

Invemoducmilia89

# settemari club

mar rosso • tunisia • canarie



Tel. 011 9338893 www.settemari.it

# QUOTIDIANO Travel

Sardegna Toscana

## BiniViaggi

Tour Operator  
Le Vacanze nel Colosseo

PER INFORMAZIONI SUL QUOTIDIANO

**booking 0586 723.333**

POSTE ITALIANE SPA - SPED. IN AB. POST.  
D.L. 353/2003  
(CONV. IN L. 27.02.2004, N° 46),  
ART. 1, COMMA 1, CNS/AC-ROMA  
PREZZO PER COPIA EURO 0,10

**Galvo net**  
AGENZIE ASSOCIATE

**MACANZE**  
PENSIONI & DESTINAZIONI - TOURS BOOK

**RESPT**  
RESORTS

**EasyTravel**  
www.easytravel.it

...il più grande gruppo  
di agenzie viaggi d'Italia  
al tuo servizio!

numero verde: 800 134 305

Bruno Colombo rimane presidente del gruppo. L'assemblea approva il bilancio

## Il nuovo assetto di Ventaglio

Per gli azionisti di minoranza, nel cda entra Roberto Mazzei

Cura di fosforo

Sabelli sostiene che le Ferrovie usufruiscono degli aiuti di Stato. A parte che Fs è un'azienda di Stato, ma forse Sabelli dimentica che ha acquistato Alitalia senza debiti. Milioni di euro piombati sulle spalle dei cittadini. O no?

Viva Wyndham: 2008 in linea con l'anno precedente

Viva Wyndham punta i riflettori sul progetto Viva Residence e si lascia alle spalle un 2008 chiuso con un fatturato di circa «110 milioni di dollari, in linea con il risultato dell'anno precedente» dice il presidente Ettore Colussi.



Ettore Colussi

A PAGINA 11

MILANO - Bruno Colombo rimane alla guida del gruppo Ventaglio. Nel consiglio entra a far parte anche Roberto Mazzei in rappresentanza della lista presentata dagli azionisti di minoranza. Sempre da quella lista proviene anche Marco Tordelli, eletto sindaco effettivo. Molto aspra la contesa fra le due cordate. Ma dopo le votazioni, Roberto Mazzei afferma che «l'epoca della contrapposizione è superata». Intanto il Ventaglio continua con il suo piano di riduzione costi. Il bilancio è stato approvato 56,984% dei votanti favorevole contro 42,829% contrario; 0,186% astenuto.

A PAGINA 2

Se cerchi lavoro nel settore turistico, se hai qualche opportunità di impiego da offrire o se vuoi vendere o acquistare un'agenzia di viaggio, utilizza lo spazio che Travel Quotidiano riserva agli annunci gratuiti. Come? È sufficiente inviare il testo che vuoi pubblicare (massimo 60 parole spazi esclusi) all'indirizzo di posta elettronica: [travelannunci@iscali.it](mailto:travelannunci@iscali.it)

## Bora Bora

Polinesia francese

**MAITAI**  
POLYNESIA BORA BORA

13 giorni / 10 notti

A partire da € 2760

Pensione completa • Escursioni • Sport/Attività • Assistenza italiana



**CLUB PARADISO**

Tel. Booking: 800 39 72 00  
Tel. 06 39 72 00 68

E-mail [booking@clubparadiso.it](mailto:booking@clubparadiso.it)  
[www.clubparadiso.it](http://www.clubparadiso.it)

### Msc si espande anche in tempi di crisi

GENOVA - Msc Crociere prosegue sulla via dell'espansione e presenta una serie di iniziative realizzate in collaborazione con A.C. Milan. «La crociera - commenta il ceo di Msc, Pierfrancesco Vago, a margine dell'incontro - fidelizza il cliente anche nei momenti di crisi economica ed è una vacanza facilmente vendibile dagli agenti di viaggio. Inoltre, offre buoni margini di guadagno. Per questo le agenzie continuano a investire su di noi».

A PAGINA 8

SU QUESTO  
NUMERO  
DI TRAVEL  
LO SPECIALE  
CINA

DA PAG. 14 A PAG. 23

### Le rotte domestiche di Lufthansa Italia

MILANO - La sfida lanciata con l'avvio di Lufthansa Italia assume forme precise: la compagnia aprirà da aprile tre rotte domestiche da Malpensa per Roma, Napoli e Bari e baserà altri due A319 a Milano, in aggiunta ai precedenti sei. La prossima mossa potrebbe riguardare i voli intercontinentali «che porterebbero Malpensa nel nostro sistema multi-hub» dice Karl Ulrich Garnadt, membro del cda Lh.

A PAGINA 10

### Ethiad scommette sul Belpaese

MILANO - «L'Italia crescerà molto all'interno del mercato europeo, che rappresenta il 40% del nostro fatturato totale», così Marco Malato, country manager per il nostro Paese di Ethiad Airways, che spiega come il dato di riempimento del 2008 (80% per i collegamenti dall'Italia) sia stato «un'ulteriore conferma della validità della scelta di aumentare da tre a cinque i voli da Milano».

A PAGINA 9

### Travel & Tob ti aspettano a Globe

Pad 3 - Corsia 4 - St 104.

con  
**Phone & Go**  
le Tariffe Nette  
sono Online.



**PHONE & GO**  
Vacanze in linea

Visita il nostro sito internet  
[booking.phoneandgo.it/adv](http://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



**ROYAL PRINCESS**  
Swan Club



LA NAVE PIÙ ESCLUSIVA  
IN NAVIGAZIONE SUL NILO

[www.swantour.it](http://www.swantour.it)

PROPOSTE SEGMENTATE, PACCHETTI PIU' FLESSIBILI E MAGGIORE DESTAGIONALIZZAZIONE

SEGUE DA PAGINA 17

Ecco perché gran parte degli investimenti recentemente fatti sono poi confluiti sul piano informatico».

In tal senso DGV Travel ha deciso di non realizzare cataloghi cartacei, rivolgendosi piuttosto alle agenzie di viaggio attraverso il portale [www.dgvtravel.com](http://www.dgvtravel.com): qui è possibile documentarsi sulla destinazione, visionare gli itinerari, così come costruire il viaggio attraverso una sezione interattiva chiamata "disegna il tuo viaggio". Le richieste inoltrate al portale possono essere evase con preventivo già entro 48 ore, permettendo al cliente di acquistare il prodotto scelto o nell'agenzia segnalata dall'operatore o direttamente presso quella da lui scelta. «Nel caso della Cina - evidenzia Arianna Pradella, responsabile prodotto per Caldana/Utat - comunicare correttamente risulta più importante che stupire con prodotti insoliti. Trattandosi di una destinazione comunque poco nota nei suoi aspetti fondamentali, il rischio è quello d'incorrere nello spaesamento del cliente, come ha dimostrato proprio il caso delle Olimpiadi dello scorso anno. Noi non abbiamo infatti ottenuto un aumento di fatturato esorbitante, benché la stagione sia stata conclusa con un +37% complessivo; l'inevitabile calo dei prezzi alberghieri e delle tariffe aeree del 2009 preannunciano però una grande svolta, anche perché nel turista italiano sta prendendo piede una volontà d'approfondimento settoriale del Paese, al posto della tradizionale propensione al viaggio "per la vita", con la presunzione di conoscere la Cina in appena 15 giorni».

Interessante appare in particolare il crescente numero dei repeater, agevolati dalle notevoli opportunità di shopping a buon mercato, o dai tanti eventi culturali e sportivi, come le famose maratone, o ancora dalle collaborazioni "professionali", quali i corsi di cinese per studenti e manager grazie alla Middle School 47 di Zhengzhou: gli approcci al Paese sono davvero numerosi



Nelle sale interne della Città Proibita



Prende piede una maggiore volontà di approfondimento settoriale del Paese

Caldana-Utat



Il palazzo d'estate a Pechino

quanti i suoi abitanti e proprio questo rappresenta una garanzia d'investimento per i tempi a venire, essendo in grado di offrire risposte diversificate in caso di eventuali battute d'arresto in singoli settori.

«Dal punto di vista ricettivo la Cina è divenuta una destinazione "matura" - conferma Antonfranco Tamasco, titolare di Columbia Turismo - nel senso che non è più vero quanto poteva accadere anche solo un decennio fa, in cui si passava da uno standard turistico di ottimo livello a strutture decisamente "povere": oggi il Paese offre un'incredibile serie di soluzioni adatte ad ogni tipo di esigenza e capacità di spesa. Anche dal punto di vista dei servizi, come pasti, trasporti e guide, le cose sono andate sensibilmente migliorando, offrendo un livello assolutamente buono. Forse solo sul fronte delle guide locali si lamenta un livello appena passabile. Ma va comunque rilevato che, proprio per la "popolarizzazione" degli itinerari di viaggio, siamo ora in grado di piazzare più facilmente pacchetti lungo tutto l'anno, forse di durata inferiore ai 15 giorni di alcuni anni fa, ma in ogni caso molto più duttili e personalizzabili».



Quality group  
Specialisti per Passione.

**DA 10 ANNI  
CRESCIAMO  
INSIEME**

110 destinazioni, 22 cataloghi all'anno e più di 350.000 clienti in viaggio. Un'unione di successo che vede 8 operatori specializzati lavorare insieme da 10 anni, con passione e cura nel dettaglio, per fornire un servizio di qualità. Cucito su misura.

**FOUR  
MISTRAL  
INTERNAZIONALE**

10<sup>th</sup>  
anniversary  
QUALITY GROUP

un 2009  
dedicato a Voi!  
Visita il nostro sito  
[www.qualitygroup.it](http://www.qualitygroup.it)  
tutte le agenzie

VIAGGIATORI PIU' ESIGENTI, ALLA SCOPERTA DELLE MILLE SFACCETTATURE DELLA DESTINAZIONE



Il trend è positivo e prevediamo di chiudere l'anno con una crescita del 15%.

**Chinasia**



Lo Yangtze a Shanghai



La flessibilità che il cliente ricerca non solo nell'ambito dei prezzi, ma anche dal punto di vista del prodotto e dei motivi d'interesse, trovano in Columbia Turismo un'ottima possibilità di soddisfazione: anche quando all'apparenza i programmi di viaggio possono sembrare molto simili tra loro, il fatto che l'operatore si avvalga della collaborazione di personale specializzato sul prodotto da oltre 25 anni, così come di addetti al booking e di venditori di zona formati direttamente sul campo, consente di fornire suggerimenti sempre più mirati.

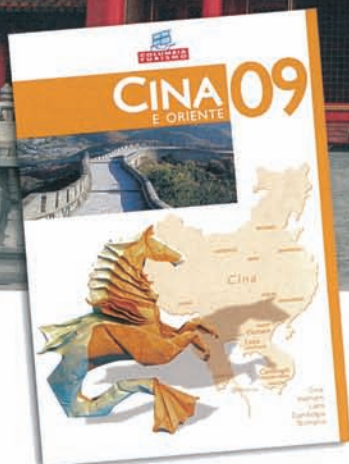
«Rispetto alle effettive potenzialità - osserva Giancarlo Monaco, amministratore unico di Chinasia - la varietà delle richieste fatica comunque a slegarsi dalla stagio-

nalità classica. Eppure la Cina è una destinazione turistica "a parte", unica per clima, cultura, atmosfera ed accoglienza, per cui da sempre puntiamo la programmazione su tour culturali, che riescano ad immergere i viaggiatori nella realtà del Paese. Chi parte con Chinasia predilige in particolare la tipologia del viaggio storico-culturale, ma ogni viaggiatore appare sempre più esigente, desiderando scoprire le mille realtà di un Paese che non è solo Pechino o Shanghai. Ecco perché cataloghi ricchi e completi sono sempre premiati: siamo già ad un +10% rispetto allo stesso periodo del 2008, e con questo trend positivo prevediamo di chiudere l'anno arrivando ad un +15%».

CONTINUA A PAGINA 20



## La Cina delle tradizioni verso il futuro



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

