



# TTG

ITALIA



27 APRILE 2006 N. 35 ANNO XXXIV Prezzo per copia: €0,52 Bimestrale: Poste Italiane Sped. in Abbonamento Postale D.L. 353/2003 (com. in L. 27/02/2001 n° 46) Art. 1, Comma 1, DCB Torino Tasse Percu. [www.ttgitalia.com](http://www.ttgitalia.com) [ttgitalia@ttgitalia.com](mailto:ttgitalia@ttgitalia.com)

IL PRIMO PER DIFFUSIONE CERTIFICATA

GIRO DEL MONDO

## Buon Viaggio Network nelle mani di Soglia

L'annuncio a sorpresa è arrivato a Salerno, a chiusura di una delle sessioni di Fare Turismo: il Gruppo Soglia ha acquistato il pacchetto di maggioranza di Buon Viaggio Network. Le azioni sono state rilevate dalla ex Banca Popolare di Lodi. La notizia, divulgata dallo stesso presidente della holding Gerardo Soglia, rilancia l'azione del gruppo campano, già attivo nel comparto alberghiero con venti strutture ricettive. *A pag. 6*

## Crescita a doppia cifra nell'estate Eurotravel

Oltre ogni aspettativa: questi i primi risultati delle prenotazioni estive per il prodotto Mare Italia, che segnano un 20 per cento di crescita rispetto al 12 per cento prefissato. In forte aumento anche la percentuale di repeater: "A loro garantiamo sempre più prodotto diretto" spiega il presidente Cleto Benin, sottolineando come siano ormai 48 le strutture controllate dal t.o. *A pag. 9*

Si fa strada il trend dei soggiorni prolungati anche nei periodi di spalla

# Vacanze più lunghe



Aumentano i soggiorni lunghi. Secondo un'indagine dell'Isnart nel 2005 la spesa per vacanze degli italiani è stata complessivamente di 46 miliardi di euro, di cui più di 30 per l'acquisto di soggiorni prolungati, in crescita sul 2004 dell'8,1 per cento. Al tempo stesso gli short break registrano una flessione di 12,2 punti percentuali. A fronte di questa tendenza, che investe anche l'incoming con proposte di vacanze nel Belpaese più lunghe da parte degli operatori belgi e olandesi, i tour operator italiani non perdono tempo e nei cataloghi compaiono pacchetti dai 10 ai 13 giorni anche in periodi di spalla. *Da pag. 3*

STATI UNITI

## RITORNA IL SOGNO AMERICANO RIMANE L'INCOGNITA DEI VISTI

I t.o. registrano un netto aumento nelle prenotazioni

Ritorna la primavera per l'incoming negli Usa. I t.o. registrano prenotazioni in crescita: Hotelplan parla di un +10 per cento, Viaggiidea si muove su un +18 per cento, I Viaggi del Delfino vola verso il +20. Ma sul trend positivo incombe il passaporto bio-



metrico, che entrerà in vigore il prossimo ottobre. "Il tempo di attesa per il visto è di due mesi - commenta il direttore Caleidoscopio Mariangela Candiani - Mi auguro che l'esperienza di quest'inverno abbia insegnato qualcosa". *A pag. 7*

## La strategia Opodo per il podio italiano

Scalzare eDreams e salire sul podio delle agenzie online in Italia: questo l'obiettivo di Opodo, che ha chiuso il primo bimestre di attività italiana con vendite per oltre 2,5 milioni di euro. La società lancerà a maggio le proposte di dynamic packaging e annuncerà un accordo con un player editoriale, "mentre a settembre - spiega il country manager Roberto Riccio - avvieremo un prodotto sullo sci". *A pag. 5*

TURISMO METROPOLITANO

## L'architettura mette in risalto le capitali

I grandi designer progettano i nuovi monumenti del futuro

*A pag. 25*

## Conti in regola per Sviluppo Italia

Chiuso l'esercizio che ha segnato un incremento della capacità di attrarre investimenti

Si archivia tra le polemiche il bilancio 2005 di Sviluppo Italia, che si mette in tasca risultati di tutto rispetto per l'esercizio che ha visto il cambiamento al vertice, con il passaggio da Massimo Caputi a Ferruccio Ferranti. Ricavi a +14 per cento, 15.500 posti di lavoro creati e 9.200 nuove iniziative imprenditoriali e previsioni di crescita a doppia cifra per l'esercizio in corso: con questi risultati si sembra sentirsi al sicuro e non teme le accuse rivolte dal presidente della Regione Campania, Antonio Sassolino, sull'operato della società. *A pag. 15*



Con Galileo Leisure diventi più grande.  
Un grande Tour Organizer mondiale.

# La Lituania cerca spazio nel business del turismo

Boom economico per Vilnius, che nel 2009 sarà capitale europea della cultura



**ARRIVI**  
**45%**  
**CRESCITA 2005**  
Oltre un milione i turisti internazionali con un incremento esponenziale rispetto a due anni prima

**BOOM**  
**23.500**  
**TURISTI ITALIANI**  
I flussi turistici dal nostro Paese sono quasi triplicati rispetto ai 9.700 arrivi del 2003

La primavera lituana di prospettive per il Paese europeo con la crescita economica più tumultuosa (+10 per cento ogni anno). E dove anche il turismo è arrivato a sconvolgere la vita di questo angolo di ex impero sovietico.

Oltre 1 milione di arrivi due anni, su una popolazione di poco più di 3,5 milioni di abitanti. E l'Italia è uno dei mercati più curiosi verso questa destinazione baltica: 9.700 arrivi nel 2003, oltre 23.500 nel 2005. Gli investimenti se-

guono di pari passo con nuovi investimenti e stanno abbattono gli edifici barocchi del centro storico, protetto dall'Unesco. Di fronte alla Cattedrale un imponente immobile ottocentesco con segni di sovietica decadenza è nelle mani dei restauratori

e diventerà un Kempinski Hotel. Nella zona del Maris, dove sorge il Reval Hotel Lietuva, ora c'è una piccola schiera di grattacieli e un centro commerciale. L'economia lituana è capovolta e mette il turbo al cambiamento: i giovani sono relativamente ricchi perché hanno stipendi bassi ma adeguati al costo della vita, gli anziani sono lasciati alle loro pensioni decretate da Mosca. Questi hanno abbandonato la città con un esodo silenzioso, ed ora Vilnius ha l'effervescenza di un campus universitario globale. Tra un anno e mezzo arriva l'euro e il primo ministro Algirdas Brazauskas, di fronte allo stato maggiore dell'Omt riunito in città, si chiede: "Saremo pronti ad accogliere ancora più turisti? Siamo competitivi? Dovremo sfruttare i fondi strutturali europei, sviluppare la nostra promozione all'estero ed estendere la stagionalità". E questo entro il 2009, quando Vilnius sarà capitale culturale europea. La città e il Paese hanno tutte le carte in regola per essere una valida alternativa alle destinazioni del Nord Europa. Rispetto alla Scandinavia e alle isole britanniche si viaggia con budget pari ad un terzo o un quarto, e la qualità dei servizi non è molto inferiore. L'accessibilità aerea migliora con la rapida espansione delle no frills: FlyLal, ha inaugurato un volo da Roma che si aggiunge a quello da Milano mentre Ryanair vola da Londra.

Marco Trucco

*Lithuanian Tours racconta il successo*

## Gli italiani conquistano la città

Diciannovemila turisti movimentati nel 2005, di cui il 27 per cento, la fetta più grande, sono italiani. Questi i numeri della Lithuanian Tours, la principale agenzia ricettivista del Paese. Il general manager Kestutis Ambrozaitis, già presidente della Lithuanian Tourism Association, racconta così il cambiamento: "Fino a cinque anni fa il 90 per cento dei turisti arrivava in grup-



Vilnius si rinnova

po e il business era talmente scarso che in tutta Vilnius era difficile trovare souvenir. Da quando siamo entrati nella Ue l'interesse è esploso. In estate si sente

parlare solo italiano, e ormai in centro c'è un negozio di ambra in ogni isolato". Ma lancia un monito agli albergatori: "Non è ancora il momento di alzare i prezzi, altrimenti perdiamo il vantaggio competitivo".

## L'Italia è assente a Vivattur

Il nostro Paese manca l'appuntamento con la principale fiera lituana

Spagna, Turchia, Grecia, Croazia, Germania, Bulgaria, Tunisia, Egitto: tutti presenti, con il loro bello stand nazionale. Italia: assente. O meglio: rappresentata con un minstand della Regione Lazio e un altro angolo creato da un'agenzia di Cagliari che ha coinvolto la Provincia di Oristano, Sassari, il Comune di Cagliari, quello di Santu Lussurgiu e altri par-

tner privati. Questo è avvenuto alla fiera del turismo Vivattur di Vilnius, il principale appuntamento dedicato al settore per il mercato della Lituania. Così, mentre gli altri Paesi del Mediterraneo si presentavano in modo quantomeno coordinato, l'Italia era in ordine rigorosamente sparso. Non stupisce, poi, che sulle brochure dei tour operator

locali il nostro Paese sia quasi completamente assente. Il principale t.o., Novaturas, rivela che ha intenzione di aprire una programmazione charter a cominciare dal 2007. Ma la product manager Zivile Jurgaityte è sconsolata: "Difficile stabilire i contatti: non sappiamo da dove cominciare. E poi, rispetto agli altri Paesi, l'Italia è davvero troppo cara".

## Gli alberghi

PROSPETTIVE

Ricettivo in crescendo a Vilnius, ma la stagionalità è ancora breve per ottenere profitti consistenti

### Reval



Il più grande hotel della Lituania (291 camere) affiliato Worldhotels mantiene uno standard 4 stelle 'scandinavo'. "Ma non riusciamo ad alzare le tariffe a causa della concorrenza delle strutture locali di qualità inferiore" dice il direttore Juha Mähönen

### Stikliai



Il primo boutique hotel della città di Stikliai, entrato nel prestigioso circuito Relais&Chateaux, è la punta di diamante di Vilnius. Edificio storico, camere romantiche ed un ristorante dall'atmosfera medioevale-nordica che fa tanto Re Artù

### Grotthuss



Piccola struttura di charme, impeccabile, con vista sulle antiche mura cittadine. E a tariffe con cui ormai gli italiani si sono rassegnati a trovar camera in anonimi hotel anni '70. Il bello della Lituania è che il lusso è accessibile