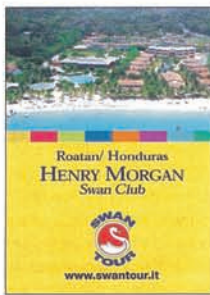


IL QUOTIDIANO DELLE ADV

agenzia di viaggi

FONDATA NEL 1965



AmorOriente THAILANDIA e ORIENTE

Anno XLV - N. 47/51 - lun/ven 16-20 marzo 2009 • Prezzo per copia € 0,60 - Abbonamento € 100,00 - Abbonamento Formula Club € 250,00 - Prezzo per modulo € 56,00 www.agenziadiviaggi.it - Quotidiano in abb. post. 45% Art. 2 comma 208 Legge 662/96 Roma
 Redazione, Amministrazione e Pubblicità diretta: 00193 Roma Via Tacito, 74 Tel. 06.32600149 • Fax 06.32600168 • Milano: Tel. 02.36522784 • Fax 02.36522954 • Numero Verde 800.882203. A diffusione nazionale: Nord 51%, Centro 26,6%, Sud ed isole 22,4%

2 IN ALLEGATO
Il Canada di Reima Tours



10 CINA
Le proposte dei tour operator



17 FAMIGLIE
I pacchetti per Pasqua & Ponti



SPECIALE CINA
SPECIALE FAMIGLIA&PONTI

ANTEPRIMA

► Assemblea Ordinaria dei soci Fiavet Lazio

Prima convocazione per l'Assemblea Ordinaria dei Soci Fiavet Lazio il 30 marzo, alle 23,30, all'Hotel Universo - Via Principe Amedeo 5/b - Roma. L'Assemblea dovrà deliberare, tra l'altro, sull'elezione del nuovo Presidente e del Consiglio Direttivo.

► Negli Usa senza visto

L'ambasciata americana in Italia ricorda che già dal 12 gennaio è obbligatorio ottenere prima della partenza per gli USA l'autorizzazione ESTA (Electronic System for Travel Authorization) con il programma "Viaggio senza Visto".

► La Torino-Roma di Blu-Express.com,

Blu-express.com conferma per l'estate il suo impegno sulla Torino-Roma, con cinque voli al giorno e due in più ogni lunedì da Roma e venerdì da Torino, a tariffe da 35,99 euro tasse incluse. «Un programma chiuso con grande difficoltà - informa una nota - per problemi sugli slot: ad esempio per i voli del mattino da Torino, dove Assoclearance non ha concesso per mancanza di spazi, gli orari che Blu-express.com già aveva in precedenza».

Il desktop che integra tutti i segmenti, anche low cost, in un solo PNR

Travelport Universal

Sabatino: «Tutto quel che si prenota online entra nel GDS»

Si chiama Travelport Universal Desktop, arriva entro il 2009 e porta in adv una mole mai vista di prodotto da combinare in pacchetti identificati da un solo Universal PNR. «Tutto quel che si può prenotare online si prenoterà anche nel GDS» annuncia Damiano Sabatino, regional general manager Travelport. Tanto Universal che sono in corso colloqui con Sabre e Amadeus, verso l'integrazione.



Damiano Sabatino

> segue a pag. 2

DESTINAZIONI

Il Dragone ambizioso, Cina in forte progresso

La Cina capitalizza il ritorno d'immagine conquistato con i Giochi Olimpici, e in pochi mesi dal debutto italiano l'Ufficio Nazionale del Turismo Cinese ha stretto un dialogo assiduo con il trade: «Gli arrivi dall'Italia stanno tornando ai livelli ottimi del 2007 - dice il direttore Xiong Shanhua - siamo ambiziosi, dai t.o. arrivano segnali



molto positivi». E si prepara il roadshow, nelle città, incontro alle adv. > a pag. 4

Villaggi, crociere, parchi a tema: pricing flessibile per un target strategico

Famiglie, vince l'incentivo

Agevolazioni tariffarie, promozioni per l'advance booking, gratuità di servizi e pernottamenti: alla vigilia di una stagione estiva poco prevedibile, da affrontare giorno per giorno, gli operatori invitano le famiglie con marketing e pricing ad alta flessibilità.

Anche le compagnie di crociera propongono con-



dizioni molto interessanti per i nuclei familiari: Costa

Crociere e MSC Crociere ospitano gratis gli under 18, Royal Caribbean fa lo stesso con gli under 12.

Quanto ai grandi parchi tematici e divertimenti, aumenta l'offerta di novità sempre più coinvolgenti e tecnologicamente avanzate, sia per i bambini che per gli adulti.

> da pag. 14

CINA

Oltre 20 anni di esperienza
16 itinerari e 40 località
Più di 200 partenze di gruppo
Alberghi di 1a superiore e lusso
Pensione completa
con pasti occidentali
Guide e accompagnatori italiani
Viaggi individuali, di affari,
fiere e congressi

China voli in Cina con:

CHINASIA
THE REPRESENTATIVE

Via Tullio Levi Civita, 35 | 00186 Roma
Tel. 063601439 e.a. | Fax 0659001565
www.chinasia.it
Email: info@chinasia.it

con Phone & Go le Tariffe Nette sono Online.

Visita il nostro sito internet booking.phoneandgo.it/adv oppure telefona al nostro centro prenotazioni 0573-7777 e scopri le nostre promozioni.

EGITTO - MAR ROSSO - CANARIE - ANTIGUA KENYA - ZANZIBAR - MALDIVE - DUBAI MAURITIUS - SEYCHELLES - MESSICO SANTO DOMINGO - GRECIA - TURCHIA

Vacanze in linea

Bora Bora

Polinesia francese

13 giorni / 10 notti

Pasqua e Ponti di Primavera da € 3075

Pensione completa • Escursioni • Sport/Attività • Assistenza Italiana

PARADISO

Tel. Booking: 800 39 72 00
Tel. 06 39 72 00 68
E-mail: booking@clubparadiso.it
www.clubparadiso.it

WWW.TRAVELNET.IT

KARISMA TravelNet

Carabi • America Latina
Messico • Polinesia
Australia • Stati Uniti
Sud Pacifico

Karisma TravelNet - Via Fabio Numerio, 20-22 - 00181 Roma
Tel. (+39) 06 784424 - Fax: 06 78442430 Email: info@travelnet.it

Dopo la stasi legata all'effetto Olimpici, inevitabile e prevista da tutti gli operatori, è l'ora del rilancio di una destinazione dalle incredibili potenzialità di sviluppo. In termini statistici, la Cina – che nel 2007 aveva fatto segnare 219 mila arrivi dall'Italia di cui oltre 130 mila solo di traffico d'affari – presenterà un consuntivo 2008 con vistosi decrementi, che non sono stati ancora certificati dalle autorità.

Oggi il plus del prodotto è dato dal netto miglioramento delle infrastrutture che permettono un'ottimizzazione nei tempi di transfer da una località all'altra, e dalla forte riqualificazione che, proprio grazie alle Olimpiadi, hanno avuto gran parte degli hotel a disposizione dei turisti internazionali. Non a caso, a giudicare dalle risposte dei t.o. specializzati, c'è grande attesa per la ripartenza di una meta long-haul sulla quale si è investito molto in termini di programmazione.

Chinasia

Il nuovo catalogo *Cina di Chinasia* è composto da 64 pagine con 16 itinerari dai 9 ai 21 giorni, vanta oltre 220 partenze di gruppo. La nuova programmazione, dispone di date e quote valide fino al 31 marzo 2010.

«Chinasia – dice l'au **Giancarlo Monaco** – riconferma la partnership con la compagnia di bandiera Air China (col 95% di voli regolari e senza scioperi), ma vede anche

L'ora del rilancio

Dopo una stasi dovuta a varie cause, tra cui le Olimpiadi 2008, la destinazione asiatica si ripropone sul mercato del turismo con infrastrutture migliorate e una forte riqualificazione degli hotel

l'inserimento di un nuovo itinerario volato KLM e l'incremento della collaborazione con Lufthansa, Cathay e Swiss».

Oltre un quarto del catalogo è dedicato alla parte informativa, con indicazioni dettagliate per indirizzare il cliente-viaggiatore nella scelta dell'itinerario che più corrisponde ai suoi desideri e soddisfa le sue aspettative.

«Come avevamo previsto – prosegue Monaco – le Olimpiadi non hanno dato risultati positivi dal punto di vista turistico: erano e restano un business circoscritto all'ambito sportivo, con arrivi e consumi legati ai circuiti degli addetti ai lavori. Al momento portiamo in Cina una

media di circa 5.000 viaggiatori italiani l'anno; da gennaio siamo già a un +10% rispetto allo stesso periodo del 2007, e con questo trend positivo prevediamo di chiudere l'anno arrivando a un +15%. Ormai la Cina è una meta che può vantare ottime infrastrutture – che hanno diminuito notevolmente i tempi di percorrenza da una città all'altra – strutture

alberghiere di alta qualità e una perfetta organizzazione turistica.

Secondo Monaco «il consiglio che le agenzie devono comunque dare ai clienti è quello di affidarsi a un operatore specializzato per l'organizzazione del viaggio, in grado di garantire la qualità dei servizi offerti in loco e una guida professionale per cogliere al meglio lo spirito di un Paese culturalmente molto diverso dal nostro. Noi puntiamo alla formazione degli adv con il corso di e-learning *Cina da Specialisti*, online dal 12 gennaio con la seconda edizione realizzata in collaborazione con l'Ente del Turismo Cinese, e abbiamo in programma anche eductour riservati esclusivamente agli adv, più la partecipazione con un nostro stand alle principali Fiere del settore B2B».

Francorosso, Viaggidea

«Anche quest'anno puntiamo sugli itinerari più apprezzati che includono località classiche come Pechino, Xi'an, Shanghai, Guilin e Hong Kong – ci dice **Andrea Torino**, product manager Oriente – il cuore del catalogo è legato agli itinerari che combinano in vario modo queste città con l'eventuale possibilità di estensioni a Nanchino e Suzhou. Riconfermiamo poi la scelta di hotel di livello medio-alto con la caratteristica, soprattutto a Pechino e Shanghai, di essere molto centrali. A Pechino, il *Jianguo Garden* si trova a pochi minuti a piedi da piazza Tien an men e da via Wangfujing, mentre il *Salvo* di Shanghai permette di raggiungere in cinque minuti, sempre a piedi, il Bund e Nanjing Road».

La vera grande novità di quest'anno è legata all'introduzione del Giappone sul catalogo. «Il nostro nuovo prodotto Cina e Giappone ci permette di offrire al cliente una gamma di offerte sempre più ricca e anche ricercata (la combinazione Giappone e Polinesia è forse la miglior sintesi di questo concetto). Inoltre vogliamo solo sulla linea e quasi esclusivamente con vettori europei, Lufthansa e Klm, oltre a Thai Airways e Singapore Airlines per il Sud Est Asiatico. Per migliorare i collegamenti dall'Italia, sarebbe importante avere un vettore solido, che preveda però voli sia su Pechino che su Shanghai. La quasi totalità del traffico turistico acquista infatti viaggi con *open jaw*, ossia entrata in Cina su Pechino e ritorno in Italia da Shanghai (o viceversa), e l'eventuale programmazione di voli solo su una o sull'altra località, non avrebbe impatti efficaci per questo segmento di mercato».

Nell'approccio alle vendite la Cina è una destinazione *one shot*. Il numero di coloro

che ritornano è molto limitato. «Per questo motivo consigliamo di farla in maniera completa: gli itinerari proposti, soprattutto *Cina Classica* e *L'Impero Celeste*, vanno proprio incontro a quest'esigenza».

Un altro fattore importante è la scelta alberghiera. Spesso il fattore prezzo viene usato come elemento essenziale nell'acquisto di questi pacchetti «ma gli hotel prescelti e la loro posizione possono fare la differenza tra un viaggio piacevole e uno problematico. Infine – conclude Torino – l'assenza di soluzioni balneari adatte alla clientela italiana in Cina, ci porta a suggerire spesso l'acquisto di quelle combinazioni, come Cina e Thailandia, che ci rendono originali rispetto al resto dell'offerta presente in adv».

Il Tucano

Sono nove i percorsi per viaggi a lunga percorrenza disegnati da **Carla Milone** per il Tucano: dal più corto, solo 12 giorni a Xieba, nel Gansu, per il Capodanno tibetano, al più lungo, due mesi per un viaggio mitico, da Istanbul a Pechino, attraverso la *Via della Seta*,



La Cina delle tradizioni verso il futuro

**CINA 09
E ORIENTE**

CONSULTA IL NOSTRO CATALOGO
CINA E ORIENTE 2009:
VIAGGI DI GRUPPO
E INDIVIDUALI

**PRIMI IN ESPERIENZA
PRIMI IN QUALITÀ**

00198 Roma - Via Po 10
Tel. 06 8550831 (r.a.) - Fax 06 8552708
www.columbiaturismo.it

passando da Samarcanda e Fergana per arrivare, a ridosso delle cime himalayane, al Kashgar e nel deserto cinese del Taklimakan, le cui sabbie agitate dalle tempeste di vento, hanno sepolto e custodiscono intiere città.

«È assurdo pensare di visitare la Cina, comprese le sue grandi città, in sette giorni. La Cina è come l'Europa, custodisce al suo interno 100 popoli diversi, è stata culla di grandi civiltà, ha avuto nei secoli tante capitali e una storia lunga e importante, ancora oggi testimoniata dalle vestigia di grandi opere», sostiene Milone la cui programmazione, fuori rotta, cerca paesaggi e villaggi tradizionali, edifici d'epoca; cerca l'architettura delle case, delle case-fortezze, delle case costruite sull'acqua; le forme dei templi dedicati alle varie religioni, come il taoismo, il buddismo, il lamaismo; indaga sull'architettura dei paesaggi mutati nei secoli dall'opera dell'uomo, le terrazze delle risaie che modificano le montagne.

Il vettore è sempre Lufthansa, i gruppi sono piccoli, non più di 15 persone, gli itinerari studiati nei minimi particolari: viaggi avventura che diventano occasioni di conoscenza, che si riempiono di contenuti importanti, mentre davanti agli occhi dei viaggiatori sfilano le immagini delle yurte e dei cammelli, delle grotte affrescate dai primi monaci, delle montagne gialle, delle pagode variopinte, di immensi Buddha di pietra che sovrastano le rive di antichi fiumi.



Giancarlo Monaco

Hotelplan Italia

«Il nuovo catalogo estivo Hotelplan, in uscita ad aprile, sarà di durata semestrale – annuncia **Anna Gobetto**, product manager Cina-Giappone – Una nuova brochure che prevede una foliazione aumentata rispetto all'inverno, di 97 pagine. La versione stampata prevede 26 tour di cui due, per la prima volta, interamente virati al lusso, per offrire alternative a una programmazione generalmente standardizzata: *Cina deluxe* e *Cina storica* saranno un combinato di hotel di lusso e transfer, tutti su base privata».



Altre novità sono rappresentate dalle due pagine dedicate a Hong Kong con molteplici proposte di minitour quali estensioni dei tour individuali. Una pagina, poi, è dedicata ai viaggi in treno di lusso. Per i passeggeri aerei il t.o. si avvale di Air China, British Airways, Cathay Pacific, Dragon Air, Lufthansa e KLM.

«Fin qui la nostra programmazione. Va detto che la Cina sta uscendo da una stagione difficile: le Olimpiadi, il terremoto del Si-

chuan e la politica perseguita nei confronti del Tibet hanno danneggiato l'immagine del Paese e frenato l'arrivo dei turisti, e anche il budget invernale è rimasto al di sotto delle aspettative con una bassa incidenza sul fatturato generale di Hotelplan Italia. Le prospettive economiche per il 2009 non sono incoraggianti, ma nelle ultime settimane sembra essersi risvegliato un certo interesse».

Quanto alle modalità di vendita, la Cina di Hotelplan è un prodotto flessibile «che può soddisfare ogni esigenza – dice Gobetto – È richiesta quindi una profonda conoscenza della destinazione. Hotelplan investe da sempre sulla formazione degli adv; anche nel 2009 sono previste giornate di formazione *in house* e visite nelle singole adv e città, oltre a un booking specializzato».

UTAT - Caldana

«Caldana ha cambiato brand: quest'anno a vendere e distribuire il prodotto Cina sarà UTAT, recentemente rilevata dal gruppo Caldana», premette la responsabile commerciale **Arianna Pradella**. «Fermi restando i classici – la *Cina storica* (Pechino, Xian, Luo Yang, Long Men, Shaolin, Zhengzhou, Shanghai) e il *Triangolo d'Oro* (Pechino, Xian e Shanghai) – le novità sono incentrate su altri itinerari e destinazioni. Ci sarà un pacchetto per la *Via della Seta* e un altro che ci riporterà, dopo il terremoto, in Sichuan. C'è poi una serie di itinerari localizzati in una sola zona, a basso costo: *Pechino Express* e *Shanghai Express*, sei giorni e quattro notti nella capitale con una gita alla Grande Muraglia e un soggiorno a Shanghai con visita alle vicine città costruite sull'acqua: Zhouzhang e

Suzhou, la Venezia cinese».

Il costo di questi pacchetti si aggira sui 700 euro, ma fino a giugno, con la tariffa *companion* di Lufthansa, scenderanno ancora: circa 500 euro per persona a Shanghai, 400 per Pechino. «Ormai in Cina ci vanno tutti, non c'è più quel timore del continente sconosciuto che caratterizzava i viaggi di qualche anno fa – spiega Pradella – In più, noi abbiamo sul posto due uffici che garantiscono un'assistenza continua ai nostri clienti». Nel 2008 il gruppo Caldana ha portato in Cina circa 1.500 turisti italiani. UTAT propone anche viaggi didattici a Pechino per corsi di cinese, e a Shaolin per corsi di arti marziali.

Kuoni

«Le principali novità del catalogo Cina di Kuoni – dice **Fabiana Leggenda**, responsabile prodotto – riguardano viaggi individuali per chi conosce già il Paese e vuole esplorare le località meno turistiche, come la provincia dello Yunnan. Per quanto riguarda invece i tour, i cavalli di battaglia sono senz'altro *L'impero di Seta*, che ha riscontrato successo per i monaci Shaolin, *China Express* e il *Gran Tour della Cina*. L'edizione 2009 del catalogo ripropone gli stessi contenuti con nuove strutture di livello quali *Shangrila*, *Shatranj* e *Accor ad Hainan*. Riconfermati anche i partner aerei: Lufthansa, Cathay Pacific, KLM, Air China, Emirates e Air France».

Per Kuoni l'area asiatica rappresenta circa il 10% del fatturato «e l'andamento della Cina è stato soddisfacente nell'arco del 2007 con una crescita del +30% mentre il 2008 è stato un anno difficile, per ovvi motivi». Le prospettive per il 2009 sono positive e la Cina rientra tra le destinazioni su cui Kuoni punta per una crescita sensibile, dovuta anche a un fisiologico recupero. «Questo perché il Paese offre svariate possibilità, se si esce dai circuiti fissi, in zone ancora poco conosciute come le province del Sichuan e dello Yunnan, il mare dell'isola di Hainan e altre province che si aprono solo ora al turismo estero. Se poi si considera – aggiunge Leggenda – che l'italiano che si reca in Cina ha di solito una buona disponibilità economica ed è alla ricerca di un confronto tra la nostra cultura e la civiltà millenaria della Cina, direi che questo può facilitare le vendite, con una buona consulenza da parte dell'adv».

Lontano dai centri principali la qualità delle strutture ricettive scende di livello. «Anche nelle città queste strutture, comprese quelle di buon livello, non sono paragonabili agli standard asiatici, però stanno migliorando molto con nuove aperture internazionali e cominciano a farsi strada i boutique hotel».

Viaggi dell'Elefante

Il prodotto Cina incide sul fatturato di Viaggi dell'Elefante per il 15% circa. «Chiarmente parliamo dell'anno 2007 – precisa **Daniela Di Bernardino**, responsabile commerciale e marketing – in quanto il 2008 è stato un an-



Arianna Pradella

no terribile dovuto alla concentrazione nel Paese asiatico di una serie di eventi piacevoli e spiacevoli che hanno determinato un forte calo della richiesta da parte dei turisti italiani. Ora la richiesta è discreta, anche per il calo dei prezzi rispetto al 2008. Per i voli lavoriamo con Air China e Lufthansa: in termini di offerta da parte delle compagnie aeree la Cina è ottimamente servita».

Le preferenze dei clienti si concentrano sugli itinerari classici, che includono Pechino, Xian e Shanghai e, in aggiunta, altre città principali come Nanchino, Guilin, Suzhou a seconda della disponibilità di tempo. «Da qui un consiglio per le adv che in prima battuta potrebbero proporre questa tipologia di viaggio. Tra coloro che sono già stati in Cina e vogliono approfondire, registriamo una domanda crescente per itinerari che abbinino la Cina classica al Tibet, la *Via della Seta* o approfondimenti su temi etnografici».

Columbia Turismo

Alla Bit 2009 Columbia Turismo, specializzato sulla Russia, era presente anche come ospite nello stand dell'Ente Nazionale del Turismo Cinese. Il t.o. propone da tempo le rotte d'Oriente e presenta un catalogo sulla Cina su cui, per il 2009, si potranno scegliere nove itinerari. Tre le novità: *Le gole dello Yangtze*, crociera a bordo di nuove navi sul fiume che attraversa lo splendido Sichuan; *Azalea*, itinerario di 10 giorni che comprende, oltre a Pechino, Xian e Shanghai, anche Guilin; il tour classico intitolato *Mimosa*, che in 9 giorni e 7 notti offre la possibilità di visitare le principali mete turistiche. «La Cina si è ricavata una fetta importante del nostro fatturato – ci dice **Anselmo Baffigi** – e la sua percentuale di crescita è superiore a quelle delle altre mete che trattiamo, come Turchia, Baltico, Europa centrale, Scandinavia».

Dopo un 2008 in cui si è fermato tutto per vari motivi, «nel 2009, crisi economica e andamento dei cambi permettendo, crediamo in una ripresa che ci riporti ai numeri del 2007». Oggi la Cina, dal punto di vista delle



Le gole dello Yangtze

offerte ricettive, è una destinazione matura che offre una variegata serie di soluzioni adatte a ogni tipo di esigenza e di budget. Un problema può essere quello della lingua, sono poche le guide che parlano un buon italiano. «Ritengo giusto informare i clienti prima della partenza sui pro e contro, è un atteggiamento indispensabile per creare fiducia. Una fiducia che i clienti devono accordare a tutti gli addetti che conoscono in prima persona la destinazione e che mettono la loro esperienza a disposizione» conclude Baffigi.

Andrea Lovelock e Marco Colli



2009-2010

CINA

“...dovunque tu vada,
vacci con il cuore...”
(Confucio)



Metemozioni Tour Operator Roma
Tel. 0670476867 - www.metemozioni.it - info@metemozioni.it

SAREMO PRESENTI alla BMT di NAPOLI
dal 3 al 5 Aprile VI ASPETTIAMO al PAD. 6 STAND 6066

Il mito nel pacchetto

Dai tour operator specializzati sulla Cina una serie di proposte affascinanti, e con un ottimo rapporto qualità/prezzo. Oltre a Pechino, Shangai e Xi'an, tradizioni, cultura e... eclissi di sole

Chinasia

Chinasia t. o. propone il tour *Universo di colori*, un viaggio di due settimane alla scoperta dei tesori storici, culturali e ambientali di Chan'an (Xi'an), l'antica ca-

clude il viaggio. È un tour di 15 giorni e 12 notti con partenze tutto l'anno; quote da marzo a partire da 2.080 euro a persona comprensive voli da Roma Fiumicino, voli interni, trasferimenti, sistemazione in al-



pitale, Nanjing (Nanchino), la capitale vecchia e Beijing (Pechino), la capitale moderna. Ancora, le bellezze di Suzhou, Hangzhou e Shanghai, con cui si con-

bergo per 12 notti, pensione completa in alberghi di lusso e 1° cat. superiore, visite ed escursioni, guide locali.

www.chinasia.com

Columbia Turismo

Un viaggio di primo approccio in Cina non può trascurare alcuna delle mete proposte in questo itinerario: il tour *Mimosa* proposto da Columbia Turismo è un itinerario di 9 giorni che porta il turista tra Pechino, Xian e Shanghai nella culla della civiltà cinese, tra nuovo e antico.

Le partenze, per un minimo di 2 persone, sono previste da aprile a partire da 1.440 euro con voli di linea da Roma e Milano e soggiorno in alberghi quattro stelle.

www.columbiaturismo.it

Viaggi dell'Elefante

Viaggi dell'Elefante consiglia il tour *Il meglio della Cina*, Hong Kong inclusa. Quindici giorni in cui si visitano Shanghai, Suzhou,

Nanchino, Pechino, Xian, Guilin, Canton e Hong Kong.

Le versioni proposte sono due: *lusso e VIP*. La prima prevede sistemazione in alberghi 5 stelle e 5 stelle lusso: a Shanghai il *Radisson New World*, a Suzhou lo *Sheraton*, a Nanchino l'*hotel Jinling*, a Pechino il *Grand*, a Xian il *Softel*, a Guilin lo *Sheraton*, a Canton il famoso *White Swan* sull'isola di Shamian, ad Hong Kong l'*Hotel Langham*. La proposta VIP prevede alberghi "superlusso" a Shanghai, hotel *Four Season*, a Pechino, hotel *Regent*, e a Hong Kong, il famosissimo hotel *Peninsula*, dove è inclusa una cena nell'esclusivo ristorante del "China Club".

Gruppi di 28 passeggeri al massimo con assistenza di accompagnatore dall'Italia. Voli Lufthansa per un minimo di 10 partecipanti. Prezzo itinerario lusso: dal 10 aprile da 3.800 euro; partenze itinerario VIP: dal 19 aprile da 4.490 euro.

www.viaggidellelefante.it

Francorosso

Con Francorosso il tour consigliato è *Cina Classica*, un viaggio attraverso la storia, le tradizioni, la natura, la modernità del paese, visitando le città imperiali e i tesori naturalistici di una delle più antiche civiltà del mondo. Da Pechino a Xi'an, con la sua moschea e il famoso esercito di terracotta, a Guilin, una delle aree naturalistiche più affascinanti della Cina con la Grotta del Flauto di Canne, il fiume Li percorso con una crociera di un giorno, fino a Shanghai per ammirare il Tempio del Buddha di Giada, la città vecchia, il giardino del mandarino.

Queste e tante altre visite in un programma di 11 giorni/9 notti che parte da un costo di 1.940 euro a persona.

www.francorosso.it

Go Asia

Con Go Asia per l'eclissi totale di sole in Cina, prevista il 22 luglio. L'appuntamento con quello che viene considerato l'Evento Celeste dell'anno è per le 8.21 di mercoledì mattina nella cittadina di Anji, il miglior punto d'osservazione dell'eclissi della durata di quasi sette minuti nella sua fase finale. Un avvenimento più unico che raro, con la più lunga fase di oscu-



ramento totale.

Per l'occasione Go Asia di Torino lancia una speciale combinazione di 12 giorni/10 notti. Dall'Italia a Shanghai e da qui ad Anji per l'eccezionale fenomeno. Tappe successive Hangzhou (Lago dell'Ovest), Suzhou (la "Venezia d'Oriente" per la fitta rete di canali), Nanchino, Xian (visita all'Esercito di Terracotta) e infine Pechino (city tour).

Costo del pacchetto da 2.290 euro: volo da Milano e Roma, hotel, prima colazione e pensione completa (Shanghai esclusa). Partenze: 19 luglio.

www.goasia.it

Hotelplan

Cina Facile per Hotelplan, un tour con guide in italiano. Con un itinerario di 9 giorni e 7 notti si parte con visita a Pechino: a Tien An men, la Città Proibita, il Pa-



lazzo d'Estate, la Grande Muraglia, le tombe dei 13 imperatori Ming, la Via Sacra, il Tempio del Cielo. Si prosegue verso Xi'an per visitare l'Esercito di Terracotta, la Grande Pagoda dell'Oca Selvaggia, la Grande Moschea, il Museo Storico della Provincia. Infine Shanghai attraverso la Città Vecchia, il Giardino del Mandarino Yu, il tempio del Buddha di Giada e del Bund. Partenze ogni sabato da Roma con voli di linea: quote a partire da 1.660 euro a persona in camera doppia con trattamento di pensione completa.

www.hotelplanitalia.it

Il Tucano

La Cina antica, 11 giorni con Il Tucano Viaggi in un tour tra i grattacieli di Shanghai, i villaggi Ming, i pittoreschi canali. Un viaggio tra immagini e luoghi suggestivi che proseguirà verso Suzhou, Hangzhou, Tuxi, Huangshan e Pechino.

Partenze individuali tutti i giorni da aprile a ottobre; in base al numero di partecipanti le tariffe partono da 2.540 euro.

La quota comprende i passaggi aerei internazionali con voli di linea Lufthansa da/per Milano via Francoforte o Monaco; tutti i trasferimenti; sistemazione in hotel di categoria 5 stelle a Shanghai, Suzhou, Hangzhou, Tuxi e Pechino, 4 stelle a Huangshan; i pasti dettagliati nel programma; le visite ed escursioni come da programma; gli ingressi a monasteri, templi o musei

durante le visite guidate; l'assistenza di personale locale qualificato e di guide locali parlanti inglese e italiano in base alla disponibilità; l'assistenza di un accompagnatore dall'Italia per i gruppi a partire da dieci partecipanti.

www.tucanoviaggi.it

Kuoni

Italia, Pechino, Xi'an, Shanghai, Italia nel tour *China Express* proposto da Kuoni. Nove giorni e sette notti, partenze da aprile, quote a partire da 1.690 euro a persona in doppia (minimo 2 partecipanti).

Le quote comprendono voli, sistemazione in camera doppia, pensione completa, visite e guida in italiano. Sono escluse le tasse aeroportuali.

www.kuoni.it

In collaborazione con
l'Ente Turismo Cinese

AG VACANZE s.r.l.
Piazza Federico II, 2
00040 Pomezia (Rm)
Tel. 06 9106220
Fax 06 9107870
www.agvacanze.com

Estensione Soggiorni Mare

La CINA

di **Alberto Giuliano**

Oltre 150 Tours: Cina classica, Mongolia, Tibet e Yunnan
Viaggi individuali e di gruppo - Viaggi di Nozze - Viaggi d'affari e religiosi ecc...

20 anni di esperienza con propri uffici in Cina