

Il Piccolo Tiglio

Pad. 4 - St. L55

Il Piccolo Tiglio presenta il ritorno nel catalogo individuali del Montenegro, finora presente solo nella programmazione gruppi. Sono proposti una dozzina di alberghi di varie categorie tra cui l'*Avala Resort & Villas* di Budva, 4 stelle ristrutturato da poco, con centro wellness e Spa, situato sul mare e nel cuore della città vecchia.

«La novità sulla Croazia, che rappresenta circa l'80 % del nostro fatturato – dice l'ad **Sebastiano Mazzucchelli** – è l'ingresso in Dalmazia di *Radisson* con due hotel sul mare: il *Blu Resort & Spa-Giardini del Sole* 4 stelle di Orasac, a nord di Dubrovnik, e il *Blu Resort* di Spalato, di fronte all'isola di Brac».

Il rilancio, con un catalogo monografico e prezzi concorrenziali, del rinnovato *Hotel Castello* di Otocec è la novità della programmazione sulla Slovenia. Il 5 stelle, da quest'anno membro dei *Relais & Chateaux*, dotato di centro wellness, Tennis Clinic e campo da golf 9+9 buche, sorge su un'isola del fiume Krka e dallo scorso ottobre è collegato alla rete autostradale europea. Altra new entry il *Grand Hotel Kempinski Palace* di Portorose, 4 stelle sorto dalla ristrutturazione del *G.H. Palace*, nel centro della cittadina.

«Nel 2009, grazie anche alle adv che si sono rivolte a noi dopo le note vicende di alcuni nostri competitor, abbiamo registrato un +31% sulla Croazia, che per noi è diventata vendibile tutto l'anno. La Slovenia, invece, non essendo un prodotto mare, ha risentito maggiormente della crisi, con -14% sugli individuali e -7% sui gruppi.

Pensiamo che nei primi sei mesi dell'anno ci saranno molte novità: ci comporteremo di conseguenza mantenendo l'alta qualità del prodotto».

Tecnitravel

Pad. 2 - St. Q22-S21

Tecnitravel porta in Bit i prodotti Stati Uniti, Alaska, Canada e Caraibi con qualche sostanziale novità. «È stato ampliato il prodotto Hawaii, che avevamo solo come destinazione, aggiungendo gli appartamenti in affitto, completamente arredati, sulle isole di Honolulu, Oahu, Maui e Kauai – spiega la product manager **Iaria Cassano** – Mentre per l'Alaska, che conosciamo da 16 anni, abbiamo ideato un tour con accompagnatore in italiano strutturato come un safari in Africa. La spedizione si svolge in 4x4 con la guida a bordo di un'auto, per chi non se la sente di guidare, e l'incontro serale dei partecipanti per fare il punto della giornata e soddisfare qualsiasi curiosità. Il tour standard dura 13 giorni ma si può ridurre, avendo a disposizione 3 diverse partenze».

Il resto del prodotto Tecnitravel rimane pressoché uguale, compresi i classici Fly&Drive. Le ulteriori novità appariranno sul sito del t.o. milanese dopo la Bit, un paio di vere *chicche* da intenditori che riguardano gli Usa. «Si tratta – anticipa Cassano – del noleggio delle Harley Davidson lungo gli States e di un tour con accompagnatore italiano nelle riserve indiane. È un tour a data unica, con partenza il 15 agosto e ripercorre il tragitto dei Nativi d'America in gran parte nel Nu-



G. Hotel Kempinski Palace

vo Messico fino al Colorado con la Mesa Verde». Il tour operator ribadisce anche i prodotti dedicati agli studenti, dai corsi di lingue a quelli di preparazione ai test di ammissione, organizzati nella stessa sede dell'operatore.

Amatori T.O.

Pad. 6 - St. D84

Amatori T.O. di Ancona presenta una programmazione sulla Croazia, potenziata e rinnovata soprattutto sulla Dalmazia Meridionale, «per noi, la regione più importante sul piano commerciale» come spiega il direttore marketing **Corrado Ceccarelli**. Tra le novità l'incremento del ricettivo sull'isola di Hvar con molte strutture a 3 e 4 stelle, proposte di soggiorno nei fari come quello di Struga, del 1839, nel sud dell'isola di Lastovo, all'ingresso della baia di Skrivina Luka. E ancora, crociere in caicco di una settimana tra le isole del Quarnero con possibilità di imbarco in ogni porto, in barca a vela nell'arcipelago delle Kornati e itinerari avventura come *La terra delle cascate* che in 8 giorni attraversa i laghi e le cascate del Parco Nazionale di Plitvice con percorsi trekking, in mountain bike e in canoa. Percorsi avventura previsti anche in Montenegro, mentre in Slovenia la maggioranza dei prodotti è dedicata al benessere.

«Per i trasferimenti – aggiunge Ceccarelli – utilizziamo la compagnia di navigazione croata Jadrolinija, della quale siamo gsa per l'Italia, in partenza da Ancona e Bari. Per raggiungere i due porti dalla Campania, abbiamo recentemente stipulato una nuova partnership con una società di pullman».

Incoming Marche è il nuovo catalogo cartaceo «lanciato l'anno scorso solo sul sito, dove quest'anno abbiamo investito molto per l'area speciale riservata alle agenzie. Il prodotto è legato al territorio con tour enogastronomici e alla scoperta delle arti e dei mestieri tipici, ad esempio la lavorazione a tombolo o della carta di Fabriano.

Il 2009 è andato abbastanza bene, con una crescita del 2%; i nostri progetti futuri riguardano un ulteriore incremento dell'incoming e della nostra presenza sui Balcani con altre destinazioni».

Aviomar

Pad. 6 - St. C112

Nello stand Astoi con Naar, il t.o. Aviomar – specializzato in destinazioni balneari del Mediterraneo, in particolare della Sardegna – propone in Bit i nuovi cataloghi, caratterizzati da un equilibrato rapporto qualità/prezzo e da un'ampia offerta di strutture che comprende la formula *residence*.

Queste le brochure 2010: *Mare Estate Residence e Appartamenti*, *Mare Estate Hotel e Villaggi*, *Sardegna Hotel e Residence*, *Corsica Hotel e Villaggi*, *Case e Residence*, *Elba e Toscana Hotel e Villaggi*,

Case e Residence. Gi altri cataloghi in programmazione sono dedicati a Croazia e Slovenia, Costa Azzurra, Mediterraneo, Malta e benessere.

«Il consolidamento delle nostre posizioni di mercato è uno degli obiettivi strategicamente prioritario anche per il 2010 – spiega **Luca Adami**, direttore commerciale e marketing – Le eccellenti quote di mercato che registriamo nel Mare Italia e, in particolare per Sardegna, Toscana/Elba, Corsica, Croazia, Malta e sul comparto benessere ci inducono a concentrare i nostri sforzi in questa direzione. L'alta percentuale di fidelizzazione delle oltre 6.000 adv attive ha reso possibile tutto questo».

Alla Bit Aviomar lancerà la grande novità di quest'anno: una campagna rivolta al trade dal claim *Dai colore alla tua commissione*.

Sonders and Beach

Pad. 2 - St. Q14-S15

Le novità di Sonders and Beach riguardano essenzialmente **Quiiky**, il brand del t.o. specializzato nel target gay e membro di Visit Usa. «C'è un cambiamento importante sul catalogo estivo che, pur mantenendo all'interno i due brand della brochure invernale, *Style e Destinations*, li fonde diventando una pubblicazione uni-

ca, *Quiiky Magazine* – spiega il direttore di Quiiky, **Alessio Virgili** – Sarà un vero magazine di viaggi dove, accanto alla parte commerciale con prodotti e offerte, ci saranno degli editoriali dedicati alle varie tematiche LGBT».

L'operatore studia nel dettaglio le mete gay friendly e ripropone la Grecia, con Mikonos, Santorini, Skyatos e Lesbos, la Spagna con Ibiza, Barcellona Sitges e Gran Canaria, Israele. Nel catalogo estivo ci saranno delle new entry, alcune valide fino a dicembre, come il Brasile, l'Australia, l'Argentina e il Canada. Nuovi anche il Messico, dove è possibile scambiarsi la promessa di matrimonio con cerimonia maya, e il Nepal, dove i matrimoni gay sono legalmente riconosciuti. Confermato il Costarica, non mancano il Sudafrica (Cape Town) e gli Usa (Boston e Providence Town).

«Il catalogo è una vetrina, ma noi siamo soprattutto tailor made», continua il direttore. Importante il ruolo delle adv, ormai oltre 400 quelle fidelizzate di cui 10 Quiiky Partner. «Quest'anno non abbiamo mandato il catalogo a tutti – conclude Virgili – Chi vuole lavorare nel target G&L deve assumersi degli impegni, come quello di esporre in vetrina i prodotti. Per le adv, poiché il nostro è ancora un prodotto di nicchia, abbiamo un network con servizi di consulenza, assistenza sulle mete e corsi di formazione per i banconisti».

Alidays

Pad. 2 - St. Q22-S21

Diverse le proposte per il 2010 che Alidays espone in fiera, a cominciare dal prodotto: completamente rivisto e ampliato

ALBATRAVEL

Da fine marzo su Albatravel, il primo portale italiano B2B di booking alberghiero e servizi turistici, si prenoterà anche tutto il prodotto di Grimaldi Lines: «Presentiamo l'accordo in fiera – spiega **Guy Luongo**, direttore generale – questa partnership aggiunge alla nostra offerta un prodotto di qualità e di valore, che tra l'altro con le linee per Barcellona sposa benissimo la nostra espansione in Spagna». L'intesa con Grimaldi Lines è la prima



novità in un anno partito di lancio per Albatravel: +15% le vendite in gennaio, dopo i 180 milioni fatturati dal gruppo nel 2009, in progresso del 18%. «Probabilmente ci ha favoriti anche la domanda crescente di flessibilità e tailor made, su un mercato pressato dalla spinta al risparmio – commenta Luongo – ma credo che alla base della nostra crescita ci sia soprattutto la nostra presenza reale e costante al fianco delle agenzie. Siamo sul campo con i nostri uffici. Comuniciamo costantemente con il trade, da noi è facilissimo parlare con chi prende le decisioni. Albatravel c'è, sempre, e questo probabilmente ora fa davvero la differenza».

Albatravel ha nove sedi in Italia, due in Spagna, una in Francia, in Svizzera e in Gran Bretagna, e assiste sul campo circa 18.000 agenzie europee registrate.

Pad. 6 - St. C67-D68

per Usa, Canada, Messico e Australia. Le novità più importanti riguardano i nuovi itinerari, come quelli negli Usa sui nativi Navajo che prevedono il tour delle montagne sacre o il *Navajo Cross Cultural Tour*. Si può conoscere la continuità, l'eredità e l'innovazione dell'arte e dell'artigianato dei nativi d'America con il tour alla scoperta dell'arte indigena del Sud Ovest.

Cinque le proposte di Alidays per i tour in Australia, con guida e accompagnatore che parla italiano, della durata variabile da 10 a 15 giorni: *Australia Fantastica*, *Australia Essenziale*, *Australia Tjukurpa*, *Australia Panorama*, *Australia Completa*. Parte inoltre, proprio in questi giorni, la programmazione di Africa Australe, Mauritius e Seychelles.

Nuova sezione sul sito web www.alidays.it è l'*Hotel Mare*, dedicata alle proposte di estensioni e soggiorni, nella quale è possibile trovare tutte le soluzioni mare nei Caraibi, nell'Oceano Indiano e nel Pacifico.

Per migliorare ulteriormente il rapporto con le agenzie di viaggi con le quali collabora, Alidays ha attivato una modalità di assistenza diretta online tramite una chat. Infine, in seguito ai buoni riscontri registrati a gennaio, il t.o. ha deciso di intensificare per il 2010 l'attività di formazione rivolta agli adv, con tappe in Lombardia, Lazio e Sicilia.

