

www.guidaviaggi.it

Anno XXXVII

1257
numero

23 Novembre 2009

CROCIERA CULTURALE SUL NILO



Egitto
M/n Nile Vision

DICEMBRE 09 / GENNAIO 10
8 GIORNI / 7 NOTTI
PENSIONE COMPLETA
CON ACQUA AI PASTI
VISITA DI DENDERAH INCLUSA da € 790 p.p.

www.besttours.it **best tours**

GUIDA VIAGGI

GIORNALI CERTIFICATE
CSST
n. 2008-1777
9.127 copie

SOGGIORNO BALNEARE



Mar Rosso

Sheraton Soma Bay Resort

DICEMBRE 09 / GENNAIO 10
8 GIORNI / 7 NOTTI da € 699 p.p.
MEZZA PENSIONE

www.besttours.it **best tours**

Poste Italiane Spa - Spedizione in Abbonamento Postale - D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 N. 46) Art. 1, comma 1, DCB Milano. In caso di mancato recapito rinviare all'ufficio CMP/CPO di Milano Roserio per la restituzione al mittente previo pagamento resi. - Prezzo per copia euro 0,50

INEVITABILE
Ogni nuova destinazione
passa da Albatravel



Albatravel
group

www.albatravelgroup.biz

Wtm: dal 2013 si ritorna in pista

Non facciamo finta di niente, la crisi c'è stata e i dati rilasciati dalle principali organizzazioni in occasione del Wtm parlano chiaro: l'Unwto prevede a fine anno un -5% di flussi internazionali di turisti e un -6/8% di spese. Euromonitor aggiunge a un -8% di arrivi un -16% di presenze alberghiere e un -14% di vendite di biglietti aerei. E il Wtm, per bocca del presidente Baumgarten, ipotizza ulteriori cedimenti nel 2010. Non disperiamoci, però: nel 2013 la corsa riprenderà.



Nel frattempo qualche segnale positivo c'è: le principali catene alberghiere pro-

seguono con i piani di sviluppo e agenzie come Enit, pur alle prese con budget

sottoposti a cura dimagrante, pensano a nuovi modi di fare promozione e revenue. E poi c'è la nomea dell'Italia: il Belpaese rimane sempre la destinazione più richiesta. Lo dice il ministro Brambilla, che lancia messaggi di fiducia: il 2010 potrebbe essere già di recupero e con le Regioni non c'è nessuna occasione di contrasto. Ma tra gli assessori per lo meno qualche dubbio serpeggia: il futuro di Enit e di un portale che sembra non decollare mai. DA PAG. 2

In questo numero



Continental in Star: nuovi equilibri

pag. 5



Marcia indietro per il settore congressi

pag. 8

Blu hotels più vicino al trade e al Mice

pag. 11

Deutsche Bahn innova i processi di vendita

pag. 12

Oriente: boutique hotel il nuovo trend a Bangkok

pag. 14

Voli in liquidazione

25.000 BIGLIETTI A 0€

VOLA GRATIS AMICO MIO.

TUTTO INCLUSO.

Si intensificano le promozioni sui voli aerei, una logica commerciale che si potenzia nei periodi di bassa stagione, per recuperare cash, riempire i posti vuoti sperando di fidelizzare nuova clientela. Ogni offerta ha comunque i suoi vincoli e le sue condizioni, periodi di prenotazione e di utilizzo del biglietto. Lo scopo, banale, è quello di riempire gli aerei. Le logiche di marketing con cui viene perseguito lo

scopo sono varie: si può cercare di indurre un passeggero a volare più spesso, si può tentare di attirare sull'aereo chi solitamente non vola o puntare a far spendere di più un viaggiatore di economy o indurre a far viaggiare due persone anziché una. Alla fine, le low cost insegnano, l'obiettivo si è spostato: non potendo guadagnare, meglio volare con gli aerei pieni. Resta il fatto che a fronte delle super-offerte, i valori dello yield nel

comparto aereo non brillano: rispetto ad un Bsp Italia che da gennaio a settembre registra una flessione del 23% sul venduto e del 6% in termini di biglietti, lo yield ha visto anch'esso un calo del 18%. Nel periodo estivo si sono raggiunti i picchi maggiori, con un giugno a -23%. E' pur vero che a settembre una timida ripresa c'è stata, con un -15% di yield medio. Ma si resta comunque su dei segni meno. A PAG. 4

WWW.TRAVELNET.IT

KARISMA TravelNet

EGITTO

SOGGIORNO A IL CAIRO A PARTIRE DA € 399

www.travelnet.it

Carabi - America Latina - Messico - Polinesia
Australia - Stati Uniti - Sud Pacifico - Egitto

Karisma TravelNet - Via Fabio Numerio, 20-22 - 00161 Roma
Tel. (+39) 06 784424 - Fax: 06 78442430 Email: info@travelnet.it

Cuba - Viareggio

AGUAS AZULES AMIGO Swan Club

SWAN TOUR

la vacanza è vacanza
www.swantour.it

Tieniti sempre informato

Approfondimenti
Interviste
Ricerche di mercato
Inchieste

Abbonati a Guida Viaggi settimanale solo 15 Euro l'anno

GUIDA VIAGGI

Osservatorio Guida Viaggi

I criteri di elaborazione delle inchieste

Soggetto realizzatore della ricerca:

Guida Viaggi tramite Call Center esterno

Tipo e oggetto della ricerca:

ricerca di tipo quantitativo a carattere nazionale

Metodologia:

interviste telefoniche con questionario strutturato

Universo di riferimento: popolazione di adv (7.500 adv)

Campione: rappresentativo delle adv per zona geografica

Estensione territoriale: nazionale

Consistenza del campione: Grafico a, 1° 296 casi 2° 306 casi; Grafico b 1° 317 casi;

Periodo di rilevazione: Grafico a 1° ottobre '09; 2° ottobre '08; Grafico b 1° ottobre '09,

Errore statistico: ± 3%

Le inchieste considerano le adv dal punto di vista numerico, assegnando a ciascuna lo stesso peso indipendentemente dal fatturato su una destinazione o un tipo di prodotto. I quesiti posti agli adv si riferiscono alla propensione alla vendita e non all'effettivo fatturato realizzato sul prodotto in questione. L'elaborazione dei dati avviene per la totalità del territorio italiano, per singola zona (nord, centro e sud Italia) e per ruolo ricoperto all'interno dell'agenzia da parte della persona interpellata (titolare di agenzia o banconista). Nel caso in cui non vi fossero particolari differenze tra i diversi risultati, l'elaborazione per suddivisione territoriale e ruolo non viene fatta. Al fine di dare al lettore la possibilità di analizzare i dati secondo le proprie esigenze, la nostra elaborazione dei dati si basa su semplici medie aritmetiche.

I dati pubblicati rappresentano solo un estratto della ricerca. Per ulteriori informazioni consulta www.guidaviaggi.it nella sezione Ricerche di mercato

ruolo molto importante nei commerci internazionali tra l'America, l'Europa, l'Arabia, la Cina, l'India e il Sud Est asiatico. Oggi è il centro politico, economico, sociale e culturale delle Filippine e fornisce assistenza e servizi completi per ogni azienda Mice - fanno sapere dalla rappresentanza italiana dell'ente - Il Philippine International Convention Center, costruito nel 1976, è stato per molti anni anche l'unico centro convention di tutta l'Asia. Attualmente è ancora il più grande di Metro Manila, seguito dal World Trade Center e dal Megatrade Hall". Sono stati creati alcuni programmi come il Mmm Incentive Package, che incoraggia il settore Mice a prendere parte attiva agli eventi internazionali che si svolgono a Manila e si sta cercando di promuovere la capitale come ideale destinazione per questo segmento.

Il fronte operatori

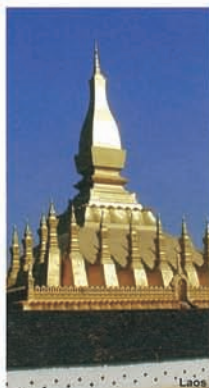
Cosa ne dicono, però, gli operatori? Il Mice funziona realmente in questi Paesi? "Il segmento è sempre più vario - affermano da Dimensione Turismo -, le richieste riguardano sempre più programmi originali ed alternativi a quelli classici". Enzo Vitale, direttore Incentive di Hotelplan afferma: "Abbiamo effettuato alcune operazioni di successo nell'area, una delle ultime, una convention per Alessi in Malesia che ha riscosso un grande successo per le esperienze che offre e la possibilità di unire la natura con un'offerta alberghiera di buon livello". Parlando del Sud Est asiatico in generale, "di certo incurio-

siisce molto i nostri clienti - continua Vitale - ma non tutti i paesi sono pronti per questo tipo di turismo, che richiede strutture di livello ed elevata efficienza da tutti i punti di vista". Oltre alla Thailandia, Go Asia "suggerisce fortemente le Filippine - commenta il titolare Ludovico Scortichini -. Zone come Cebu e Boracai, sono mete ideali per il Mice e sono anche servite da collegamenti aerei di compagnie come la Cathay. Altre mete come l'Indonesia, pur avendo ottime potenzialità e luoghi ideali al segmento, purtroppo hanno il problema di collegamenti interni coperti solo da compagnie aeree in black list e questo comporta problemi a livello assicurativo nell'organizzazione di gruppi". E' grazie agli operatori che si possono ricavare informazioni sul Mice in merito ad altri Paesi dell'area: "La Birmania - dice Bruno Gaddi, titolare di Earth Cultura & Avventura - non ha grandi potenzialità per il settore Mice, perché non possiede grandi centri congressuali in grado di ospitare meeting di lavoro. Malgrado ciò, abbiamo già sviluppato nel corso degli anni viaggi incentivi verso questa destinazione". Metamondo, pur essendo più concentrato sui tour culturali, "non trascura questo segmento - afferma l'azienda -. Questi paesi dal punto di vista del Mice sono in continua crescita, in particolare Thailandia e Indonesia, seri nel ricettivo, con infrastrutture adeguate, professionisti nel prestarsi a eventi legati al settore. Anche il Vietnam è in miglioramento".

Buono il rapporto qualità-prezzo

Migliorabile in alcuni Paesi il lato infrastrutture

Un buon rapporto qualità-prezzo, ma sono possibili miglioramenti in termini infrastrutturali e ricettivi. "Il paese con il peggior rapporto qualità-prezzo è sicuramente la Malesia (tranne la zona del Borneo) - afferma Laura Baccanelli de La Fabbrica dei Sogni -, mentre, viste le grosse potenzialità, dovrebbe migliorare le infrastrutture il Laos". Di diverso parere Paola Chiaraviglio, responsabile immagine e comunicazione di Quality Group: "Il rapporto qualità-prezzo è ottimo in Thailandia, in Malesia e anche in Indonesia; diversa è la situazione in Birmania - precisa la manager - perché le strutture sono poche e la richiesta è alta. Sicuramente la Birmania dovrebbe aumentare la sua ricettività. Trattandosi di paesi problematici, tutti hanno in qualche modo saputo organizzare l'industria turistica in modo più o meno soddisfacente. Ovviamente non sono paesi in cui si cercano buone infrastrutture: i turisti lo sanno e di solito accettano di buon grado quello che la meta può offrire da questo punto di vista". Anche secondo Andrea Mele, presidente e a.d. di Viaggi del Mappamondo "il rapporto qualità-prezzo è sicuramente altissimo in tutto il Sud Est asiatico". Per quanto riguarda la ricettività, "lo standard delle strutture alberghiere è tendenzialmente buono - sostiene Mele -; pensiamo che solo l'Indonesia dovrebbe ancora lavorare per arrivare al livello degli altri paesi". Positiva la visione d'ensemble anche di Andrea Torino, product manager per la divisione Easy - catalogo Viaggidea: "Il buon rapporto qualità-prezzo resta una dominante generale del Sud Est asiatico, soprattutto ora che le nuove situazioni del mercato internazionale hanno fatto rientrare alcuni eccessi che iniziavano a manifestarsi". Dal punto di vista della ricettività, Torino crede invece "che la Malesia, soprattutto per quel che riguarda la componente balneare della costa est, debba aumentare la propria offerta in funzione dell'aumento di richiesta che si sta manifestando". Nelle destinazioni più turistiche della Thailan-



stelle in su, e i ristoranti, ce ne sono a migliaia fuori e dentro gli alberghi, i centri commerciali". Miglioramenti potrebbero essere apportati nella "manutenzione strade, nel traffico, nella pulizia dei marciapiedi". In generale, le destinazioni presentano, anche per Roberto Servetti, brand manager di Amo l'Oriente, "un interessante rapporto qualità-prezzo e anche un'ottima ricettività". Per quanto riguarda quest'ultimo ambito Servetti aggiunge: "Sarebbe forse utile che la Malesia valutasse di investire sull'incremento dell'infrastruttura turistica. In particolare durante la nostra estate, le strutture adatte ai soggiorni mare non soddisfano i numeri delle richieste. Quanto alla gestione del turismo in generale, inoltre, sempre in Malesia registriamo qualche difficoltà ad avere guide che parlino italiano e

questo elemento rischia di limitare la richiesta verso la destinazione". Interessanti le annotazioni di Viaggi dell'Elefante: "Birmania e alcune zone del nord della Thailandia presentano qualche problema riguardante i servizi e potrebbero migliorare la parte ricettiva e delle infrastrutture. Malesia, Thailandia, Singapore e Indonesia hanno, invece, ottime strutture e servizi, con un buon rapporto qualità-prezzo". Per Fabiana Leggenda, responsabile prodotto Kuoni Estremo Oriente, India e Cina, "la Malesia è la destinazione che più potrebbe migliorare il rapporto qualità-prezzo, Cambogia e Laos se attuassero un maggiore sviluppo ricettivo sarebbero mete più facili da proporre". Qual è alla fine la meta con il miglior rapporto qualità-prezzo? Per Marco Pitorri, pm Asia di Dreamland, la Thailandia.

dia "sono ottimi i mezzi di trasporto, le guide professionali e munite di patentino, aeroporti e voli nazionali di alto livello dice Cecilia Dorigo, responsabile per la destinazione della divisione Easy - catalogo Francorosso -. Ottimo l'alberghiero, dalle 3

a capodanno la Cina vi aspetta



10 giorni, partenza 26 dicembre, per il programma dettagliato consulta il nostro catalogo web

su www.columbiaturismo.it

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



PRIMI IN ESPERIENZA PRIMI IN QUALITÀ