

**ATTUALITÀ**

Press Tours: Leadership confermata su Cuba, cambia il passeggero e altre novità

4

**FOCUS**

Keys hotel, il nuovo brand del Gruppo Berggruen in India

6

**FOCUS**

YourSingapore: Nuova immagine per il piccolo paese asiatico

7

**NOTIZIE**

Circuiti e cultura fuori dalla Cuba usuale

**NOTIZIE**

Blue Panorama: si prepara un'altra estate importante

10

**ttc**  
TRAVEL TRADE CARIBBEAN

# CONTINENTE TURISMO

SUPPLEMENTO

SPECIALE

AL NUMERO TTC 193



## Trasporti: L'avanzata delle compagnie asiatiche e mediorientali

**C'**erano una volta le compagnie aeree Europee come Boac, Air France, Lufthansa o le americane come Pan Am, Twa... Esse dominavano i cieli ed erano i vettori che facevano galoppare l'immagina-

rio dei viaggiatori, abituati a navi e treni. Oggi la bilancia delle forze in campo è cambiata, pur restando alto «l'onore» delle compagnie europee o americane, coalizzate in maniera globale attraverso le grandi alleanze

mondiali.; è cambiato l'equilibrio, si è spostato verso oriente, penisola arabica, soprattutto, e Thailandia, Singapore, Hong Kong, i paesi delle compagnie di bandiera più o meno emergenti, che stanno imponendosi per

la qualità del servizio, la vastità dei network e gli investimenti sulla modernità della flotta. Un solo dato: l'International Air Transport Authority (IATA) ha calcolato perdite finanziarie per le compa- **Continua a pagina 2**

### Asia: Qualche novità dal grande continente

Pagina 6



LJESHK

### Aruba crede al mercato italiano. E ci riprova

«**A**ruba meets Europe», la manifestazione dedicata al turismo della piccola isola dei Caraibi ha visto i mercati emittenti consolidati ed emergenti confrontarsi sul futuro turistico della destinazione che non cela il desiderio d'incrementare il numero dei visitatori europei e, soprattutto, la loro qualità. «L'Italia è uno dei mercati importanti per il nostro futuro —ha commentato Humphrey Vrolijk, direttore dell'area europea dell'Ata (Aruba tourism authority)— Anche se il volo diretto ancora non c'è, abbiamo la certezza che una promozione più inten- **Continua a pagina 8**



KAMRAN JEBRELI



Dubai, una delle poche città al mondo che persegue una politica «a cielo aperto», tra più di 120 compagnie aeree in libera concorrenza.

# Trasporti: L'avanzata delle compagnie asiatiche e mediorientali

**Dalla prima pagina** – gnie aeree di tutto il mondo nel 2009 per un totale di 9,4 miliardi di dollari americani la situazione più difficile mai affrontata dal settore, ma pare no cpsi per tutte.

La palma della compagnia in maggior crescita nel panorama mondiale (oltre il 20% l'anno) spetta a Emirates Airlines, il vettore del piccolo, ma molto dinamico emirato di Dubai, una delle poche città al mondo che persegue una politica «a cielo aperto», tra più di 120 compagnie aeree in libera concorrenza. Sin dalla sua nascita nell'85, Emirates ha ottenuto oltre 400 riconoscimenti internazionali, registrando profitti negli ultimi 21 anni di bilancio consecutivi. I risultati globali dell'esercizio chiuso il 31 marzo ha fatto registrare un profitto netto da record pari a 3.5 miliardi di dirham (964 milioni di dollari americani). Il ricavo dell'intero grupo Emirates, cui fa capo l'aerolinea, che appartiene alla famiglia reale Maktoum, ha raggiunto la ragguardevole cifra di 45,4 miliardi di dhs (12,5 miliardi di dollari americani) sostanzialmente stabile con un utile di 4,2 miliardi di aed (1,1 miliardi di dollari) i ricavi di Emirates Airline sono rimasti stabili a 43,5 miliardi di aed (11,8 miliardi di dollari americani), con un aumento dello 0,4% rispetto all'anno precedente. Emirates ha fatto volare durante il 2009/10 ben 27,5 milioni di passeggeri, 4,7 milioni in più del 2008/09 facendo segnare un . Per l'Italia, dove opera dal 1992, il fine è arrivare a 9 voli giornalieri e la compagnia è, al momento, a 5. Il futuro imminente? Aumento dei voli: prima Malpensa e Roma, poi Venezia. Per la flotta... basti pensare che già sono otto gli Airbus 380 in servizio, i più grandi ae-

rei del pianeta, e che il maggior cliente per l'Airbus è proprio Emirates. [www.emirates.com](http://www.emirates.com).



La compagnia di bandiera del Qatar non sta certo a guardare gli sviluppi dell'area e vive di una luce propria. Qatar Airways, di recente ha siglato l'acquisto di 24 nuovi velivoli Airbus A320 e A321, arricchendo la flotta di nuove potenzialità in grado di coprire con una disponibilità flessibile tutte le esigenze di un network in fase di grande e continua espansione a livello mondiale. La consegna dei nuovi velivoli avrà termine a fine 2012. Nata nel '97, la compagnia ha bruciato le tappe: dalla sua attuale dimensione di 72 aeromobili e 85 destinazioni già nel 2010 aumenterà considerevolmente il suo potenziale di offerta, potendo contare in base agli ordinativi in corso sulla consegna di un nuovo aereo ogni mese. Ha infatti ordinato 32 Boeing 777, 24 Airbus A321 e 5 A380 tutti già in

linea di lavorazione ed ha inoltre opzionato 60 Boeing 787 e 80 Airbus A350 XWB in fase avanzata di progettazione e completamento. Con l'arrivo dei nuovi aerei la compagnia procederà

ad un progressivo e continuo aggiornamento della flotta in modo da potere sempre disporre di aeromobili nuovi e di ultimissima generazione, con l'obiettivo di una flotta di 120 aerei nel 2013 (700 mln di uds di investimento) data nella quale sarà completato il nuovo avveniristico NDIA (New Doha International Airport) già parzialmente ultimato, che potrà ricevere e smistare sino a 50 milioni di passeggeri ogni anno. Sono stati annunciati per i prossimi mesi 2 nuovi collegamenti in Australia (Sydney e Melbourne), l'aumento da 9 a 11 degli scali in India e l'ingresso in rete di 2 nuove città europee. Dal 2 marzo Qatar Airways ha portato a giornaliera la frequenza del Roma-Doha contando così su 14 voli settimanali da e per l'Italia (7 da Roma Fiumicino e 7 da Milano Malpensa),

aumentando la capacità del volo da Roma del 40% mettendo a disposizione 1.925 posti a settimana. [www.qatarairways.it](http://www.qatarairways.it)

Di recentissima costituzione, ma da tenere in grande considerazione, è la compagnia dell'emirato di Abu Dhabi, il capofila dei sette «Emirati arabi uniti».

Ethihad Airways, compagnia di bandiera, quindi, attualmente offre voli verso 54 destinazioni nel Medio Oriente, in Europa, Nord America, Africa, Asia e Australia ed opera con una delle più moderne flotte al mondo. I jet della compagnia rappresentano il massimo della tecnologia in termini di rendimento, efficienza, spazio in cabina ed auto-



nomia. Al momento, la flotta è composta da 45 aeromobili, ma la compagnia ha recentemente siglato un ordine da 43 miliardi di dollari per 205 nuovi aeromobili Boeing e Airbus che arriveranno in fotta parallelamente allo sviluppo pianificato fra il 2011 e il 2020. Uno dei criteri di scelta in tutti gli accordi è stata la performance dei motori per quanto riguarda l'ambiente. I motori selezionati per gli aeromobili wide-body sono tra i più avanzati tecnologicamente e a basso consumo e contribuiranno a mantenere la flotta di Etihad tra le più ecologiche al mondo e al termine dell'operazione l'inventario degli aeromobili sarà di 150 incluse le sostituzioni. Dallo scorso 21 aprile, in aggiunta ai voli diretti con **Continua a pagina 9**

# Voli Blue Panorama Airlines

Tariffe a/r da  
**€ 670\***

**operativo estate  
Blue Panorama Airlines**

\*comprese tasse e supplementi,  
tariffa valida per partenze di bassa stagione  
soggetta a restrizioni per cambi e rimborsi.

lunedì	BV1132	Roma - Havana - Santiago de Cuba - Roma
lunedì	BV1108/1109	Milano - Roma - La Romana - Roma - Milano
martedì	BV1208/1209	Roma - Milano - Cancun - Milano - Roma
giovedì	BV1462	Roma - Havana - Santiago de Cuba (a partire da luglio)
sabato	BV1602	Milano - Havana - Cayo Largo - Milano
sabato	BV1614/1615	Milano - La Romana - Milano (a partire da giugno)
domenica	BV7712	Milano - Havana - La Romana - Milano (fino a fine maggio)
domenica	BV7712	Milano - Havana - Santa Clara - Milano (a partire da giugno)
domenica	BV1746	Milano - La Romana - Montego Bay - Milano (a partire da giugno)



 **Blue Panorama**  
airlines

Informazioni e prenotazioni  
call center 06 98956666 - (lun-dom 08.00/20.00)  
callcenter@distal.it - www.distal.aero

# Press Tours: Leadership confermata su Cuba, cambia il passeggero e altre novità

**F**abio Landini, direttore commerciale di Press Tours guarda avanti. «Proseguiamo nell'impegno tecnologico per la composizione di viaggi su misura anche su nuove destinazioni. Abbiamo investito per l'ulteriore implementazione di «Chiara», il nostro sistema di composizione viaggi, uno dei nostri migliori asset. Per quanto attiene Cuba la nostra posizione di preminenza, quali leader di mercato, è evidente, ma stiamo assistendo ad una progressiva affermazione dei segmenti di alto livello che ci porta ad un aumento notevole dei numeri, peraltro già ottimi. Per fare un esempio, a parità di passeggeri, le nostre spese per l'acquisto di servizi nell'Isola Grande sono aumentate del 41%, in termini monetari (circa 2 milioni di euro in più per un fatturato di acquisti di circa 7 milioni), con un fatturato che ha chiuso con un incremento del +15% sullo scorso anno fiscale (31 marzo 1 aprile)».

Stare fermi non è nello spirito dell'azienda. «Prosegue la crescita di Supernova ([www.supernova.to](http://www.supernova.to)), la marca commerciale del turismo in Italia, un marchio che viene dato alle adv al fine di creare per le adv stesse la capacità di auto produrre viaggi con la logica di recuperare margini e ridurre il più possibile la concorrenza orizzontale — spiega Landini — un marchio di qualità e un supporto tecnologico, quindi. Supernova riunisce diversi fornitori di servizi specializzati, per destinazioni, che le adv possono assemblare».



Fabio Landini, direttore commerciale di Press Tours.

Il sito si divide in due sezioni: la parte pacchetti in cui semplicemente si accede ai database del to cui attingere (cloro che aderiscono al codice di autoregolamentazione del turismo caricano i pacchetti e chiudono il contratto con l'adv) e l'altra parte, quella basata sulla tecnologia di Chiara, che costruisce i pacchetti con componenti esterne. In altre parole il sistema si basa sulla direzione tecnica, tecnologia e organizzazione di Press tours, mentre i prodotti sono forniti anche da altre fonti.

Il to milanese prosegue comunque anche con nuove programmazioni: l'Egitto presto vedrà un catalogo cartaceo che è il giusto consolidamento di programmazioni già avviate ma su basi individuali, per poi vedere estendere lo stesso principio su Oceano Indiano e Dubai, sinergico al progetto di Supernova per allargare lo spettro delle proposte. «Tutto questo sarà comunque un prodotto su misura — prosegue Landini — per il quale abbiamo assunto personale altamente specializzato. Non ci interessano prodotti di basso livello. Peccato per la Thailandia, al momento ferma, anche se eravamo già a buon punto per dare il via alla programmazione».

Tornando a Cuba, conclude Landini: «Noi siamo cresciuti perchè a Cuba portiamo nuovi clienti: ad esempio lusso, subacquea, ecoturismo, benessere e golf, segmenti in grande crescita. Paradisus progredisce con noi 60%, Sandals, Saratoga, Habaguanex che vede Exploracafè al raddoppio con O'Farrill e San Miguel crescono e tutto grazie a clienti nuovi. Ci concentriamo sugli incentive che per noi saranno nel 2010 più che nell'ultimo triennio. Una perla è data, infine, dal Messico che cresce del 50% e ci sta dando grandi soddisfazioni, principalmente perchè crediamo di essere in grado di farlo meglio di chi è rimasto sul mercato a proporre la destinazione».



DENNIS CONNELLY

CONTINENTE  
turismo

Presidente Onorario: RENZO DRUETTO • Direttore Responsabile: Giuseppe Ferraris • Direttore Generale: Alfredo Rodríguez • Redazione Italia: Tiziana Settanni • Redazione Cuba: Josefina Pichardo • Servizi giornalistici Italia: Massimo Terracina / Tiziana Settanni • Fotoreporter/Webmaster: Hairo Rodríguez • Servizi informativi digitali: Hairo Rodríguez / Frank Martin • Disegno: Andro Liuben Pérez Diz • Collaboratori marketing: Ana Cecilia Herrera / María E. Leyva / Orlando Ojeda / Magdalena García • Indirizzo legale: via Galileo Galilei, 47, 20092 Cinisello Balsamo, Mi • Tel.: 02 36649575 • Fax: 02 36649576 • Stampa: Officina Grafica S.R.L. Via della Meccanica, 8 Vigano Di Gaggiano 20083, Mi • Mail: redazione.italia@traveltradecaribbean.com / italia@traveltradecaribbean.com / commerciale.it@gmail.com • Corrispondente stampa per i Caraibi: La Habana, Cuba / ttc.cuba@traveltradecaribbean.com • Contatto per informazioni: info@traveltradecaribbean.com • Web: www.traveltradecaribbean.com • CONTINENTE TURISMO è un prodotto editoriale di TTC Travel Trade Caribbean S.R.L. Pubblicazione bimestrale dedicata agli approfondimenti delle notizie e le novità del mercato turistico italiano e generale, di fronte alle tendenze attuali del settore. Inscritto al Tribunale di Milano con il numero 166. Data di registro nella Camera di Commercio: 01.08.2001. Inscritto al ROC (Registro di Operatori della Comunicazione). Distribuito attraverso abbonamento postale. Vietata la riproduzione parziale o totale degli articoli senza l'autorizzazione espressa dei suoi autori, i quali conservano tutti i diritti legali e sono responsabili del contenuto degli stessi.

# Immergersi a Cuba



*Cayo Largo*      *Giardini della Regina*      *Cayo Levisa*



Tre destinazioni imperdibili, forse le migliori di tutti i Caraibi. Ciascuna con una propria specifica identità, ma tutte con la tranquillità garantita dall'unico Diving Center italiano-cubano e dai suoi quasi vent'anni d'esperienza.

Tres destinos únicos, entre los mejores de todo el Caribe. Cadauno con su específica identidad pero todos con la tranquilidad garantizada por el único Centro de Buceo Italiano-Cubano y sus casi veinte años de experiencia.

Three "must" destinations, between the best in all the Caribbean. Each one with its own identity, all allowing you the maximum leisure guaranteed by the only Italian-Cuban Diving Center and its almost twenty years experience.

Три незабываемых места, возможно лучшие в Карибском море. Каждое уникально по-своему и предлагает отдых и развлечения, которые Вам гарантирует итало-кубанский Центр подводного плавания с его почти двадцатилетним опытом работы.

Trois destinations imperdibles, les meilleures de tous les Caraïbes, peut-être. Chacune avec sa propre identité, mais toutes avec la tranquillité garantie par le seul Diving Center italien/cubain et par ses presque vingt ans d'expérience.

Drei wunderschöne Orte, die vielleicht die besten in der ganzen Karibik sind. Dabei ist jeder der drei Orte einzigartig und bietet eine unvergessliche Erholung, die vom italienisch-kubanischen Diving Center mit seiner fast zwanzigjährigen Erfahrung gewährleistet wird.



## Asia: Qualche novità' dal grande continente



Nel mare magno dell'offerta turistica asiatica ci sono un paio di interessanti novità che riguardano due destinazioni che attraggono molto gli italiani: Singapore e l'India. Tutto questo in uno scenario che vede previsioni rosee per l'area asiatica, attesa ad una crescita per il prossimo triennio di circa un 2.7% annuo, mentre la parte pacifica si potrebbe addirittura spingere al 4.5% e la parte meridionale del continente potrebbe portarsi al

4.8% secondo quanto dichiarato da Pata (Pacific Asia travel association). L'India, ad esempio, è un grande bacino di utenza con oltre un miliardo di abitanti e molto da offrire ai turisti. La compagnia aerea di bandiera, Air India ha annunciato che sta recuperando posizioni internazionali con il rinnovamento della flotta, e un obiettivo di 12 milioni di passeggeri per il 2010. •



## Keys hotel, il nuovo brand del Gruppo Berggruen in India

**E**co quindi il subcontinente indiano muoversi sul settore incoming nel quale sono in corso potenziamenti di hotel, resort, appartamenti di concezione particolare. Nella fattispecie, alcune di queste espressioni di ospitalità rappresentano l'«ultima» forma d'investimento del fondo «private equity» della Berggruen holding, basata a New York. Si tratta dei Keys hotel; ce ne parla Sanjay Sethi, ceo e direttore operativo, un passato dirigenziale in Taj hotel: «Il nostro prodotto si basa su un semplice concetto, desideriamo ridefinire e ridisegnare, secondo la nostra idea, l'ospitalità per chi si sposta oggi, costruendo il prodotto attorno alle loro esigenze. Desideriamo fornire al viaggiatore ciò che desidera: sicurezza, igiene, servizi efficienti ad un prezzo che sia giusto in rapporto con la qualità». Al momento ci sono già quattro hotel operativi per

la catena «Keys hotel», a Trivandrum, a Ludhiana nel Punjab, Hyderabad, un resort a 100 km da Mumbai, mentre entro ottobre ve ne saranno tre a Bangalore con un piano di sviluppo di progetti, già in corso, che porterà a 22 le strutture entro breve, delle quali 15 di proprietà, costruite ex novo e 7 in gestione, per un investimento totale di 120 milioni di U\$ il tutto comunque entro il 2015, con idee di sviluppo anche all'estero. «Il nostro target varia a seconda delle città —prosegue Seti— a Bangalore per esempio abbiamo idea di una clientela business interna, in alcuni altri ci vogliamo posizionare sul segmento leisure, comunque abituando chi viaggia per business a considerare Keys hotel una valida alternativa anche per le vacanze con la famiglia. Siamo certi che il turismo europeo ci apprezzerà. Ci vogliamo inserire nello scenario economico indiano, il più velo-

ce nella crescita degli ultimi anni». Partha Chatterjee, direttore marketing aggiunge: «Credo che al di là del valore imprescindibile del servizio, i nostri punti cardine siano il sistema tariffario trasparente e il livello dei servizi garantito». Insomma investimenti di grande livello per arrivare al 2015 con 38 strutture, 4.200 camere, in India, e altre venti strutture su altri mercati strategici. Sul mercato spagnolo e italiano sarà Gateway srl, di Milano, ([www.gatewaycollection.com](http://www.gatewaycollection.com)), to che opera dal 1978, legato alle pionieristiche aperture di destinazioni quali Maldive e Repubblica Dominicana, a rappresentare la catena. «Il nostro portafoglio si allarga con un prodotto d'interesse per il turismo verso l'India, che si affianca a Universal resort Maldive e Seychelles e al dmc su Sri Lanka —commenta Maria Daniela Onda, gm di Gateway— Keys è una catena che trova un giusto

compromesso fra qualità e prezzo ma soprattutto una cura dei particolari che sta nel comfort innanzitutto, il che ci dà una notevole chiave di lettura alternativa per l'ospitalità in India».

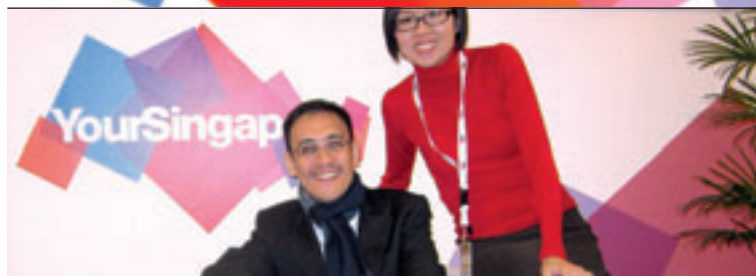
L'Oceano Indiano e particolarmente (Maldive e) Sri Lanka restano per Gateway il core business, per collaborare ad una rinascita del paese che, dopo trenta lunghi anni di guerra civile, sembra avviarsi verso un periodo di pace a cui il turismo guarda con grande interesse. Ravi Dias Jayasinha, amministratore unico, nativo dello Sri Lanka, che conosce la sua terra palmo a palmo è la persona più qualificata per collaborare a questa ripresa del paese. Gateway propone viaggi per tutti i gusti e per tutte le tasche verso questo paese ricco di natura, di tesori archeologici e di tradizioni culturali e religiose ma soprattutto abitato da un popolo la cui dolcezza conquista ogni viaggiatore. •

# YourSingapore.com

## Nuova immagine per il piccolo paese asiatico

**E**ra «Uniquely Singapore»; oggi la nuova immagine del piccolo paese asiatico è «YourSingapore». «Si tratta di un'implementazione della strategia di comunicazione del Singapore Tourism Board (STB) per evolvere il concetto del brand —commenta John Gregory Conceicao, regional manager Europa—

che sottolinea il contenuto di destinazione a sè stante, vibrante e ricca di spunti, non più come una tappa intermedia per spezzare viaggi intercontinentali verso l'Oriente o l'Australia». YourSingapore, rinnova la campagna lanciata nel 2004, e articola l'unicità del luogo, enfatizzandola attraverso tutti gli aspetti del paese (gastronomia, shopping, cultura, spettacoli, moda...) ma soprattutto la visita costruita attorno al viaggiatore, con il concetto di «user centric». «YourSingapore differenzia il valore della meta da quello dei "competitor" —prosegue Conceicao— enfa-



tizzando le proposte e, attraverso il nuovo sito, facendolo entrare nel vivo delle nostre possibilità: miche, educazione scolastica di livello, turismo medico, senza dimenticare le crociere, poichè nel 2011 sarà terminato un cruise terminal capace di ospitare le navi più grandi del mondo. Sul sito è possibile passare dall'esperienza virtuale a quella reale (www.yoursingapore.com). Gli arrivi sono cresciuti dagli 8.3 milioni nel 2004 ai 9.7 del 2009 (+16,8%), soprattutto da Indonesia, Malesia, Cina e India, con una crescita dell'impatto economico dai 5,16 miliardi di euro nel

2004 agli 8 dello scorso anno per un aumento delle entrate del 55.1%. L'intento è di estendere la permanenza media di 3.8 giorni, poichè la destinazione merita di più per le nuove attrattive: gli Universal Studios o il nuovo integrated resort Marina Bay sands, un investimento da quasi 3 miliardi di euro, 2.500 camere e un

turbine di intrattenimento dallo shopping al gioco, dai teatri ai musei e tanto altro che vedrà la luce il 23 giugno prossimo.

Lilian Kuan, direttore di area sud Europa precisa: «Il mercato italiano pesa per circa 45mila passeggeri e vogliamo implementare questo numero, visti anche i perfetti collegamenti attraverso compagnie aeree fra le migliori del mondo. Non è un segreto che l'italiano sia un turista ambito cui piace vivere bene e, quindi per le capacità di spesa, è un ospite di riguardo, soprattutto per le valenze che abbiamo capito esso trovi a Singapore».

www.havanatur.it

Cuba

Gli Specialisti di Cuba

Via Melchiorre Gasca, 53  
20124 Milano  
Tel. 02-6760081  
Fax 02-66713611

**havanatur  
italia**

**CUBA**

Perù  
Mexico  
Jamaica  
Cipro

Ecoturismo   Sub   Viaggi di nozze   Spa   Musica   Golf

# Aruba crede al mercato italiano. E ci riprova



«L'Italia è uno dei mercati importanti per il nostro futuro —ha commentato Humprey Vrolijk, direttore dell'area europea dell'Ata (Aruba tourism authority)...»

**Dalla prima pagina** — sa potrebbe portare un traffico rilevante». La novità è che Blue Panorama sta trattando, proprio in questi giorni, per l'apertura di un nuovo volo, si pensa dal 21 giugno, con scalo alla Romana (Repubblica Dominicana) prima di partire, dall'inverno prossimo, con una rotazione «a sé stante» che oltre ad Aruba coinvolgerebbe Curacao, quale coterminizzazione. Il neoministro del turismo, Otmar E. Oduber, ha sottolineato l'importanza del settore che pesa per circa il 60% sul pil. «Se è vero che

l'80% dei nostri arrivi sono nordamericani, è altrettanto assodato il fatto che dobbiamo allargare il nostro raggio di azione per attrarre un turismo europeo di qualità, viste le molteplici peculiarità dell'isola. La cultura coloniale il cui retaggio di mescolanza etnica ha lasciato evidenti tracce di pacifica e democratica convivenza, una natura generosa per spiagge e mare, la sicurezza, la cucina sono solo alcuni aspetti della nostra offerta che viste le radici, per lo più olandesi, della comunità etnica fra le venticinque presenti, può incontrare le aspettative del turista del vecchio continente». I mercati di riferimento per Aruba sono prevalentemente anglosassoni, oltre che della zona latinoamericana del nord (Brasile, Venezuela, isole limitrofe, Colombia) ma l'Italia, (che un paio di anni fa con Blue Panorama e Dimensione Turismo aveva dato vita ad una stagione di rotazioni di un certo successo) figura fra i prioritari da sviluppare, per la qualità del turismo outgoing. «E' noto che l'Italiano ama la comodità, la buona cucina, la vita notturna, il bel mare, condite con un pizzico di storia e cultura. Pensiamo di avere tutte queste caratteristiche assieme —ha aggiunto Vrolijk— ma dobbiamo farci conoscere. Per questo abbiamo dato vita all'»Aruba marketing fund» un fondo di sviluppo destinato alla promozione, che nasce dalla partnership fra Ata e Ahta (l'associazione degli albergatori di Aruba) che sarà attivo dal 1 gennaio 2011 con un ammontare iniziale di circa 30 milioni di fiorini (12 milioni e mezzo di euro), cui si aggiungeranno altri 20 milioni (oltre 7 milioni) provenienti da un 2% prelevato dalle tasse alberghiere, tanto per iniziare, aumentate dal 7.5 al 9.5%». La strategia di marketing è fondamentale per sapere dove andare: Aruba cerca una più attenta collocazione su mercati che fin'ora non hanno avuto l'attenzione che meritavano. Ci saranno cambiamenti di rotta, con novità a partire dal cambio della location dell'ufficio Ata e del management, il tutto che deriva dalla visione innovativa di Otmar

Oduber: creare un turismo bilanciato fra crescita economica, sostenibilità, attenzione al prodotto, crescita (infra) strutturale con il benessere della popolazione di Aruba come fine ultimo. Le cifre parlano di un 2009 in leggerissimo calo (-1.7%) chiuso a 812.710 visitatori, dei quali circa il 60% di repeaters e 528.104 i nordamericani. L'obiettivo 2010 è un +3.5% di passeggeri, anche attraverso potenziamento del settore «mice». Non ultimo aspetto da considerare la presenza di spiagge «Bandiera Blu» ad Aruba, sulle 3450 del mondo in 41 paesi: Arashi, Mangel Halto, Baby Beach sono le prime tre con un investimento di 2.8 milioni di fiorini effettuato



Otmar E. Oduber



per lo standard a partire dal settembre 2009. Qui sono presenti anche 7 hotel che hanno ottenuto il riconoscimento Green Globe per la sostenibilità. Un po' di Italia si incontrerà dal 4 all'11 giugno alla prima volta dell'Aruba film festival. Con la presenza di Bernardo Bertolucci e di Richard Gere, la kermesse cinematografica diretta da Claudio Masenza, e prodotta da Giuseppe Ciccarelli e Jonhatah Vieira, proporrà un intenso programma che vedrà non solo la proiezione di una trentina di pellicole, incluse le indipendenti, ma anche incontri con protagonisti del backstage e personalità del mondo cinematografico per svelare i segreti, al pubblico, del sogno in pellicola. Sarà anche una settimana densa d'incontri e possibilità di interscambio fra i protagonisti dell'industria cinematografica per dare all'isola caraibica una vernice dedicata all'arte del grande schermo per fare di questo evento un must del mondo del cinema. [www.arubafilmfestival.com](http://www.arubafilmfestival.com).

Dalla pagina 2 - cui Etihad opera da Malpensa 5 volte la settimana, la compagnia di bandiera degli Emirati Arabi Uniti collegherà ora anche Fiumicino con Abu Dhabi grazie al codesharing con Alitalia. [www.ethiadairectways.com](http://www.ethiadairectways.com)



Thai Airways ha sempre rappresentato, con l'orchidea quale simbolo, la quintessenza del servizio orientale a bordo, sin dalla nascita nel 1960.

Oggi, celebrando il cinquantesimo anniversario, la compagnia è fortemente impegnata a rinsaldare il legame con l'Italia e a proseguire l'ottimo trend che ha caratterizzato l'inizio del 2010, con un +17% di crescita nei primi mesi dell'anno, anche se interrotta dal recente problema politico, aggravatosi a fine maggio. Dalla compagnia fanno sapere che l'aeroporto è tranquillo, e comunque i punti di arrivo esterni alla capitale, sebbene sul territorio nazionale sono sicuri. Inoltre per agevolare i passeggeri sono state prese misure per tutelare il consumatore e la ipotetica volontà di cancellare o spostare i viaggi. Uno dei punti di forza di Thai è l'ambizioso piano di riammodernamento della flotta entro il 2024, con la progressiva sostituzione della quasi totalità degli aeromobili; nell'arco dei prossimi 4 anni entreranno in flotta 6 nuovi Airbus A380-800 e 3 A330-300, e arriveranno quindici nuovi velivoli da impiegare sul regionale asiatico e sul lungo raggio. La compagnia di bandiera thailandese vola non-stop dall'Italia alla Thailandia tutti i giorni, e più precisamente da Roma (lunedì, mercoledì, venerdì e domenica) o Milano (gli altri giorni), con proseguimenti e coincidenze per oltre settanta destinazioni in partenza dal



# Trasporti: L'avanzata delle compagnie asiatiche e mediorientali

più moderno e funzionale hub dell'Asia, il nuovo Suvarnabhumi Airport, fra cui collegamenti in Cina (sette destinazioni), Birmania, Vietnam (due destinazioni), Malesia (due destinazioni), India (sei destinazioni), Indonesia (due destinazioni), Giappone, Australia (quattro destinazioni), Nuova Zelanda, Europa e Nord America.

Una politica pluripremiata nel corso degli anni con i più affermati riconoscimenti del settore, tra i quali TTG Asia Magazine, Travel+Leisure, Conde Nast Traveller, Skytrax e SmartTravelAsia.com. Al momento vi sono moltissime offerte speciali, prolungare fino al 2011 per festeggiare il mezzo secolo in volo. [www.thaiair.it](http://www.thaiair.it).



**SINGAPORE AIRLINES**

Singapore Airlines, la compagnia del piccolo stato asiatico è nota per essere la più premiata al mondo. Nata nel '72 oggi opera con una flotta tra le più moderne al mondo che vanta 102 velivoli ed un network che copre, assieme Singapore Airlines Cargo e SilkAir, 102 destinazioni in 41 nazioni. Nel 2007 è stata la prima in assoluto a dotarsi e far volare il primo aereo a due piani del mondo, l'Airbus A380, di cui oggi ne possiede 10, cui se ne aggiungono 9 in ordine e 6 in opzione. Il 2010 vede nuove tratte e servizi per rispondere in modo sempre più puntuale alle esigenze dei suoi passeggeri. La compagnia ha implementato i primi cambiamenti già da inizio anno, con l'aumento delle frequenze sulla tratta Singapore-Mosca-Houston passando da 4 a 5 voli settimanali. A questo si aggiunge la riattivazione dei voli giornalieri non-stop da Singapore a Newark (New York), precedentemente sospesi, che sono passati



da 5 a 7 la settimana. Un'importante new entry riguarda l'Europa: da marzo 2010 Monaco di Baviera è entrata a far parte delle nuove destinazioni con frequenza di cinque volte la settimana nella tratta Singapore-Monaco-Manchester. La stagione estiva 2010 vedrà anche un aumento dei servizi su Colombo e Dhaka, che saranno giornalieri. Anche

Mumbai e Delhi crescono a due al giorno. Ancora Seoul che da giugno vedrà 18 servizi a settimana, con un volo giornaliero che prosegue fino a San Francisco. A fine ottobre, sarà la volta del Tokyo Haneda con due voli al giorno, che si andranno ad aggiungere ai due voli giornalieri attualmente operativi sul Narita. [www.singaporeair.com](http://www.singaporeair.com)

# Cuba in mente: circuiti e cultura fuori dalla Cuba usuale



cubainmente

**A** Ciudad de La Habana maggio è il mese del test per verificare la validità, non solo teorica, delle proposte di circuiti culturali cubani di «CubainMente». Naiby Martinez Rivas, ideatrice del «concept», cubana, in Italia da oltre 16 anni, si pone al mercato come dmc (destination management company) con la sua passione. Come terminale delle sue esperienze nel settore del turismo e dell'incentivazione, propone, dà corpo, realizza e gestisce programmazioni di viaggio ed occasioni d'intrattenimento a Cuba, focalizzando i contenuti sulle caratteristiche socio-culturali, artistiche, storiche e di tradizione della destinazione, veicolandoli sul mercato attraverso tour operator e incentive house, con obiettivo primario appropinquare un target di viaggiatori medio/alto, più sensibile alle interrelazioni culturali tra popoli e natura. Questo accade attraverso alcu-

ni «concept», che potremmo definire prodotti turistici ideati con soluzioni di marketing avanzato e focalizzazione sulle specifiche artistiche e culturali che l'Isola offre e propone ai suoi visitatori. L'obiettivo è di affiancarli alle proposte tradizionali dei to, per realizzare una mirata segmentazione della clientela. I concept sono proposti da CubainMente agli operatori turistici con la formula «chiavi in mano»: dall'ideazione allo strumento di vendita definitivo, comprensivo del materiale iconografico e fotografico, inclusi gli accordi dei servizi a terra.

Tornando all'«Esperimento» sono inclusi in un ricco programma conoscitivo ed esplorativo dei plus dell'Isola grande, alcuni importanti eventi: la serata di chiusura di Cubadisco, la serata Havana '50 Copa Ron dell'Hotel Riviera, la Fiesta Popolare al Callejón de Hamel, la presentazione Danza Tea-

tro Retazos «Chimera». E poi ancora: «Arte nella strada» al Centro Culturale «El Sauce», la visita all'accademia d'Arte, con incontri con i maestri che tengono corsi di danza, percussioni, piano ed altre arti, presentazione Jazz latino sull'attico dell'hotel NH con una stupenda vista dell'Habana, visita guidata a Bellas Artes per l'Arte cubana, in compagnia del Curatore principale del Museo Dott. Maximo Gomèz e della direttrice de Bellas Artes Moraima Clavijo, la visita alla mostra itinerante dedicata a Lezama Lima scrittore cubano...e molto altro. La realizzazione delle proposte avviene grazie alla collaborazione del vettore Livingston che collega Milano con la Habana, Cayo Largo e Holguin e Roma con la capitale cubana, ponendosi come un dei leader del trasporto aereo delle destinazioni caraibiche fra cui sventa, ovviamente, Cuba. •

## Blue Panorama: si prepara un'altra estate importante

La compagnia del Presidente Pecci si arma per un'estate difficile. La Thailandia e la sua instabile situazione politica, che ha costretto a sospendere i voli su Bangkok dal 20 maggio per riprenderli, si spera, in luglio, le ceneri del vulcano islandese Eyjafjallajökull, che imprevedibili continuano a sconvolgere i complicati meccanismi del traffico aereo, non giovano alla serenità, ma l'affermazione sul mercato ne fa un'importante asset del trasporto aereo italiano, soprattutto per i Caraibi. «Innanzitutto Cuba — commenta il vicepresidente commerciale Remo della Porta — su cui siamo leader di mercato con uno share di oltre il 50%, dopo 13 anni di costante impegno. Roma avrà due collegamenti settimanali per Habana, coterminizzati con Santa Clara e Cayo Largo, mentre Milano vedrà tre voli sulla capitale cui si aggiunge anche lo scalo di Holguin. Il tutto considerando sei aeroporti cubani e la possibilità di feederaggio, grazie a Blue Express, da molte città italiane e dal mercato turco (Istanbul)».

Sul fronte caraibico spicca la notizia

della possibile prossima apertura (forse da fine giugno) di un collegamento per Aruba (dopo il fortunato esperimento del 2008 con Dmensione turismo) via La Romana, per poi effettuare un circle trip a sé per Aruba e Curacao la prossima stagione invernale. «Sono da registrare anche i ripristini dei voli su Cancun (2) e Bahamas da Milano —aggiunge Francesco Veneziano, vicepresidente commerciale di Distal e ITR group, gsa della compagnia— la rinnovata leadership sulla Repubblica Dominicana, con quattro collegamenti». Fa da sfondo una grande preoccupazione però, sul mercato del turismo verso Cuba, ed è l'incontrollabilità del costo del carburante e la volubilità dei suoi prezzi, che potrebbe avere un impatto negativo, soprattutto sull'attuale mercato molto «price sensitive». «Per questo inviamo —conclude della Porta— un appello alle autorità competenti per regolare questa componente così importante che potrebbe davvero compromettere i numeri del turismo italiano verso Cuba con una contrazione di mercato». •



# IL PIACERE DI UN SERVIZIO AD ALTA QUOTA



Sua Altezza la **VACANZA**, vien voglia di dire parlando di Livingston, la compagnia italiana privata leader per i voli leisure in tutto il mondo. E il fatto che tutto si svolga ad "alta quota" non fa altro che impreziosire un'esperienza di volo unica.

A cominciare dalla **SICUREZZA**: nel 2007, Livingston è stata giudicata "Eccellente" per la sicurezza da Easa (European Aviation Safety Agency).

Per continuare con il **SERVIZIO** di **QUALITÀ** offerto sui nostri Airbus: quando la permanenza a bordo è piacevole e confortevole anche il tempo vola!!!

Per concludere con lo **SPAZIO** a bordo: più relax e più divertimento in una nuova "dimensione" in cabina. E così Caraibi, Centro America, Oceano Indiano, Africa, Mediterraneo, Mar Rosso, Isole dell'Atlantico e Medio Oriente, con noi, diventano ancora più invitanti e comodamente raggiungibili!



**LIVINGSTON: PERCHÉ QUANDO SI VOLA PER PIACERE, VOLARE DEV'ESSERE UN PIACERE.**



SANTO DOMINGO CAPITALE AMERICANA DELLA CULTURA 2010



# Repubblica Dominicana

Tutto quello che sogni



Ufficio del Turismo Repubblica Dominicana • Piazza Castello, 25 • 20121 Milano • Tel: 39-02 805 77 81 • Fax: 39-02 865 861 • [italia@sectur.gov.do](mailto:italia@sectur.gov.do) • [www.godominicanrepublic.com](http://www.godominicanrepublic.com)



Immagina tutto il meglio dei Caraibi. Tuffati in Paradiso. Qui trovi 650 chilometri di spiagge vergini, un popolo incantevole, una gastronomia eccellente, un'ospitalità di altissimo livello, campi da golf, sport acquatici e d'avventura, parchi naturali lussureggianti e città ricche di storia. Repubblica Dominicana. Tutto quello che sogni.