



21 DICEMBRE 2009 N. 95/96/97 ANNO XXXVII Prezzo per copia: €6,52 Bimestrale: Poste Italiane Spa Spedizione in Abbonamento Postale - 70% - D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n° 46) Art. 1, comma 1, Commerciale Business Ancona n. 42/2009 Tassa Periodica www.ttgitalia.com

IL PRIMO PER DIFFUSIONE CERTIFICATA

I t.o. confermano i segnali di svolta e rilanciano con nuovi investimenti sulla destinazione

Il Messico ritrovato

Prenotazioni in ripresa, ma il recupero completo è atteso per l'estate

Un dato di fatto mette d'accordo tutti i tour operator: la diffidenza dei viaggiatori italiani nei confronti del Messico si sta affievolendo. Prova ne sono le prenotazioni, già in ripresa soprattutto per il segmento dei viaggi di nozze. Nonostante, però, emerga un rinnovato interesse per il Paese, manca ancora lo slancio finale, che gli operatori prevedono avverrà durante la prossima stagione estiva. Nell'attesa di tempi migliori, intanto, i t.o. rafforzano l'impegno promozionale e gli investimenti su un prodotto valido che, oltretutto, ora può contare su tariffe ribassate, che migliorano ulteriormente il rapporto tra qualità e prezzo delle strutture ricettive. *A pag. 3*



GIRO DEL MONDO

Utili in crescita per Veratour

"Perderemo 3 o 4 punti di fatturato ma gli utili cresceranno: è il nostro ventesimo esercizio in attivo". Stefano Pompili, direttore commerciale di Veratour, chiude l'anno in positivo e programma il 2010. *A pag. 11*

Spagna: le adv pronte al balzo

Le agenzie di viaggi spagnole preparano le strategie per recuperare terreno, dopo mille chiusure nei soli primi nove mesi dell'anno. Uno studio Acav e Amadeus mette in luce il fenomeno. *A pag. 14*

HOLDING VACANZE

La nascita del gruppo

Nasce Holding Vacanze, il gruppo che completa l'integrazione tra Pinguino Viaggi e Primarete in un unico soggetto che rappresenta 312 agenzie di viaggi. *A pag. 10*

Bilancio 2009

LA PARTITA DI AMADEUS

Buoni segnali di crescita sull'Italia nel 2009 di Amadeus, in netta controtendenza con l'andamento generale del mercato. "Nei primi 11 mesi dell'anno mettiamo a segno un più 11,65 per cento sul solo segmento air" commenta l'a.d. Fabio Lazzarini. Numeri che il gds vuole rilanciare anche sul 2010, immettendo sul mercato nuovi prodotti. *A pag. 9*



Le notizie più lette su www.ttgitalia.com

Il mondo della distribuzione e dei trasporti dominano la classifica della notizie più lette nel 2009 su www.ttgitalia.com. In vetta la vicenda Cisalpina, l'uscita di G40 dal polo Isoardi e il debutto della nuova Az. *A pag. 4*

TTG Italia tornerà in distribuzione l'11 gennaio 2010

Un'alleanza per la cultura Sfida Trenitalia sul leisure

Uno strumento integrato per il turismo. È la card che nasce dalla partnership fra Trenitalia, Confcultura e Federturismo e che mette in rete biglietto ferroviario, ingresso al museo e servizi accessori. "Siamo entrati sul mercato turistico in modo invasivo e vogliamo svilupparlo ulteriormente" spiega

Gianfranco Battisti, responsabile divisione passeggeri di Trenitalia. Ma le Fs non vogliono giocare la partita in solitaria e hanno in serbo altre sorprese: operazioni di comarketing con diverse compagnie aeree, italiane e straniere, per spingere l'intermodalità grazie alla rete Alta velocità. *A pag. 5*

Debutta il Forum del Turismo

”



È un'occasione per ridare competitività al settore. La nostra intenzione è quella di realizzare un evento strutturato che duri nel tempo

JOSEP EJARQUE
PRESIDENTE FOURTOURISM

A pag. 6

UN ANNO DI TTG

In allegato al numero odierno



PIÙ CLIENTI PIÙ MARGINI CON UpART
È nato il primo tour operator di arte e cultura in Italia



Vacanze brevi Europcar

L'Osservatorio segnala una crescita del rent-a-car per il segmento

Buone notizie per il settore del noleggio auto, anche per quanto riguarda le vacanze brevi. Secondo i dati ricavati dall'Osservatorio Europcar, realizzato con Doxa e giunto alla quinta edizione, questa tipologia di soggiorno nel 2009 è stata scelta "dal 42 per cento degli italiani, circa 21,5 milioni", come sottolinea Paolo Colombo, direttore ricerca Doxa. Per quanto riguarda il rent-a-car, invece, "se solo il 3-4 per cento degli italiani noleggia un'auto, per le vacanze brevi si arriva all'11 per cento tra i



Marco Luigi Brotto Rizzo

viaggiatori che lo hanno fatto o che hanno intenzione di farlo a breve".

Tra i patiti delle vacanze corte "il 50 per cento le

L'ANALISI

Secondo l'Osservatorio il 50 per cento dei viaggiatori sceglie le vacanze brevi

Share short break	42%
Share Italia	85%
Share Toscana	17%
Share Liguria	8%
Share Lazio	8%
Share Sicilia	7%
Share Em. Rom.	7%

sceglie questa soluzione in sostituzione delle vacanze estive - spiega Colombo -; fra costoro, l'85 per cento le trascorre sul territorio italiano, in auto per il 65 per cento, anche se cresce la percentuale di chi vola, soprattutto con le low cost, dall'11 per cento del 2008 al 18 per cento di oggi".

Tornando al comparto dell'autonoleggio, il bilancio di Europcar è soddisfacente. "Il turismo - spiega Marco Luigi Brotto Rizzo, direttore marketing di Europcar Italia - si è mostrato in tenuta, ma buoni ri-

sultati sono arrivati anche dall'incoming, soprattutto da Germania e Francia. Male, invece, il noleggio corporate, anche se vediamo segnali di risveglio".

Un andamento controcorrente rispetto ai dati di mercato diffusi da Aniasa che, per i primi nove mesi dell'anno, indicano una flessione del fatturato pari al 7 per cento. "Dobbiamo dire grazie al web che conta sempre di più sulle nostre prenotazioni - spiega il direttore -; era il 20 per cento del totale nel 2008, sarà il 28 quest'anno. Un canale che cresce a ritmi del 30 per cento circa ogni anno, con un vero e proprio boom di prenotazioni da parte del trade, che ci utilizza sempre di più per costruire pacchetti dinamici e, invece, sconta un po' il ribasso del classico fly and drive. Bene, malgrado il mercato depresso, anche le prenotazioni business travel attraverso le agenzie specializzate".

Alberto Vita

Ana rivoluziona i servizi a bordo

Si chiama 'Inspiration of Japan' la nuova gamma di prodotti Ana a disposizione dal 10 febbraio prossimo sui B777-300er della compagnia in servizio da Tokyo a New York e, in seguito, sui voli Francoforte-Tokyo e Londra-Tokyo. Il nuovo styling riguarda le quattro classi: Prima, Business, Premium Economy ed Economy.

Con la 'Ana Square First' le poltrone in prima classe diventano delle vere e proprie suite con letti piatti, scompartimenti guardaroba e un sistema touchscreen che permette di ordinare pasti, bevande e articoli duty free. "Entro la fine del 2010 i viaggiatori della First avranno un'area check-in a Narita con una stanza riservata per ogni passeggero - sostiene Shinya Katanozaka, vicepresidente Ana -; Abbiamo investito nel programma 17 miliardi di yen, pari a 130 milioni di euro".

Nella Business Class, invece, la configurazione sfalsata permette l'accesso al corridoio ad ognuna delle 68 poltrone con letti piatti. A partire dal mese di luglio Ana ha registrato una crescita nel numero di passeggeri economy trasportati "nonostante il calo generale della domanda e la tendenza a snobbare le classi First e Business a favore di quelle più economiche" sostiene Shinya Katanozaka. "Tra un mese o due potremmo annunciare l'introduzione di nuove frequenze su uno o due nuovi scali negli Stati Uniti e in Europa".

P. M. F.

Le destinazioni

7 Il primato della Toscana

Tra le destinazioni più gettonate delle vacanze brevi in Italia, vince di gran lunga la Toscana, con il 17 per cento del totale, seguita da Liguria e Lazio, all'8 per cento, e Sicilia ed Emilia Romagna al 7 per cento.

2 Francia in pole position

Tra le mete all'estero, al primo posto la Francia, visitata dal 25 per cento dei viaggiatori, seguita dalla Spagna (12 per cento) e dalla Gran Bretagna.

a capodanno la Russia vi aspetta

Capodanno 2009/2010

5 o 8 giorni,
partenze 26, 27 e 30 dicembre,
Mosca San Pietroburgo,

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

Obiettivo business travel per l'aeroporto di Venezia

Nei progetti dello scalo anche l'apertura di collegamenti con la Cina

Conessioni dirette con i principali hub del mondo. Questa la strategia che la Save, società di gestione del 'Marco Polo' di Venezia, seguirà per il prossimo futuro. Si riconferma infatti la vocazione business dell'aeroporto: "Proseguiamo con la tattica che abbiamo seguito negli ultimi anni e che si è dimostrata vincente - spiega il direttore commerciale di Save, Camillo Bozzolo -; avviare connessioni con i principali hub mondiali". Obiettivo primario, infatti, "aumentare la penetrazione nel segmento imprenditoriale - sottolinea Bozzolo -, considerate le caratteristiche del tessuto economico dell'area, fatto principalmente da imprese".

E se l'area europea ha un network articolato, "con 11 voli giornalieri Lufthansa verso i suoi hub - entra nel dettaglio Bozzolo - e 7 voli giornalieri su Parigi Charles de Gaulles" per il futuro lo scalo di Venezia guarda oltre. "Dopo i voli intercontinentali Emirates e Air Transat, guardiamo in direzione della Cina, specie per



la partecipazione di Venezia all'Expo di Shanghai". E la strategia si dimostra vincente: "I dati provvisori di novembre - spiega il manager - parlano infatti di una crescita di traffico dell'8 per cento mese su mese. Diverso il discorso per Treviso, a vocazione prettamente low cost: qui l'incremento, nello stesso periodo, è stato del 20 per cento circa".

In arrivo anche progetti per migliorare i collegamenti con lo scalo, considerando che "potenziare le infrastrutture di accesso all'aeroporto significherebbe spingere i flussi sull'intera città di Venezia". I piani futuri per l'aerostazione prevedono infatti

un notevole potenziamento: "Entro il 2015 dovrebbe essere ampliato il sistema metropolitano regionale per l'accesso allo scalo - spiega Bozzolo -. Inoltre è già stato assegnato un finanziamento dall'Ue sullo studio di fattibilità per far sostare l'Alta velocità presso l'aeroporto". Tutta una serie di progetti che si aggiungono al fatto che l'area del quadrante di Tessera (dove si trova il 'Marco Polo', ndr) "dovrebbe essere la sede per il nuovo casinò di Venezia - conclude Bozzolo - e per lo stadio di calcio. Elementi che potrebbero estendere i flussi turistici dal centro della città ai suoi dintorni".

R. P.