



agenzia di viaggi

F O N D A T A N E L 1 9 6 5

1965 - 2015
50
agenzia di viaggi
anniversario

travel ID prenota il tuo webinar Su www.travelidentity.com



Anno XLXI - N. 2 - mercoledì 28 gennaio 2015 • Prezzo di copertina € 2,50 - Copie arretrate € 5 - www.agenziadiviaggi.it - POSTE ITALIANE SpA - Sped. in abbonamento postale - DL 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46) Art. 1 comma 1, DCB 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 ITALIA
Terramica, network per l'incoming



8 OPERATORI
Kuoni: «Il brand resterà vivo»



10 DESTINAZIONI
Cuba aspetta Hemingway



13 TECNOLOGIA
Amadeus apre all'e-commerce



ANTEPRIMA

► RCCL lancia 'Espresso' per il booking in adv

Royal Caribbean presenta alle agenzie "Espresso", nuovo sistema di prenotazione, più rapido e intuitivo, per il booking anche da tablet. La piattaforma, in arrivo a fine marzo, consente di prenotare crociere targate Royal Caribbean International, Celebrity, Pullmantur, Azamara e CDF Croisieres de France.

> a pag. 13

► Astoi striglia i vettori sul fuel surcharge

Lettera aperta di Astoi a dieci compagnie aeree di linea: il fuel surcharge - lamentano i t.o. capitanati da Andrea Mele - a volte supera di quattro volte la tariffa aerea-base, ed è insostenibile. L'associazione ha programmato per febbraio incontri one to one con i vettori.

> a pag. 5

► Nel 2018 sempre più alberghi di lusso

Si rafforza il mercato globale dell'ospitalità di lusso. Il fenomeno, rilevato dall'analista TTIC, è trasversale nei principali bacini-chiave: Americhe, Asia-Pacifico, Europa, Medio Oriente e Africa.

> a pag. 12

Brand riposizionato verso l'alto e nuove rotte con l'ingresso di Etihad

Alitalia, adesso i fatti

L'obiettivo: in attivo nel 2017 con 100 milioni di utile

Approvati budget e strategie, indicato il posizionamento del brand, fissato il ritorno all'utile nel 2017, ridisegnate le rotte, ridefiniti gli hub italiani, previste le connessioni internazionali: la nuova Alitalia è decollata ed è attesa al banco di prova. Sarà rifatto il look alle lounge di Roma, Milano Malpensa e Linate e verrà presto varata una scuola di formazione di eccellenza per il personale. E a marzo partirà il Venezia-Shanghai.

> a pag. 6



James Hogan, Luca di Montezemolo e Silvano Cassano

Il t.o. chiude l'anno con il +7% e svela il suo Piano triennale di sviluppo

Veratour verso i 250 milioni

Va a gonfie vele, Veratour. Lo confermano i dati presentati a Milano per i 25 anni del tour operator. L'anno è stato chiuso con un fatturato di 200 milioni di euro, pari al 7% in più, con il traino di Mediterraneo e Canarie. Nel piano triennale c'è l'obiettivo di



raggiungere quota 250 milioni nel 2017, anche gra-

zie ai nuovi Verastore e all'ingresso in catalogo quest'anno di cinque nuovi villaggi. Il presidente Carlo Pompili: «Abbiamo sempre perseguito una politica premiante che, prima di puntare sulla crescita, predilige la marginalità».

> a pag. 8

PARCHI A TEMA

Disneyland Paris fa leva sulle agenzie

Magia e marketing a braccetto: Disneyland® Paris punta sul mercato italiano - quarto per importanza dopo quello francese, britannico e spagnolo - ricomincia dalle agenzie e rafforza la partnership con l'offerta di early booking valida fino al 1° febbraio.

Javier Moreno, direttore marketing per il sud Europa: «Questa campagna intende stimolare il mercato italiano, che rappresenta uno dei bacini di traffico con



le maggiori potenzialità di crescita». Intanto, i vertici di Eurodisney hanno approvato la ricapitalizzazione di 1 miliardo di euro per il parco parigino.

> a pag. 9

FOCUS RISTORAZIONE

Mangia bene, viaggia meglio

Viaggiare e mangiare bene: un'accoppiata vincente soprattutto in Italia, dove l'eccellenza gastronomica è uno dei plus più richiesti dagli stranieri. Proprio il binomio cibo-turismo è al centro del dibattito per l'Expo 2015. E



ha creato una crescente attenzione degli operatori per la voce ristorazione, declinata in una molteplicità di tipologie: per ve-

gani, a km zero, gluten free. Tanti i suggerimenti degli esperti del Fipe - Federazione Italiana Pubblici Esercizi: "raccontare i piatti" o accontentare i palati più delicati, come quelli degli allergici.

Intanto, nascono locali "ad alta tipicità" con ingredienti di stagione

oppure low cost, come la catena di Parigi Goutu, eat and smile che serve piatti sotto i 3 euro.

> a pag. 4



Partecipa al webinar
Scopri le meraviglie del Botswana

Mer. 4 feb. 2015 • ore 14:30
su www.travelidentity.it

Gastaldi 1860
... il tuo viaggio su misura

botswana tourism

travel ID

20% SCONTO fino al 30 Aprile

EXPO 2015:
CON ALBATRAVEL
NIENTE DI PIÙ FACILE

MILANO 2015
NUTRE IL PIANETA
ENERGIA PER LA VITA

ALBATRAVEL GROUP
Rivenditore Autorizzato