

Il parco parigino ricapitalizzato per 1 miliardo: rilancio con il trade

Disneyland insiste sulle adv

Tra le maggiori attrazioni la nuovissima Ratatouille

Dopo la ricapitalizzazione di un miliardo di euro utilizzata in buona parte a compensare l'indebitamento, Disneyland® Paris riaccende i motori della commercializzazione aggressiva. E punta sulla fruttuosa partnership operativa con le adv, già sensibilizzate dalla campagna promozionale che offriva soggiorni a 99 euro per adulto, con gratuità per i bambini fino a 7 anni.

Disneyland® Paris, che è la prima destinazione turistica in Europa, con più di 275 milioni di visite dall'apertura nel 1992 (14,9 milioni di visite nel 2013), include due Parchi tematici (Disneyland e il Walt

Disney Studios), sette hotel a tema Disney per un totale di 5.800 stanze (con un'aggiunta di 2.400 stanze gestite da Hotel Associati e Selezionati), due centri congressi e un campo da golf con 27 buche.

E poi c'è il *Disney Village*, uno dei quartieri di divertimento più grande nella regione Ile-de-France, con ristoranti, negozi e un cinema multisala.

In totale, Disneyland® Paris offre 59 attrazioni, 62 negozi e 58 ristoranti.

Per **Javier Moreno**, direttore marketing per il Sud Europa, «il mercato italiano, quarto in Europa dopo Francia, Gran Bretagna e Spagna, rappresenta per noi

uno dei bacini di traffico con le maggiori potenzialità di crescita. Puntiamo quindi ad assicurarci il massimo supporto delle agenzie di viaggi, cui offriamo un intenso programma di e-learning, oltre al consueto educativo annuale che riserviamo a un centinaio di adv partner che hanno seguito la nostra formazione. Formazione che serve per illustrare i plus che possiamo offrire agli ospiti: dalle tariffe nei nostri alberghi al *fast pass* gratuito per saltare le file alle nostre 60 attrazioni. Inoltre vogliamo migliorare altri servizi, come la newsletter e le agevolazioni riservate agli agenti di viaggi che vogliono vi-



Javier Moreno

sitare il Parco».

Al centro del rilancio di Disneyland Paris, c'è la sua 60ª attrazione, Ratatouille, nel parco *Walt Disney Studios*, caratterizzata dalle "topo-mobili". Lo scenario è realizzato grazie a proiezioni in 3D, ideate da Pixar Animation Studios.

Negli ultimi anni il Parco si è arricchito di altre attrazioni, tra cui la *Toy Story Playland*, con tre attrazioni per fan di tutte le età.

Pad. 14 - St. H20-L27

AXA ASSISTANCE

Agenti in chat con Tripy

AXA Assistance Italia rinnova il dialogo con il trade, proponendo in Bit i punti di forza delle sue coperture assicurative: annullamento senza giustificativo con la polizza *All Risks*, l'unica sul mercato italiano che permette di annullare senza presentare alcuna certificazione, comprovante il motivo della rinuncia al viaggio fino al giorno della partenza; massimale spese mediche illimitato in tutto il mondo, con copertura diretta delle spese mediche, senza franchigia e limite d'età, incluse le malattie preesistenti; *Tripy Equalizzatore*, strumento che consente di costruire la polizza su misura personalizzando garanzie e massimali; chat dedicata agli agenti, per dialogare con *Tripy* in modo tempestivo e diretto.

La fiera di Milano è anche l'occasione per presentare la nuova area manager per le provincie di Como, Lecco, Sondrio, Varese, Pavia e Lodi, **Pamela Olgiati**, che riporta direttamente al responsabile commerciale travel, **Claudio Terragni**.



Pamela Olgiati

Pad. 14 - St. H20 - L27

INCONTRI AL VIA

Astoi: faccia a faccia in Bit con le linee aeree

Astoi Confindustria Viaggi prende parte anche quest'anno alla Bit. L'associazione è presente all'interno del padiglione The World - Business Village - con una superficie espositiva di circa 300 mq, comprendente l'Area Collettiva dei Soci e lo stand istituzionale dotato di spazio welcome per l'accoglienza dei visitatori.

In occasione della tre giorni milanese, presso lo stand istituzionale, si terranno i primi incontri con i rappresentanti di alcune delle compagnie aeree di linea che hanno risposto alla lettera inviata in nome e per conto dei tour operator soci. Si darà dunque il via a una serie di appuntamenti volti a costruire un dialogo finalizzato a risolvere, o quantomeno ad attenuare, alcune importanti criticità

Pad. 14 - St. L40 - M41



che connotano da tempo il rapporto tra le Parti. Gli incontri proseguiranno presso la sede dell'Associazione in altre date già calendarizzate, sempre nel mese di febbraio.

FIDENZA VILLAGE

Lo shopping 'chic' fa turismo

Fidenza Village presenta a Milano un'offerta originale, fatta di un'ampia gamma di servizi e di innovazioni continue, per un'esperienza di shopping e di turismo con oltre 100 boutique, ristoranti tipici e una vasta scelta di escursioni nel territorio. «L'incontro con gli operatori rappresenta un'importante opportunità di confronto, relazione, crescita e sviluppo», dichiara il deputy tourism director **Mauro Acquati**. I pacchetti di Fidenza Village - facilmente accessibili e consultabili tramite l'innovativo portale *Chic Travel* - comprendono gli spostamenti con lo Shopping Express da Milano.

Pad. 11 - St. D22

Nepal Tourism Board



Il Nepal è un sogno da realizzare.
Montagne, fiumi, arte, cultura, natura, genti.
Un'atmosfera permeata da una religiosità contagiosa.
A 8 ore da voi c'è un mondo affascinante
che vi aspetta per dare un senso alla vostra ricerca
di scoperta e di emozione

00152 Roma - Via Vitellia 85 D
Tel. +39 0653293402/3 - Fax +39 06-53293416/40
www.welcomenepal.com - e-mail: ntbroma@yahoo.it