-FEZ**

A PAGINA 6



Wtm 2017

Se sul serio l'Italia sarà main sponsor del Wtm 2017, è di sicuro la mossa più intelligente dell'Enit dal giorno della sua creazione. Vorrei sapere, ma solo per curiosità, a chi è venuta l'idea.

Gabriele Burgio: «La nuova liquidità ci permetterà di investire in progetti di ampio respiro»

Alpitour sempre più internazionale

Grande interesse verso il settore alberghiero. La Borsa è un'opzione

**OBIETTIVO QUALITY:
CHIUDERE IL 2017 A +10%**

TORINO - Quality Group procede a passi spediti verso l'estate. «A fine maggio - conferma il direttore commerciale, Marco Peci - la crescita media è stata del 12% con diversi andamenti a seconda del marchio e della destinazione. L'obiettivo è quello di chiudere il 2017 con una crescita intorno al 10%». Fra le novità, il lancio di ItalyScape, un marchio e azienda «che si occupa di incoming, nato dalla fusione dei reparti e clienti incoming di Mistral Tour e Raggiungere Tour Operator».

A PAGINA 4

Riggio: «Italia, Paese di low cost»



Il presidente dell'Enac, Vito Riggio, dopo aver annunciato la buona performance del trasporto aereo italiano, ha sottolineato il fatto che le low cost in Italia crescono molto di più rispetto alla media europea. A PAGINA 3

TORINO - Alpitour è un'azienda che si sta proiettando sempre di più sui terroristi internazionali.

«L'ingresso di un nuovo investitore nel capitale (Tamburi Investment Partners, ndr) è indubbiamente una prova molto importante dell'interesse e della fiducia che c'è nei confronti della nostra realtà e del settore del turismo in generale - ha detto in un'intervista al nostro giornale, Gabriele Burgio, presidente e ad del gruppo -. La nuova liquidità ci permetterà di investire in nuovi progetti - come si è potuto vedere con Alpitour France - ampliando il nostro raggio d'azione verso orizzonti sempre più internazionali». Previsti investimenti nel settore alberghiero. La Borsa è un'opzione.

A PAGINA 2

**MSC MERAVIGLIA
IN NAVIGAZIONE**

LE HAVRE - Battesimo ufficiale per Msc Meraviglia, prima nave del piano industriale da 9 miliardi di euro che prevede l'entrata in flotta di 11 nuove unità entro il 2026. «Il prossimo appuntamento è in programma in dicembre a Miami - precisa l'amministratore delegato, Gianni Onorato - dove battezziamo Msc Seaside». Intanto, Msc ha siglato un nuovo accordo con i cantieri Stx France per la realizzazione di due navi di categoria World Class più due in opzione. «Il nostro punto di forza - aggiunge il country manager Italia, Leonardo Massa - è la capacità di fare programmi a lungo termine».

A PAGINA 5

ERNEST AIRLINES: AMPLIA LE ROTTE DAL NOSTRO PAESE

MILANO - Entra nel vivo l'estate di Ernest Airlines che all'inizio del mese ha inaugurato i voli da Milano Malpensa per Tirana con un Airbus A319: «Questo è solo l'inizio - ha dichiarato il ceo David Girhammar -, siamo al lavoro per aprire nuove rotte, in Italia e



non solo». La compagnia punta a trasportare 500 mila passeggeri nel 2017, con un load factor attorno al 75% e incrementi significativi del traffico leisure. «Siamo sui gds con il codice H1 e alle agenzie di viaggio garantiamo commissioni sul venduto».

A PAGINA 6

www.karismatravel.eu/caraibi



CARAIBI

WWW.KARISMATRAVEL.EU
**KARISMA
Travel.EU**

TUI
Discover your smile

Tutto il mondo in un sorriso
volo + hotel o solo hotel su

www.tui.it

**INSURANCE
TRAVEL**

**PROTEZIONE
DA TUTTI
I RISCHI**

WE ARE I.T.

SOLUZIONI ASSICURATIVE PER IL TURISMO



www.i4t.it

In primo piano

Aree di maggiore interesse

- Per l'estate, le mete più solide sono quelle nel Mediterraneo, Italia inclusa. Per il lungo raggio restano in vetta i Caraibi, l'oceano Indiano e l'Africa

VOIhotels

VOCAZIONI SPECIFICHE

- Culturale e leisure

OBIETTIVO

- Offrire un format esclusivo e innovativo, che renda unica l'esperienza di ogni cliente

PROGETTO "HANDY"

- Al Donna Camilla Savelli, riserva ad ogni camera uno smartphone con guida turistica digitale e connessione free senza limiti

Investimenti

La nuova liquidità ci permette di investire in nuovi progetti

Borsa

La quotazione in Borsa è uno degli scenari possibili

Cina

L'obiettivo è di raddoppiare sui voli Neos i 10 mila passeggeri dell'anno scorso

«Il nostro interesse è principalmente rivolto al settore alberghiero»

ALPITOUR: RAGGIO D'AZIONE sempre più internazionale

INTERVISTA

di ISABELLA CATTONI

9,7%

Incremento VOIhotels rispetto al 2015

45,5 mln€

Fatturato consolidato VOIhotels del 2016

41,5 mln€

Fatturato consolidato VOIhotels del 2015

TORINO - A circa un mese dall'ufficializzazione della creazione di Alpitour France, il presidente e amministratore delegato del gruppo Alpitour, Gabriele Burgio, torna a parlare dei progetti di sviluppo in programma.

Qualche dettaglio sul nuovo piano industriale dopo l'ingresso di Tamburi Investment Partners...

«L'ingresso di un nuovo investitore nel capitale è indubbiamente una prova molto importante dell'interesse e della fiducia che c'è nei confronti della nostra realtà e del settore del turismo in generale. La nuova liquidità ci permetterà di investire in nuovi progetti - come si è potuto vedere con Alpitour France - ampliando il nostro raggio d'azione verso orizzonti sempre più internazionali».

Quali gli investimenti principali in programma?

«Dopo le recenti acquisizioni di Swan Tour, Press Tours e Sardegna.com, il nostro interesse è principalmente rivolto al settore alberghiero: abbiamo infatti arricchito la nostra collezione di VOIhotels con due nuovi hotel di lusso a Taormina, teatro dell'ultimo G7».

La quotazione in Borsa appare più vicina?

«Siamo entrati due anni fa nel progetto Elite di Borsa Italiana per accrescere la visibilità dell'azienda agli occhi degli investitori, quindi la Borsa è uno scenario possibile».

Come procede l'integrazione con Swan Tour e Press Tours?

«L'integrazione con gli altri marchi procede bene. Lo scorso mese abbiamo lanciato la prima operazione commerciale congiunta con Swan Tour al fine di sviluppare ulteriori sinergie, supportare le vendite e offrire vantaggi a partner e clienti».

Quali sono le aree di maggiore interesse per lo sviluppo dei diversi brand?

«La divisione tour operating ha un portafoglio di brand molto variegato e composito, condizione essenziale per poter offrire un ampio ventaglio di proposte adatte ai diversi target e alle loro specifiche esigenze. Per l'estate, le mete più solide sono indubbiamente quelle nel Mediterraneo, Italia inclusa. Per quanto riguarda il lungo raggio restano in vetta i Caraibi, l'oceano Indiano e l'Africa. Sicuramente con l'arrivo dei nuovi B787 Dreamliner il raggio d'azione si amplierà notevolmente: riusciremo a raggiungere con voli diretti mete prima impraticabili. Stiamo valutando tutta l'area del Sud-est asiatico e forse qualcosa si muoverà già dal prossimo inverno».

Qualche dettaglio sul focus sul settore alberghiero.

«Lo sviluppo di VOIhotels continua e segue le due vocazioni specifiche del brand: quella culturale e quella leisure. L'obiettivo è quello di offrire un format esclusivo e innovativo, che renda unica l'esperienza di ogni cliente. A questo proposito stiamo realizzando molteplici progetti al fine di garantire servizi che possano rappresentare un plus per i nostri ospiti: fra questi, il progetto "Handy", al Donna Camilla Savelli, che riserva ad ogni camera uno smartphone con guida turistica digitale e connessione free senza limiti, oppure gli investimenti per offrire spazi e programmi dedicati alle famiglie nei VOI4Family. Per quanto ri-

guarda i dati, nel 2016 la divisione ha raggiunto gli obiettivi, con un incremento rispetto al 2015 del 9,7%. Il fatturato consolidato del 2016 ha superato i 45,5 milioni contro i 41,5 dell'anno precedente. Un trend di crescita che procede positivamente anche nei primi mesi del 2017».

Qual è l'andamento della stagione e quali le prospettive di chiusura dell'anno finanziario?

«La stagione sta dando buoni risultati, in linea con le previsioni di budget. Particolarmente positiva quella relativa al tour operating, che registra una crescita brillante rispetto al 2016: la politica di advance booking ha contribuito, dando risultati persino superiori alle aspettative. Cuba registra una leggera flessione fisiologica dopo l'exploit dello scorso anno. Anche le altre divisioni sono in linea con le previsioni di crescita, confermando finalmente una ripresa concreta».

Gli obiettivi a lungo termine?

«Vogliamo continuare su questa linea e diventare un gruppo dal respiro sempre più internazionale. I progetti sono moltissimi e le sfide sono stimolanti: a breve arriveranno i tre Boeing 787 Dreamliner che ci apriranno destinazioni nuove, poi le attività di incoming che continuano a ritmo serrato, per non parlare degli investimenti in campo tecnologico che stiamo continuando a fare. È un percorso a piccoli passi che si sta realizzando con il supporto di tutti: siamo sulla strada giusta e ce lo confermano le 70 candeline che quest'anno spegniamo, sempre da leader nel settore».

Prospettive sul mercato cinese e sviluppo del progetto incoming.

«Sul fronte incoming continuano le operazioni per lo sviluppo del turismo nel nostro Paese: oltre alle attività già rese note con



Alpitour France è solo il primo tassello

Gabriele Burgio

Transat Canada, Alpitour Incoming ha stretto accordi con diverse società spagnole per vendere tour e trasferimenti nelle principali città d'arte italiane. Inoltre, avvieremo un'operazione ad hoc sulla Sardegna, sempre dedicata al mercato spagnolo, per offrire voli, trasferimenti, escursioni e hotel. Per quanto riguarda il mercato cinese, dopo il successo dell'esperimento dell'anno scorso, Neos ha riproposto il programma per il 2017, intensificando i voli e convogliando l'azione sull'aeroporto di Milano Malpensa: i collegamenti sono partiti a maggio e collegano Tientsin, Shenyang, Jinan e Nanchino. L'obiettivo è di raddoppiare i 10 mila passeggeri dell'anno scorso».

Un commento sullo sviluppo di Alpitour France e su possibili nuove aperture all'estero

«L'apertura della divisione Alpitour France a Parigi permette di avviare progetti dall'ampio respiro internazionale. Alpitour France è il primo tassello: ci siamo rivolti al mercato francese per le molte affinità e complementarità che lo legano a quello italiano. Un connubio che ci permetterà di estendere e destagionalizzare la nostra programmazione, acquisendo circa 30 mila clienti aggiuntivi e con l'obiettivo dei 100 mila nel 2022».