N. 3 | MERCOLEDÌ 28 APRILE 2021

Lagenzia di viaggi magazine

lagenziadiviaggi.it

BORGHI

Piccoli alla riscossa

Ancora un'estate all'insegna delle mete minori. La parola a Fiorello Primi, presidente dell'associazione dei Borghi più belli d'Italia.

> a pag. **12**

Un pass alla volta

"Riaperture sì, ma non troppo". Così titoliamo a pagina 2, mentre il premier Draghi annuncia un decreto che alcune perplessità le lascia: in primis l'impiego di un pass Covid (o Green Certificate, per dirla all'europea) per muoversi tra regioni italiane arancioni o rosse. Come nel caso di quello Ue, atteso a giugno, anche lo strumento nostrano non sarà un passaporto d'immunità, bensì sanitario: certificherà il fatto di essere vaccinati, la presenza di anticorpi, ma anche la negatività ai tamponi. Questo vuol dire – ipotizziamo – che, se hai tre figli e viaggi in famiglia, e malauguratamente il villaggio che hai prenotato è in zona rossa, dovrai spendere un centone in test. Per questo c'è già chi chiede un Bonus Tampone.

> a pag. **2**

TECNOLOGIA

Le mega Ota si vestono da t.o.

La stagione della ripartenza segna lo scatto in avanti delle Ota. Expedia si reinventa consulente di viaggi puntando su pacchetti volo+hotel+escursioni, mentre il rivale Booking sceglie la partnership con il gigante dei tour e attività Viator. La direzione è chiara: recuperare volumi di vendite e mantenere le distanze dalla distribuzione organizzata, offrendo su mobile un servizio simile a quello di t.o. e agenzie.

> a pag. **14-15**

SARDEGNA

L'imperativo della sicurezza

Tamponi a tappeto e spinta sui vaccini per vincere la sfida dell'estate. Parla l'assessore al Turismo, Giovanni Chessa, mentre il numero uno di Federalberghi Sardegna, Paolo Manca, si rifiuta di parlare di isola Covid free: «Sarebbe una forzatura. I mercati esteri vogliono informazioni chiare».

> da pag. **4**

OPERATORI

«Il peso dell'incertezza» nella visione di Burgio

C'è un freno psicologico legato al Covid, che si accompagna al gap tecnico-legislativo: entrambi frenano la ripartenza dell'industria turistica e rendono «difficile operare». Il punto di vista del presidente del Gruppo Alpitour, Gabriele Burgio, su questa fase della pandemia.

> a pag. **10**

Prezzo di copertina € 2,50 - Copie arretrate € 5 - www.lagenziadiviaggi.it - Poste Italiane SpA - Sped. in abbonamento postale - Roma Aut. C/RM/03/2016, DL 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46) Art. 1 comma 1, DCB ROMA Redazione, Amministrazione e Pubblicità: 00193 Roma Via Tacito, 74 Tel. 06.32600149 • Fax 06.32600168 • A diffusione nazionale: Nord 51%, Centro 26,6%, Sud ed isole 22,4%

SPOSTAMENTI

Passaporti verdi Covid-19

Il "decreto riaperture" ha previsto l'introduzione, sul territorio nazionale, delle cosiddette "certificazioni verdi Covid-19" per consentire gli spostamenti verso e tra regioni arancioni e rosse. Il pass sostituirà le autocertificazioni – sarà cartaceo o digitale – e dovrà comprovare lo stato di avvenuta vaccinazione contro il coronavirus, la guarigione dal virus o l'effettuazione di un test molecolare o antigenico rapido che abbia dato esito negativo.

Per le certificazioni vaccinali o di guarigione dal Covid, il green pass avrà una validità di sei mesi. Invece, per quanto riguarda il test risultato negativo, sarà valido solo per 48 ore. L'Italia riconosce come equivalenti le certificazioni rilasciate dagli Stati membri dell'Unione Europea e anche degli Stati terzi, se la vaccinazione somministrata rientra tra quelle riconosciute dall'Ue.

Il modello, comunque, ricalca e anticipa quello del Digital Green Pass europeo, pronto il 1° giugno e che gli Stati potranno editare e implementare per raggiungere la piena operatività a luglio. La linea italiana è tracciata, pur con vari malumori. C'è chi infatti non ritiene la negatività a un tampone effettuato 48 ore prima garanzia di sicurezza, e chi dall'altra parte trova che un meccanismo del genere crei disparità. Di fatto, salvo repentine e auspicate accelerazioni sul piano vaccini, le vacanze degli italiani – soprattutto dei giovani – saranno caratterizzate dal ricorso ai test. *C.C.*

Riaperture sì, ma non troppo

SCENARI Primi spiragli per muoversi tra regioni. Le nuove norme volute dal governo Draghi consentiranno il graduale ritorno del turismo domestico. Ma la strada è lunga

CLAUDIA CECI

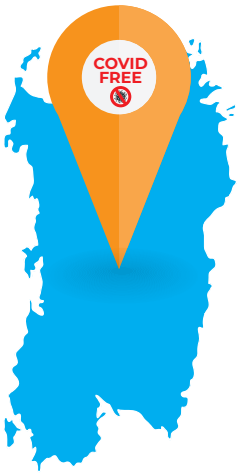
"Cambiare tutto per non cambiare niente", scriveva Tomasi di Lampedusa ne *Il Gattopardo*. E così, dopo un anno in cui tutto è cambiato – tra Covid (già coronavirus), lockdown, bonus vacanze, fondo perduto, tamponi rapidi o molecolari, giallo, arancione e rosso, avvicendamento Conte-Draghi al governo, vaccini Sars-CoV-2, passaporti sanitari – si ritorna al trending topic di questo stesso periodo del 2020: #riaperture. Con la speranza che sia la volta buona.

"Riaperture: sì, ma…" potrebbe essere la sintesi dell'ultimo decreto approvato dal Consiglio dei ministri che ha avviato la ripartenza graduale dal 26 aprile, ovvero un allentamento delle misure di contrasto al Covid, però proroga lo stato di emergenza al 31 luglio. Provvedimento dettato dall'andamento epidemiologico, ma che di fatto continua a generare incertezza – anche psicologica – soprattutto sul fronte dei viaggi, come ha ben descritto Gabriele Burgio, presidente e ad di Alpitour (*pag.10*). Intanto si comincia, previa mascherina, igienizzazione generale, distanza.

Oggi la riapertura passa dal pass – il gioco di parole è d'obbligo – una carta verde per gli spostamenti sulla scia del Digital Green Certificate europeo, prima rincorso poi sorpassato dall'Italia. Con il ritorno di alcune regioni gialle e della libera circolazione tra queste, il lasciapassare servirà a raggiungere anche le regioni rosse o arancioni. Chi non è vaccinato o guarito dal Covid nell'arco di sei mesi, dovrà certificare l'esito del test rapido o molecolare effettuato entro le 48 ore precedenti allo spostamento.

Riaperti già dal 26 i ristoranti a pranzo e a cena, segnale incoraggiante quantomeno per il turismo domestico, purché abbiano i tavoli all'aperto. E pure teatri, cinema, sale da concerto, con posti preassegnati e distanziati ed eventi riservati a chi ha il green pass. Dal 1° giugno, ma solo per pranzo, via libera anche ai ristoranti al chiuso. Prorogato però il coprifuoco alle 22, nonostante le pressioni di buona parte delle forze politiche e delle regioni; un provvedimento passibile di nuova valutazione del governo, probabilmente a metà maggio (potrebbe slittare alle 23), in base alla curva dei contagi e all'indice Rt. Se non dovessero esserci novità, verrà confermato fino al 31 luglio. Tornano le fiere dal 15 giugno; congressi, convegni, parchi divertimento e stabilimenti termali (quelli ancora chiusi perché non offrono prestazioni sanitarie) dal 1° luglio. Sarà l'estate della prossimità – ma soprattutto dei tamponi – e infatti, c'è chi come Maavi chiede all'esecutivo proprio l'istituzione di un bonus tamponi che vada a compensare i costi di screening legati al pass. Si aspetta poi di capire se ci sarà davvero un piano italiano per le isole Covid free e invece, sul fronte outgoing, si tenta ancora il rilancio e arriva la richiesta del presidente di Astoi Pier Ezhaya di stabilire un protocollo uniforme per i voli Covid tested, se non dovessero decollare i corridoi turistici.

DAT
VOLIDISICILIA
Vola da Catania a Olbia
a partire da €55 tutto incluso
Dal 10 Giugno al 26 Settembre Gio-Ven-Sab-Dom
Prenota la tua vacanza su Flydat.it



PAOLO MANCA

«Isola Covid free? Una forzatura»

Anche gli albergatori sardi si preparano alla stagione estiva, ma come sottolinea il presidente di Federalberghi Sardegna, Paolo Manca, l'idea di una destinazione Covid free è puro marketing: «Si tratta di una forzatura che eviterei di fare in particolare per la Sardegna, isola da 24mila chilometri quadrati e 1 milione e 600mila abitanti». Quello che davvero chiede il mercato sono «informazioni sull'accessibilità, sulla sicurezza e sulla fruibilità dei servizi».

Riguardo agli hotel, «già da maggio 2020 – informa il numero uno degli albergatori isolani – abbiamo stilato un rigido protocollo diffuso in tutte le strutture. Inoltre, l'offerta ricettiva sarda dispone di grandi spazi all'esterno in terrazze e giardini. Ora, però, abbiamo necessità di condividere date certe con governo e Regioni, perché non possiamo ripartire dalla sera alla mattina, e stabilire regole univoche per viaggiare con strumenti come il Green Pass Ue e tamponi alla partenza per tutti i viaggiatori».

Sul fronte commerciale, Manca tiene a precisare come «gli alberghi propongano in modo ormai diffuso tariffe che, oltre ai consueti sconti per le prenotazioni anticipate, offrono la possibilità di cancellare senza penali anche a pochissimi giorni dall'arrivo. Altra soluzione molto utilizzata è quella di tariffe comprensive di assicurazione che garantiscono l'ospite, non solo in caso di mancato viaggio, con il rimborso delle spese effettuate, ma lo supportano anche durante la vacanza in caso di contagio o di spese impreviste come il prolungamento del soggiorno a causa della pandemia». *A.L.*

«Obiettivo Sardegna sicura»

INTERVISTA Tamponi a tappeto e spinta sui vaccini per vincere la sfida dell'estate. Parla l'assessore al Turismo Giovanni Chessa

ANDREA LOVELOCK

La Sardegna spera e si prepara. Dopo l'annuncio del presidente della Regione, Christian Solinas, di erogare 1 milione di euro per i comuni costieri e assicurare la fruibilità degli arenili, scatta l'operazione estate con ambizione Covid free. Tema su cui interviene l'assessore al Turismo dell'Isola, Giovanni Chessa.

La Sardegna si distinguerà come meta sicura 2021?

«La proposta avanzata dal nostro governatore di procedere alla vaccinazione dell'intera popolazione sarda era ed è un'idea positiva. La condizione di insularità, poi, che limita i punti d'accesso a porti e aeroporti, renderebbe più semplice il controllo sanitario. Si creerebbero corridoi preferenziali verso zone turistiche che hanno già completato l'immunizzazione. Ovviamente, l'iniziativa di vaccinare per primi gli abitanti delle isole è stata considerata discriminatoria da altre Regioni».

Come vi state preparando alla stagione estiva?

«La Sardegna è stata la prima a promuovere l'idea di un passaporto sanitario per garantire, non solo la comunità locale, ma anche gli ospiti. Ora, confidando nello screening "Sardi e sicuri" con tamponi in tutti i territori e l'intensificarsi della campagna vaccinale, siamo convinti di farci trovare pronti alla ripresa dei flussi turistici, rafforzando iniziative già in atto come l'obbligo del test rapido per chi arriva sull'Isola».

Tema collegamenti: è possibile prevederne il potenziamento?

«L'assessorato al Turismo, insieme a quello ai Trasporti, è in continuo contatto con le società di gestione aeroportuale e marittime, nonché con vettori nazionali e internazionali che in passato hanno sempre mostrato massima collaborazione per garantire un'estate senza disagi per i visitatori che intendono raggiungere la Sardegna».

Che aspettative avete riguardo ai flussi dall'estero?

«Nonostante l'emergenza sanitaria, le attività di promozione sono proseguite incessantemente. A livello di incoming, avranno sicuramente un ruolo importante le decisioni sugli spostamenti che verranno assunte dal governo nazionale e dall'Ue. Comunque, sono fiducioso e prevedo, già da questa stagione, un incremento delle presenze di visitatori stranieri provenienti non solo dal Centro Europa, ma anche dall'Est, grazie alla conferma di alcuni vettori russi sui principali scali sardi».

Che sostegni state offrendo ad adv e t.o. a livello locale?

«Intanto va detto che, in tutto il periodo dell'emergenza, l'assessorato ha continuato a lavorare incessantemente per promuovere la destinazione con campagne pubblicitarie su tutto il territorio nazionale, ma anche all'estero. Sul fronte dei sostegni, invece, come Regione siamo intervenuti in più occasioni con risorse destinate a lavoratori e imprese che hanno pagato la crisi legata alla pandemia».

> Non abbiamo mai interrotto la promozione della destinazione in Italia e all'estero

Avete in cantiere campagne promo-pubblicitarie mirate a supporto della stagione turistica 2021?

«Intensificheremo la promozione della Sardegna. È verosimile, e i primi segnali sono confortanti, che questa estate il nostro mercato sarà soprattutto nazionale, ma non rinunciamo ad affacciarci anche su quello internazionale. Le azioni tradizionali non sono più sufficienti, perciò stiamo puntando sempre più anche su una strategia digitale che consenta di arrivare ovunque. È nostra intenzione assicurare agli ospiti la fruizione del territorio, dell'ospitalità dei piccoli centri, delle degustazioni enogastronomiche».

FELIX
HOTELS

Nati in Sardegna per ospitare

Tra Gallura e Barbagia ogni destinazione è un mondo a parte

★★★★★
LA COLUCCIA
HOTEL - SANTA TERESA GALLURA

★★★★S
FELIX OLBIA
HOTEL

★★★★
AIRONE
HOTEL - BAJA SARDINIA

★★★★S
PARCO DEGLI ULIVI
HOTEL - ARZACHENA

★★★★
PORTO SAN PAOLO
HOTEL RESIDENCE

★★★
GRANDI MAGAZZINI
RESIDENCE - NUORO

Con Felix Hotels nasce una nuova ospitalità, pensata per offrire diversi tipi di vacanza. Cultura, mare, enogastronomia, relax e divertimento per le famiglie.

Dal 5 stelle di lusso sulla spiaggia a Santa Teresa Gallura al residence nel centro di Nuoro.

Dal country resort con prestigioso ristorante gourmet allo smart hotel nel cuore commerciale di Olbia.

Dal family & sport hotel con tutti i servizi e le attenzioni per i più piccoli all'hotel residence ideale per il relax, con vista sull'isola di Tavolara.

Il gruppo Felix Hotels nasce nel 2020 dall'unione di due famiglie imprenditoriali sarde con 30 anni di esperienza nel settore.
Il gruppo si propone come nuovo punto di riferimento nel panorama dell'ospitalità della destinazione Sardegna.

reservation@felixhotels.it +39 0789 1713 663 **felixhotels.it**

inoke studio

estate sull'ISOLA

Novità e conferme: resort e hotel in Sardegna sono pronti a ripartire per la stagione, che per molti si aprirà tra maggio e giugno. E lo fanno puntando sui trend dell'era Covid: spazi all'aperto, attività nella natura, sport ma anche wellness open air. Senza dimenticare, ovviamente, i protocolli di igiene e sicurezza.

FORTE VILLAGE

Partirà a metà maggio la stagione estiva di Forte Village, che conferma anche per quest'anno il suo rigoroso protocollo anti Covid e la polizza assicurativa. In particolare, è previsto, al momento del check-in, il test antigenico nasofaringeo e, se necessario, il test molecolare basato sulla Rt-Pcr. Gli screening verranno effettuati in un'area dedicata immersa nel parco del resort. Ed è garantito anche un presidio medico presente in struttura. Tra le novità 2021, il nuovo Whiskey Bar e l'ingresso di chef Andrea Berton e nelle attività sportive la parete di arrampicata, accademia di esports, musica e canottaggio costiero.

CHIA AQUADULCI

Nell'estate 2021 riapre il Chia Aquadulci, in un'oasi naturale tra dune, ginepri e macchia mediterranea. L'hotel, il cui nome

richiama la denominazione antica del luogo in cui nasce acqua sorgiva, conta su un giardino con piante officinali in cui propone anche massaggi open air. A disposizione degli ospiti anche biciclette e la possibilità di organizzare escursioni in mountain bike, gite in barca e passeggiate a cavallo, e seguire corsi di kitesurf e windsurf, tennis e golf nel vicino campo a 18 buche.

FELIX HOTELS

Focus sul centro-nord dell'isola e su sei destinazioni tra mare e interno, da Santa Teresa Gallura a Nuoro: è Felix Hotels, il nuovo gruppo dell'ospitalità in Sardegna. Nel portale che li raccoglie sono presenti infatti Hotel La Coluccia a Santa Teresa Gallura, Hotel Airone a Baja Sardinia, Country Resort & Restaurant Parco degli Ulivi ad Arzachena, Hotel Residence Porto San Paolo e Grandi Magazzini a Nuoro, e Hotel Felix a Olbia, la cui inaugurazione è prevista a giugno.
Una sezione è dedicata al food, altro pilastro del gruppo che nasce dall'esperienza del Ristorante Parco degli Ulivi di Arzachena, cui si aggiunge il Ristorante La Coluccia Beach a Santa Teresa Gallura e le due novità di Olbia: il Felix Bistrot e il Felix Rooftop a bordo piscina sulla terrazza all'ultimo piano dell'Hotel Felix Olbia.

SMY

È lo Smy Sighientu Thalasso & Spa in Sardegna la new entry di Smy Hotels per l'estate 2021. Il resort si trova a Marina di Capitana, nel sud dell'isola, tra Cagliari e Villasimius, e conta 225 camere tra doppie e familiari. Adiacente all'hotel si trova anche un porto turistico per imbarcazioni fino a 28 metri al quale gli ospiti possono accedere direttamente.
Per la prossima stagione il gruppo ha ulteriormente perfezionato Smy Care, la policy di protocolli igienico-sanitari applicata già dallo scorso anno in tutte le strutture della catena alberghiera.

PASSIONE ITALIA

Passione Italia by Sporting Vacanze, la linea di prodotto dell'operatore che punta sulla destinazione Italia di alta qualità, amplia l'offerta con l'Hotel Calacuncheddi in Sardegna.
La struttura è un 4 stelle Superior a Olbia, a 20 metri dalla spiaggia di Li Cuncheddi, lungo la costa settentrionale della Sardegna; ed è immersa in un parco naturalistico di circa cinque ettari. Si tratta di una struttura di charme per clienti di target alto. Tra i plus c'è l'enoteca Sa Cantina per le degustazioni, spazi wellness e ristoranti.

AUTENTICO

Autentico Hotels amplia il suo portfolio con una nuova struttura in Sardegna: il Lanthia Resort è la new entry nel club Autentico, tra i boschi dell'Ogliastra e il mare. Si tratta di un hotel di design, al centro del golfo di Arbatax in località Santa Maria Navarrese.
L'hotel punta sul green: realizzato con materiali naturali e provenienti dall'isola, è immerso in una pineta e lavora sul km 0 anche al ristorante, con erbe e verdure da orto e giardino e prodotti sardi. La suite è dedicata a Orgosolo, piccolo borgo della Barbagia.

PUNTALDIA

Puntaldìa è il resort new entry di Baglioni Hotels & Resorts. Dal 1° giugno, la catena accoglierà gli ospiti all'interno della nuova struttura immersa nell'area marina protetta di Tavolara, in Sardegna. Il resort comprende 78 tra camere, suite e ville racchiuse all'interno di un parco privato di quattro ettari, una piscina con zona solarium e due per i bambini, un kids club, il ristorante gourmet Gusto by Clau-

dio Sadler, un secondo ristorante italiano. Per famiglie e amanti dell'open air, una serie di attività come yoga, trekking, equitazione e la possibilità di usufruire di due campi da golf nelle vicinanze.

WORKOTIUM

Si chiama Workotium la formula lanciata da Italian Hospitality Collection per offrire agli ospiti pacchetti in mix tra vacanza e lavoro da remoto, e tra le strutture c'è Chia Laguna. La proposta combina servizi leisure e benefit "da ufficio": ombrellone e lettini nel beach club privato, 10% di sconto sui trattamenti spa e un massaggio antistress, ma anche la "smart room", connessione internet e working station con scrivania, servizio di delivery documenti e pacchi e di stampa gratuito, "energy pack" con barrette energetiche.

BAIA E SARDINIA360

Sardinia360 e Baja Hotels hanno potenziato la rete vendite e attuato un programma di incentivi e formazione tailor made. La rete commerciale è formata da sei sales che fanno capo a Claudio Ardigò, sales director di Sardinia360 e Baja Hotels per l'Italia e responsabile delle aree Lombardia, Emilia e Canton Ticino. In programma webinar sulla Sardegna.

POLTU QUATU

Anche il Grand Hotel Poltu Quatu sarà tra i protagonisti della prossima edizione di Poltu Quatu Classic, in programma dal 2 al 4 luglio e che porterà nella località sarda auto d'epoca italiane ed europee che sfileranno per tre giorni per le vie della Costa Smeralda. Sabato 3 luglio l'hotel ospiterà la cena di gala.

IS MOLAS

Apertura il 1° giugno per Is Molas resort a Pula, che con i suoi 500 ettari punta a privacy e sicurezza. Inoltre, è presente una figura medica specializzata e a disposizione di clienti e personale ci sono dispositivi di sicurezza e prodotti igienizzanti nelle varie aree del resort. Attività come golf, tennis, spiaggia e piscina sono su prenotazione e il wellness si svolge soprattutto all'aperto.

DELPHINA

Dal 25 maggio Delphina Hotels & Resorts è pronta a riaprire con il Protocollo Delphina Vacanza Sicura. Le misure prevedono transfer privati su autovetture igienizzate fino al ricevimento, dove saranno garantite le distanze di sicurezza e il personale indosserà dispositivi di protezione individuale. Il gruppo punta su ambienti regolarmente igienizzati, camere disinfettate con ozono, e prodotti ecolabel a ogni cambio di ospite.

CI PUOI ARRIVARE SOLO IN BARCA

NSS
CHARTER

www.nasscharter.com • info@nsscharter.com

Sardegna
Toscana
Sicilia
Costiera Amalfitana
Isole Baleari
Isole Canarie
Caraibi

L'ESTATE IN BARCA A VELA CON NSS CHARTER

Nss Charter è un'azienda specializzata nella locazione di barche a vela. Nata nel 1998 dalla passione di Simone Morelli, ufficiale in congedo della Marina Militare, ha raggiunto in pochi anni un posto di rilevanza nel settore a livello internazionale: dalle 7 barche iniziali alle circa 130 imbarcazioni attuali, è la flotta di charter a vela più grande in Italia con 5 basi nel Mediterraneo, oltre ai Caraibi e alle Canarie.

Cuore del progetto è il Marina Cala dei Sardi, approdo di proprietà nel golfo di Cugnana in Sardegna. Un'oasi ecosostenibile di pace e di relax, ideale punto di partenza per l'esplorazione dell'Arcipelago della Maddalena, della Costa Smeralda e del Sud della Corsica. È la base principale, a cui poi si sono aggiunte quella di Castiglioncello, in Toscana al Marina Cala de' Medici e la base delle Baleari, al Marina La Lonja di Palma di Maiorca. Dallo scorso anno anche la Costiera Amalfitana, con base al Marina D'Arechi a Salerno e le Isole Eolie, con base al Marina di Portorosa. Non meno importanti sono le basi dei Caraibi e delle Canarie per le vacanze nei mesi invernali.

Nss Charter garantisce da anni massima cura e attenzione al cliente e adesso esce dal settore dei soli appassionati ed esperti di vela e si propone alle agenzie di viaggi, per una vacanza in barca che raggiunge standard di sicurezza insuperabili ed è alla portata di tutte le tasche. Ideale per famiglie e piccoli gruppi, è una vacanza tailor made, per ogni tipo di turista – esperti o neofiti – in barca a vela o in catamarano, quest'ultima imbarcazione preferita per stabilità, comfort e ampi spazi a disposizione.

Obiettivo principale dell'azienda è coccolare il cliente con itinerari personalizzati, optional, tanti servizi ad hoc su richiesta, assistenza h24, con la possibilità di essere guidati nello scegliere il tipo di navigazione preferita e, a richiesta, avere perfino hostess e chef di bordo. Barche a vela e catamarani consentono di fare un'esperienza unica, da raccontare; navigano con la forza del vento, permettono di raggiungere cale inaccessibili da terra e di svegliarsi ogni mattina in una baia diversa, garantiscono libertà e distanziamento naturale, oltre a regalare profumi, colori e tramonti indimenticabili. Inoltre, la Nss è stata la prima società di charter, ben prima della pandemia, a sanificare le barche con l'ozono, attraverso un macchinario che garantisce l'abbattimento del 99% della carica virale ed è certificato contro il Covid-19.

© Editoriale 3.0 Società Cooperativa

GIRO DI POLTRONE

Gaiba al timone di Th Resorts

Dopo poco meno di un mese dall'addio ad Alpitour, Giuliano Gaiba è stato designato amministratore delegato del GruppoHotelturist – partecipato in maniera paritetica da Solfin e Cdp Equity al 46% e per il restante 8% da Isa e presieduto da Graziano Debellini – che opera con il marchio Th Resorts. Gaiba ha preso il posto di Gaetano Casertano.
Già ad e direttore generale di Eden Viaggi, è stato per Alpi direttore generale operativo, gestendo dal 2018 la transizione del t.o. da casa Filippetti alla holding torinese.

Th Resort sottolinea in una nota come la nomina di Gaiba avvenga "nell'ambito del percorso di crescita e rafforzamento manageriale che la società ha intrapreso da alcuni anni e si inserisce nel processo di rinnovamento degli organi sociali che sarà effettivo a seguito del passaggio assembleare previsto per fine aprile".

Si dice «lieto della designazione di Gaiba» il presidente di Th, Graziano Debellini, secondo cui «l'esperienza maturata in primarie società e la sua conoscenza approfondita del settore turistico ci consentiranno di portare avanti una strategia di crescita di medio-lungo periodo e rispondere alle nuove sfide del mercato post pandemia».

Soddisfatto Gaiba: «Questa nomina è un onore. Sono impaziente di lavorare con il team di Th che, facendo leva sul posizionamento competitivo, rappresenta un'ottima base per un ambizioso piano strategico di sviluppo nel mercato turistico italiano e internazionale».

Burgio: «L'incertezza pesa sul turismo»

ANALISI C'è un freno psicologico, che si accompagna al gap tecnico-legislativo: entrambi frenano la ripartenza. La visione del presidente del Gruppo Alpitour

Il turismo è in debito. E non solo a livello economico. Lo è sul fronte tecnico-legislativo, ma prima ancora psicologico: due gap da colmare affinché l'industria dei viaggi possa ripartire. Ad affrontare questo tema in una videointervista ad askanews è Gabriele Burgio, presidente e amministratore delegato di Alpitour.

«L'aspetto psicologico riguarda il momento in cui il cliente, e quindi tutti noi, ci sentiremo più tranquilli di viaggiare», afferma il numero uno del Gruppo torinese, che sottolinea come sia variabile, al momento, la stessa percezione del rischio: «Ci sono giovani che ritengono il Covid poco più di un'influenza, prendono le precauzioni previste e partono comunque; persone più anziane che invece hanno più paura di ammalarsi lontano da casa. C'è un'incertezza che richiederà del tempo per essere risolta», ammette Burgio, che cita alcune "operazioni tranquillità" come quella della Grecia che «sta cercando di vendere l'idea delle isole senza Covid» o Sharm el Sheikh, che fa sapere di «voler vaccinare entro il 15 maggio tutti coloro che lavorano nel settore turistico».
C'è poi l'altro fronte, quello che l'ad di Alpitour definisce tecnico-legislativo, che a livello turistico ha visto «troppi cambiamenti» repentini. «Non dico che sia facile gestire questa situazione e non vorrei essere al posto di chi ci governa, però – ricorda – ci sono stati degli incidenti, come quello sugli skipass già venduti e la successiva marcia indietro sulla montagna», ma anche l'imposizione da parte del ministero della Salute dei cinque giorni di quarantena per i viaggi in Europa.

«Questo è stato un colpo molto inatteso, perché è arrivato praticamente il giorno prima di Pasqua», dichiara Burgio, artefice con il suo Gruppo dei primi pacchetti Covid tested per le Canarie. Una misura che ha provocato anche un'ondata di cancellazioni da parte dei turisti stranieri che volevano venire in Italia per le festività pasquali «perché chi aveva previsto un weekend lungo o una settimana non poteva di certo restare cinque giorni in albergo a pagamento in quarantena. Questo è stato davvero un peccato, perché abbiamo perso un treno».
Una situazione di incertezza, quella in cui si muove l'industria turistica, che a detta anche di Burgio rende davvero «difficile operare».

NOMINE

Cartelli è il nuovo direttore generale di Club del Sole

La nuova vita di Angelo Cartelli è nel segno dei family camping village, prodotto destinato a conquistare ulteriori fette di mercato nell'estate 2021 condizionata dal Covid. Il manager, di recente fuoriuscito dalla Eden di Alpitour, è il nuovo direttore generale di Club del Sole, brand simbolo delle vacanza outdoor sul mare.
«Ho accettato questa sfida straordinaria perché si tratta di un progetto unico nel travel italiano, con grandi potenzialità di crescita e in linea con i trend del mercato – ha commentato Cartelli – La vacanza nei nostri villaggi immersi nella natura e affacciati sul mare è il turismo del futuro, fatto di valori, esperienze trasversali ed emozioni».

Ota Viaggi, Diana: «È ora di ripartire»

MARE ITALIA Nuove strutture e accordi solidi con le aziende di trasporto per la summer 2021

GIULIA DI CAMILLO

Nuove strutture, un rigoroso protocollo sanitario anti Covid, accordi più strutturati con le aziende di trasporto e un educational in Puglia, al Riva Marina Resort, per rincontrare agenzie di viaggi e partner. È così che Ota Viaggi ricostruisce il suo Mare Italia e raccoglie il guanto di sfida del post pandemia, con la chiara ambizione di tornare a viaggiare in sicurezza. «Per noi è molto importante essere riusciti a confermare il 95% della programmazione dello scorso anno – ha dichiarato Massimo Diana, direttore commerciale del t.o. – Per l'estate 2021 ci sono alcune new entry di cui siamo molto felici, come L'Hotel Cala Blu in Sardegna e il Pollina Resort in Sicilia».

Proprio la Sardegna, spiega il direttore commerciale, risulta essere super gettonata: «Puntiamo molto anche sul Marina Rey, Marina Resort ed Eurovillage. L'estate scorsa è stata un ottimo banco di prova. In base all'esperienza acquisita e alle nuove disposizioni abbiamo strutturato dei protocolli che hanno come obiettivo quello di rendere il soggiorno in tutte le nostre strutture assolutamente sicuro».
Quanto ai voli, «c'è ancora l'incognita Alitalia, ma per fortuna con Volotea stiamo facendo un buon percorso di crescita. Situazione simile anche con il trasporto via nave. Confidiamo sempre che Tirrenia operi come gli scorsi anni, ma nello stesso tempo stiamo lavorando per far crescere i rapporti con Grimaldi, Gnv e Corsica Sardinia Ferries».

GLOBALIA

Il ceo Hidalgo lascia il Gruppo

Javier Hidalgo non è più il chief executive officer di Globalia. Il manager si è dimesso dalla guida del Gruppo – creato da suo padre Juan José Hidalgo – dopo quasi cinque anni di gestione.
Nel 2018 Javier è entrato nell'azionariato di Globalia con una partecipazione del 10%, diventando il secondo azionista dopo il padre. Le sue dimissioni arrivano in seguito a due operazioni: la cessione della compagnia aerea Air Europa a Iberia per una cifra pari a circa 500 milioni di euro (passaggio che dovrebbe concludersi nella seconda metà di quest'anno) e la fusione con Ávoris, controllata da Barceló, per immettere sul mercato un colosso con un giro d'affari da 3,7 miliardi di euro (risultato del lavoro di circa 35 brand e oltre 1.500 agenzie di viaggi).

RECOVERY PLAN

Il modello italiano promosso dal Wef

Tra i passaggi chiave del Pnrr - Piano nazionale di ripresa e resilienza, anche detto recovery plan, c'è il modello italiano per il recupero e la riqualificazione dei borghi proposto dal ministro del Mibact, Dario Franceschini, apprezzato e preso ad esempio anche dal World Economic Forum (Wef). Un progetto di riqualificazione, rivalutazione e rinascita dei piccoli comuni, forse finanziato con 1,3 miliardi, visto come ottima strategia per decongestionare le grandi città d'arte.

Nella bozza del recovery plan è prevista la realizzazione di infrastrutture digitali e tecnologiche per dotare i piccoli centri di banda larga e collegamenti veloci, oltre alla valorizzazione delle tipicità, partendo dal dato che il 68% dei borghi italiani è anche culla di prodotti Dop e Igp significativi nell'ambito di itinerari enogastronomici.

Se poi si aggiunge la nuova modalità dello smart working, i borghi stanno diventando la soluzione ottimale per la workation in modalità sostenibile. Anche gli operatori turistici intravedono nuove opportunità. Non a caso nella hit dell'estate 2021 tra i siti più cliccati primeggiano borghi come Taormina, Positano, Vieste, Sirmione e San Gimignano.

La rivincita dei piccoli

TENDENZE Ancora un'estate all'insegna dei borghi. La parola a Primi, presidente dell'associazione che li rappresenta

A.L.

Castello Malaspina, Massa Martana

Forse a discapito dell'outgoing e delle grandi città, anche quest'anno la stagione estiva si preannuncia molto favorevole per i centri minori italiani. È la previsione, ma in parte anche l'auspicio, di Fiorello Primi, presidente dell'associazione I Borghi più belli d'Italia: «L'augurio è che molti italiani decidano di sostenere le comunità dei borghi andando a visitarli, acquistando i prodotti del territorio, mangiando nei ristoranti e pernottando in loco». Per favorire questo trend, prosegue, «abbiamo confermato eventi di grande appeal» come la Notte Romantica fissata per il 26 giugno con cibo, musica e balli soprattutto per le coppie; il Borgo dei Desideri, previsto il 10 agosto, all'insegna dell'enogastronomia e di spettacoli all'aperto; e il Festival Nazionale dei Borghi a Gardone Riviera (Brescia) dal 10 al 12 settembre, una kermesse con eccellenze enogastronomiche e convegni.

Ma guardando ai trend, quali sono le previsioni per l'estate 2021? «Prossimità, sicurezza e sostenibilità – prevede Primi – saranno ancora le parole chiave del turismo, soprattutto per i viaggiatori italiani che durante la pandemia hanno acquisito una maggiore consapevolezza del valore e della vastità del nostro patrimonio».

Fiorello Primi

Ampio spazio quindi a itinerari e pacchetti a tema naturalistico, culturale ed enogastronomico, impreziositi da attività insolite nelle destinazioni più conosciute, come le esperienze in ebike in Trentino nel borgo di Mezzano e nella Valle di Primiero; i segreti dello zafferano a Massa Martana (Perugia); il kayak sul Lago di Turano (Rieti) o le dolcezze della Sicilia in un antico baglio di Sambuca.

«E molti borghi – aggiunge il presidente – stanno prestando particolare attenzione anche alla workation, la nuova tendenza di abbinare il lavoro da remoto a un periodo di villeggiatura. Stiamo predisponendo iniziative dedicate agli smartworker che vogliono svolgere la propria attività lontano dal caos delle grandi città». L'offerta si basa su pacchetti soggiorno di una o più settimane, per singoli o famiglie, che coniugano il lavoro remoto da postazioni professionali e funzionali, comode e connesse, a esperienze turistiche ed enogastronomiche da vivere nei momenti extra lavorativi. Iniziativa, questa, commercializzata dal t.o. Borghi Italia Tour Network, braccio operativo dell'associazione in Italia e all'estero.

«Il tour operator – spiega Primi – offre una vasta gamma di proposte di soggiorno abbinate ad attività esperienziali nei borghi. Tutte le offerte in evidenza sono acquistabili dall'utente sotto forma di buono: il cliente potrà approfittare del prezzo vantaggioso delle proposte, ma stabilire la data effettiva del suo soggiorno in un momento successivo all'acquisto del buono, comunque entro 12 mesi. La promozione delle offerte è supportata, durante tutto il corso della stagione, da una campagna di advertising online, da Google a Facebook».

RIMANIAMO A CASA ANCORA UN PÒ...

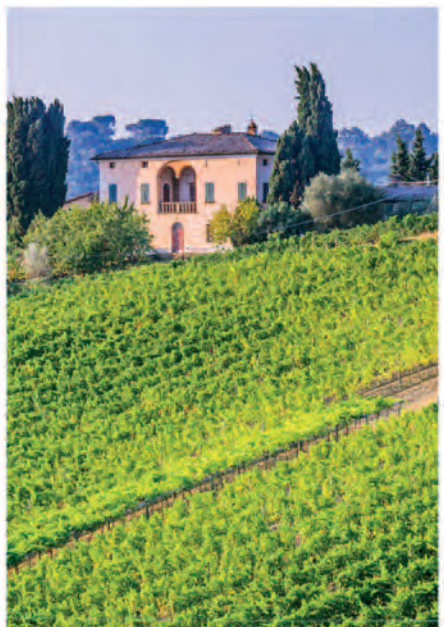
...NON CI VA COSÌ MALE...

Carrani Tours

Gray Line ROME

Safe travels

www.graylinerome.com/it



Da nord a sud, questa è casa nostra, con luoghi ancora da esplorare e tanti altri di riscoprire, amare e preservare.

In Carrani continuiamo a scommettere sul patrimonio artistico e paesaggistico del nostro Paese: i nostri itinerari sono disegnati per sorprendere anche il viaggiatore italiano... perché sia come la prima volta!

MARKETING

L'Unwto chiede aiuto a Facebook

Anche Mark Zuckenberg viene arruolato per il rilancio del turismo: l'Unwto ha stretto una partnership con Facebook, con l'obiettivo di sostenere le destinazioni turistiche globali. Nel corso di quest'anno l'Organizzazione mondiale del turismo ha supportato gli Stati membri

in una serie di iniziative di marketing e market intelligence, e ora alla vigilia della ripartenza internazionale ha lanciato intanto come primo step una serie di sessioni congiunte con il social media, con l'obiettivo di aiutare le destinazioni a utilizzare gli strumenti digitali di marketing. Si tratta di incontri tenutisi in inglese, spagnolo e francese che hanno visto la partecipazione di oltre 130 Paesi. I focus sono stati sugli Insights di Instagram e Facebook, sulle best practice e una panoramica su app e strumenti digitali, inclusi Messenger e WhatsApp.

Sandra Carvao, chief market intelligence and competitiveness dell'Unwto, ha sottolineato che «la partnership aiuterà le destinazioni a essere preparate per un nuovo mercato e permetterà loro di utilizzare dati e strumenti di marketing digitale per raggiungere nuovi pubblici e rilanciare il proprio turismo».

Ora Sabre ridefinisce la biglietteria aerea

STRUMENTI Partendo dalla nuova grafica l'azienda vara il New Airline Storefront: comparatore a scaffali che unisce esperienza e tariffe in un unico modello di shopping

G.S.

Semplificare la variegata offerta di tutto il trasporto aereo permettendo allo stesso tempo la scelta delle più ampie soluzioni alle agenzie di viaggi. È questo lo scopo di Sabre che ha lanciato la nuova versione del New Airline Storefront, uno strumento quasi rivoluzionario che mette insieme prodotto e sintesi grafica tra canale diretto, Ndc (New Distribution Capability) e low cost in una rinnovata visualizzazione che permette «un nuovo approccio all'air shopping», ha affermato Kathy Morgan, vicepresidente offer sourcing di Sabre.

Il New Airline Storefront (Nas) si presenta come un enorme comparatore a scaffali che prevede la visualizzazione di tariffe e contenuti delle compagnie aeree in maniera integrata: un ulteriore passo per Sabre, quindi, nella creazione di un marketplace dei viaggi personalizzati e altamente tecnologico. In breve, il tool riproduce graficamente il display a colonne utilizzato da molte compagnie aeree nei canali diretti – raggruppando le tariffe in base alle opzioni di franchigia bagaglio, selezione posto, biglietti rimborsabili – e sviluppa i confronti "fianco a fianco".

«Nei sistemi di prenotazione di terze parti questi confronti grafici sono difficili da realizzare – ha ricordato Kathy Morgan – Spesso i tool di prenotazione appiattiscono l'offerta delle compagnie aeree, che sembrano tutte molto uguali. In questo caso, però, abbiamo cercato di coniugare la visibilità del prezzo della tariffa con l'esperienza di volo, dalle priorità ai servizi fino ai bagagli». Le nuove funzionalità del Nas sono già disponibili tramite le shopping Api di Sabre, mentre a breve sarà disponibile per le agenzie tramite Sabre Red 360. Entro il 2022, il servizio sarà disponibile anche per il tool aziendale GetThere.

«Le compagnie aeree hanno investito nella differenziazione del proprio brand. Sebbene ciò crei una maggiore scelta, rappresenta anche una sfida: è facile capire il costo, ma più difficile capire l'esperienza – ha concluso Wade Jones, chief product officer di Sabre – Il nuovo airline storefront non solo consente di commercializzare efficacemente il loro prodotto unico nel canale indiretto, ma aiuta anche a comunicare il valore totale dell'offerta».

EVOLUZIONE DIGITALE

Travelport+ integra tutto il prodotto

Travelport rilancia il suo rinnovamento come marketplace B2B dei viaggi con la piattaforma di vendita di nuova generazioneTravelport+. Il nuovo sistema è costruito come un unico ambiente di nuova generazione che include una moderna tecnologia Api di microservizi leggera, altamente funzionale e completa di contenuto Ndc, strumenti avanzati per i cambi di biglietti aerei, un contenitore per gestire tutti gli aspetti del viaggio e una soluzione di Point of Sale per soddisfare le esigenze dell'agente.
«Il travel non ha tenuto il passo con l'evoluzione del moderno commercio digitale, e oggi l'acquisto e la vendita di viaggi sono più complessi di quanto dovrebbero essere – ha affermato Greg Webb, ceo di Travelport – Per questo, abbiamo effettuato un investimento pluriennale per accelerare l'innovazione». La piattaforma include una gamma ampia di nuovi strumenti con funzionalità di merchandising, tra cui cross-selling e up-selling.

Expedia e le ambizioni da super consulente

REBRANDING L'Ota rivoluziona il modello puntando su attività, cancellazioni rapide e pacchetti online

GABRIELE SIMMINI

La regina del mercato online dei viaggi Expedia cambia tutto e annuncia un nuovo posizionamento del brand per affrontare la prossima ripresa dei viaggi e la nuova normalità del turismo. Annusato il cambiamento e la spinta tecnologica che gli attori del travel organizzato stanno portando avanti, il colosso statunitense rilancia scegliendo una nuova veste da super consulente virtuale dei viaggi.

E dalla "dittatura" dei numeri e dei volumi passa a un'attenzione maggiore alle esigenze del viaggiatore e alla personalizzazione attraverso la ridefinizione della grafica delle sue piattaforme e della user experience. Le maggiori novità sono: pacchetti volo+hotel+attività già costruiti online; possibilità di cancellare in un click; programma fedeltà aperto a tutti gli account e costruzione di un viaggio tailor made tutto online e con assistenza virtuale. L'obiettivo per la Ota è quello di essere al fianco dei viaggiatori in ogni fase del loro percorso. Al centro di questo rinnovamento c'è una nuova esperienza di utilizzo della piattaforma Expedia che coinvolge l'app mobile e più di 70 siti web nel mondo.
Oltre a permettere l'acquisto di voli, alloggi, noleggi auto e attività su un'unica piattaforma, da oggi Expedia presenterà una serie di aggiornamenti. Partendo dal sistema di prenotazione, ora Expedia permetterà a chi prenota di visualizzare tutti i dettagli di un viaggio in un unico posto, usando l'app per dispositivi mobili o il sito web.

Expedia lancerà poi anche una nuova offerta per i pacchetti che fornirà "prodotti già abbinati" (volo+alloggio+attività) con un prezzo finale già calcolato. L'azienda Usa, inoltre, ha avviato una nuova procedura per l'acquisto di voli, con una visualizzazione più chiara delle opzioni a disposizione che

confronta tariffe, classi di volo e servizi ancillari inclusi.
Il colosso del web inoltre dà la possibilità di prenotare alloggi in base ai servizi che prima erano integrati nella tariffa delle camere. Sul lato assistenza, Expedia semplificherà la sua offerta di assicurazioni migliorando comprensione e procedure per gli indennizzi, oltre a un potenziamento delle coperture, con l'aggiunta di nuove funzionalità e vantaggi immediati. La Ota, inoltre, investirà sulla sua piattaforma di assistenza virtuale grazie alla funzione di "cancellazione in un click": i viaggiatori potranno cancellare un intero viaggio o fare domande all'assistente virtuale sul proprio itinerario.

Le attività, poi, potranno essere acquistate anche dopo la prenotazione e durante il soggiorno. Infine, viene semplificato il programma fedeltà Expedia Rewards che sarà integrato in tutti gli account al momento dell'iscrizione (circa 25 milioni al momento). «Per anni ci siamo concentrati sui volumi e sulle transazioni per far crescere l'attività, ma i clienti chiedono di più a un'azienda che si occupa di viaggi – ha detto Shiv Singh, vice president e general manager del brand Expedia, rafforzando la tesi del nuovo corso – Cercano un compagno affidabile che li accompagni in ogni passo, che li assista e garantisca che potranno godersi al meglio i loro viaggi».

PARTNERSHIP

Booking fa il t.o. patto con Viator

Non è bastata la partnership dello scorso anno con Tui Musement: ora Booking vuole diventare un vero e proprio t.o. online spingendo sempre di più sulle attrazioni e le attività. La Ota ha annunciato l'accordo con Viator – compagnia del gruppo TripAdvisor leader globale come piattaforma di prenotazione per i tour e le attività – e si prepara a offrire un'esperienza d'acquisto completa in tutte le fasi. La direzione intrapresa dalle Ota è chiara: per recuperare volumi di vendite occorre offrire ancora più prodotto nella maniera più semplice possibile.

A partire dal 2019 la strategia di Booking è stata quella di abbandonare i progetti di costruire in house una piattaforma che includesse esperienze e attività, per dedicarsi invece a strutturare delle partnership che portassero il prodotto dentro il portale. L'integrazione tra Booking e Viator, che comprende oltre 400mila tour ed esperienze, partirà dalle destinazioni di punta in Nord America ed Europa. Il competitor di Viator, GetYourGuide, ha intanto annuciato l'acquisizione del t.o. francese Guidatours.

Direttore Responsabile: Roberta Rianna **Redazione, amministrazione e pubblicità:** Editoriale 3.0 Soc. Coop. 00193 Roma - Via Tacito 74 Tel. 06.32600149 - Fax 06.32600168 **E-mail**: redazione@lagenziadiviaggi.it - commerciale@lagenziadiviaggi.it - editoriale3soccoop@pec.it **Redazione di Milano:** milano@lagenziadiviaggi.it **P. IVA e C.F.** 13648871005 Iscrizione Albo Cooperative n. C113124 **Poste Italiane SPA Spedizione in abb. postale** DL 353/2003 conv. in L. 27/02/2004 n. 46) Art. 1 comma 1, DCB ROMA **Autorizzazione del Tribunale di Roma** 195/2016 del 18/10/2016 **Progetto grafico**: Laura Bachmann **Stampa**: Arti Grafiche La Moderna S.r.l. - Guidonia Montecelio (Rm)

L'Agenzia di Viaggi, giornale professionale per il turismo fondato nel 1964

MEDIA PARTNER

Tutte le notizie, i servizi e i programmi pubblicati su questo giornale sono informazioni redazionali per coloro che operano nel turismo. Le informazioni redazionali non sono collegate alla pubblicità in modo diretto o indiretto. La pubblicità ha una sua posizione chiara e netta che non riguarda la redazione. Lettere e articoli firmati impegnano solo la responsabilità degli autori. Le proposte pubblicitarie implicano la sola responsabilità degli inserzionisti.

Fitur

EDIZIONE SPECIALE
RIPRESA
DEL TURISMO

19 — 23 MAGGIO 2021 MADRID

ifema.es

siamo turismo_
siamo reincontro

Accedi alla più grande rete professionale
del mondo per il settore turistico

Fitur LIVE Connect
CONNECT - KNOWLEDGE - EMPOWER

IBERIA
COMPAGNIA AEREA UFFICIALE

UNWTO
MEMBRO AFFILIATO

IFEMA
Feria de Madrid