



BMT: A NAPOLI UNA FIERA DA SCUDETTO

Nell'anno della prima edizione della Borsa Mediterranea del Turismo, nel 1997, Diego Armando Maradona si ritirava ufficialmente dal calcio giocato. Oggi che siamo all'edizione 23, lo stesso **Maradona** è diventato un'attrazione turistica: ha un murales dedicato ai Quartieri Spagnoli, dove tifosi di tutte le squadre si recano in pellegrinaggio, e ha dato il nome allo stadio, a pochi passi dalla fiera, dove il Napoli è tornato a giocare per vincere lo scudetto. Un'operazione che, quando andrà in porto, unitamente al mondiale vinto dall'Argentina a fine 2022, potrà finalmente archiviare il fantasma di Maradona a un glorioso passato, anziché a un termine di paragone costante col passato. La BMT in questa edizione 2023 ha un compito simile: è diventato un appuntamento tradizionale, la cartina di tornasole in cui gli operatori aspettano di vedere i segnali della ripresa, la conferma che il periodo del covid appartiene al passato, il ritorno delle prenotazioni anticipate, come ai bei tempi (... continua a pag.2)

SOMMARIO

2-4 - ATTUALITÀ

5-8 - EVENTI E BT

9-10 - TOUR OPERATOR

11-12 - OSPITALITÀ

13-14 - TRASPORTI

15 - ASSICURAZIONI

16 - 19 - DESTNAZIONI

20 - ASSOCIAZIONI



LA CINA HA RIAPERTO AI TURISTI

Dopo tre anni di chiusura la Cina riapre al turismo: il Ministero cinese della Cultura e del Turismo ha diffuso nei giorni scorsi la notizia per cui a partire dal 15 marzo 2023 sono ripresi in via sperimentale i viaggi di gruppo dei cittadini cinesi nei paesi stranieri e i relativi servizi "biglietto aereo + hotel" offerti dalle agenzie di viaggio e dalle imprese turistiche online dell'intero Paese. I viaggi saranno permessi senza quarantena verso una lista di 40 Paesi tra cui l'Italia (mentre non sono inclusi USA e Giappone). Una notizia molto attesa che ha messo subito al lavoro gli operatori del settore. La notizia inoltre non è a senso unico: la Cina torna anche a rilasciare visti turistici verso lo stesso elenco di Paesi e si riapre dunque l'outgoing dall'Italia.



BMT: A NAPOLI UNA FIERA DA SCUDETTO

continua da pag.1

BMT genera così grandi aspettative e le ripaga con un'area espositiva di 12.000mq che ospitano 400 espositori, 10.500 operatori accreditati di cui 6000 agenzie viaggi, 150 buyer, 12 regioni partecipanti, 26 paesi stranieri, 220 media, 4 workshop B2B tematici: il workshop Incoming con 50 buyers internazionali selezionati dall'Enit specializzati sul prodotto Italia, il workshop Terme, Benessere & Vacanza Attiva con 20 buyers specializzati sul segmento Terme, Benessere & Vacanza Attiva, il workshop Incentive&Congressi con 20 meeting planner interessati a servizi e strutture delle meeting industry ed il workshop Turismo Sociale con 50 CRAL decisori dei viaggi di gruppo e fuori stagione.

Tre giorni di lavoro e business che fanno ben sperare il mercato del centro sud, a partire dalla presenza istituzionale: l'inaugurazione della BMT vedrà la partecipazione della ministra del Turismo **Daniela Santanchè**, del sindaco di Napoli Gaetano Manfredi, dell'assessore al Turismo della Regione Campania Felice Casucci, dell'ad di Enit Ivana Jelinic e del patron di Progetta Angioletto de Negri.

Angelo De Negri, fondatore di BMT spiega: "La previsione delle presenze professionali in fiera è straordinaria a conferma che la BMT di quest'anno passerà alla storia e coronerà definitivamente la partenza di tutto il comparto turistico nazionale, viste anche le premesse annunciate da parte del nostro governo, in quanto a sostegno ed affiancamenti".

ASTOI TORNA ALLA BMT

ASTOI Confindustria Viaggi partecipa all'edizione 2023 della Borsa Mediterranea del Turismo (BMT) rinnovando la formula del Villaggio ASTOI, che riunisce un'ampia rappresentanza degli Associati.

L'Associazione che rappresenta oltre il 90% del mercato del Tour Operating italiano è presente nel Padiglione 5 con il "Villaggio ASTOI", uno spazio collettivo dotato di una grande area welcome che ospiterà anche un bar ed una sala riunioni ad uso esclusivo degli associati. Nel Villaggio saranno presenti i seguenti Tour Operator affiliati: Alidays Travel Experiences, Alpitour, Costa Crociere, Eden Viaggi, Futura Vacanze, Guinness Travel, Idee per Viaggiare, Imperatore Travel World, I viaggi dell'Airone, Isola Azzurra, Naar, Nicolaus/Valtur, Ota Viaggi, Th Group, Top Viaggi, Turisanda, Veratour, Viaggi del Mappamondo.

Il Villaggio ASTOI in BMT offrirà agli agenti di viaggio non solo l'occasione di approfondire le nuove programmazioni degli operatori e di incontrare i rispettivi commerciali, ma anche l'opportunità di sciogliere dubbi e nodi sulla registrazione alla piattaforma **ADV Overview**, uno strumento che ASTOI ha creato per sopperire al mancato aggiornamento del portale pubblico Infotrav.

BLUE PANORAMA ALL'ASTA A 500MILA EURO

500mila euro: questa è la base d'asta per la vendita di Blue Panorama Airlines, la compagnia aerea di proprietà del gruppo Uvet, che l'aveva ribrandizzata in Luke Air, ma che oggi è in fase di liquidazione giudiziale dopo essere stata messa ko dal covid.

La scadenza per la presentazione delle offerte di acquisto, che riguardano l'intero ramo d'azienda, è fissata alle ore 12 del 28 marzo prossimo. Il giorno seguente il collegio dei liquidatori giudiziali si riunirà a Milano per esaminare quanto pervenuto.

Blue Panorama ha interrotto le operazioni a ottobre 2021 in attesa di un acquirente che non è mai arrivato.

L'Enac successivamente aveva disposto la sospensione della licenza di esercizio di trasporto aereo passeggeri e merci. Infine, la richiesta di ammissione al concordato preventivo era stata respinta dal Tribunale di Milano per mancanza delle garanzie.

C'è stato un tentativo di vendita della società al fondo USA Bateleur nel 2022, mai andato in porto. A inizio del 2023, di conseguenza, la società è stata posta in liquidazione giudiziale e il prossimo 3 maggio ci sarà la prima udienza per ascoltare i creditori.

Molti viaggiatori avevano prenotato un biglietto con Blue Panorama per un volo mai effettuato, e molti altri hanno ancora in mano i voucher Covid, mai rimborsati.



CATENE INTERNAZIONALI DEL LUSO ALLA CONQUISTA DEL SUD ITALIA

I grandi brand dell'hotellerie investono sul centro sud Italia. E sono soprattutto le grandi catene internazionali ad aver messo gli occhi sul nostro Paese. Lo rivela uno studio di Assoturismo-CST che sottolinea come si stia affermando un avanzamento lento ma costante di queste forme imprenditoriali rispetto alla formula ancora dominante in Italia della proprietà e gestione diretta. Nel centro sud Italia si sono avuti recenti ingressi significativi sia di operatori nazionali che hanno ampliato la presenza geografica verso sud, sia di brand internazionali che hanno intensificato la presenza nelle regioni meridionali. In particolare, si riscontra un elevato dinamismo nel segmento di fascia di offerta più elevata degli alberghi 5 stelle e 5 stelle lusso.

Tra le operazioni recenti si possono segnalare in particolare per il sud Italia l'acquisizione del gruppo di villaggi turistici Bluserena, l'apertura di Four Seasons Hotels & Resorts in Sicilia e Puglia, il consolidamento della presenza di Rocco Forte Hotels a Palermo e Trapani e l'espansione verso la Puglia, l'apertura ancora in Sicilia di Adler Resort e di HNH Hotels. Nella stessa regione è presente anche il gruppo Belmond – ora parte di LVMH – a Taormina, dove troviamo anche il brand VRetreats del gruppo Alpitour. A Capri sono arrivati il gruppo Oetker e il gruppo Jumeirah che si affiancano alla storica presenza di Hilton a Sorrento. A Napoli sventola la bandiera con il brand Curio. Nutrito infine il gruppo di brand alberghieri di lusso in apertura nei prossimi anni a Roma, tra gli altri Six Senses Hotels & Resorts, Rosewood, Bulgari Hotels, Nobu Hotels, Four Seasons Hotels & Resorts. Oltre a questi, si registra anche il cambio di proprietà di singoli storici hotel in diverse città, anche questi finiti sotto le insegne di marchi stranieri.

VACANZE PASQUA, AIRBNB: AUMENTA PROPENSIONE VIAGGI INTERNAZIONALI

L'inverno potrebbe non essere ancora del tutto finito, ma con il bel tempo e le giornate che si allungano, i viaggiatori italiani sono pronti a prendersi una meritata pausa durante le vacanze pasquali. Recentemente, Airbnb ha dichiarato che il numero di pernottamenti per i viaggi oltre confine è aumentato a livello globale del 49% rispetto all'anno precedente e quello dei pernottamenti nelle grandi città del 22%.

Crescono i viaggi internazionali

Per il periodo di Pasqua, sono in crescita i viaggi con destinazioni urbane e internazionali, come Londra, Amsterdam e New York, di tendenza tra gli italiani. Nel frattempo, mentre il costo della vita continua a salire, le famiglie italiane si rivolgono sempre più spesso ad Airbnb per trovare un buon rapporto qualità-prezzo. Ecco alcune delle principali destinazioni internazionali di tendenza per gli italiani per Pasqua:

- Londra
- Amsterdam
- New York
- Barcellona
- Parigi
- Berlino
- Lisbona
- Dublino
- Madrid
- Valencia



PNRR: LANCIATO IL FONDO TEMATICO PER IL TURISMO DA 500 MILIONI DI EURO

A seguito della firma di un accordo di finanziamento con il Ministero dell'Economia e delle Finanze (MEF) per la creazione di un Fondo di Fondi nell'ambito del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR) a sostegno del turismo sostenibile e della rigenerazione urbana, la Banca europea per gli investimenti (BEI) e il Ministero del Turismo lanciano il Fondo Tematico per il Turismo da 500 milioni di euro.

La BEI convoglierà questi fondi alle imprese attraverso gli intermediari finanziari Equiter, in collaborazione con il Gruppo Intesa Sanpaolo, e Banca Finint, in collaborazione con Finint Investments SGR e con Sinloc S.p.A., cui si aggiungerà un terzo intermediario finanziario in una fase successiva, selezionati a seguito di un avviso pubblico di invito a manifestare interesse. Equiter, con il Gruppo Intesa Sanpaolo, gestirà risorse fino a 200 milioni di euro, mentre Banca Finint gestirà un importo fino a 175 milioni. Ulteriori risorse saranno allocate in tempi brevi ad un terzo intermediario finanziario.

Come componente dell'investimento 4.2 – Fondi integrati per la competitività delle imprese turistiche Turismo 4.0, misura MIC3.4 del PNRR – il Fondo Tematico per il Turismo ha l'obiettivo di promuovere e favorire un'offerta turistica basata sulla sostenibilità ambientale, innovazione e digitalizzazione dei servizi, aumentando al contempo la competitività delle aziende, in linea con gli obiettivi del PNRR.

Nel dettaglio, gli investimenti realizzati grazie al Fondo Tematico per il Turismo possono prevedere la costruzione, ristrutturazione e ammodernamento di strutture e infrastrutture, in ottica di favorire la sostenibilità e la transizione verde del settore turistico, attraverso ad esempio investimenti in progetti e/o processi di digitalizzazione e interventi che mirano a promuovere la mobilità sostenibile connessa al turismo.



ITB BERLINO: SUPERATI I 95.000 PARTECIPANTI

L'ITB di Berlino si è chiuso con successo con 5500 espositori da 161 paesi, 24mila partecipanti alla convention b2b del primo giorno e oltre 90mila visitatori nei tre giorni di evento. 1300 i buyer, 3000 i media accreditati a cui si aggiungono oltre 300 travel blogger. Un responso importante da un'industria che si aspetta un 2023 da record nonostante la crisi economica e l'inflazione: il desiderio di viaggiare è tornato in molte parti del mondo e solo la regione dell'Asia Pacifico fatica a ripartire, anche per il ritardo della Cina nella riapertura dei confini.
eADV

“In questi giorni l'industria del turismo ha mostrato un'incredibile fiducia, nonostante la complicata situazione generale e le crisi geopolitiche – ha spiegato il Managing director della Fiera di Berlino Dirk Hoffmann – Questa ITB è la dimostrazione del vitale bisogno di incontrarsi faccia a faccia. Siamo entusiasti del ritorno spettacolare della fiera dal vivo e dalla grande risposta di espositori e visitatori. La nostra industria è fatta di persone e chiunque a ITB Berlino non può che essere d'accordo con questo”

Gli espositori sono stati numerosi soprattutto nei settori Travel Tech e Crociere. Nutrita rappresentanza dei Paesi Arabi e si è registrato il ritorno di molte aziende dopo una lunga pausa. La prossima ITB si terrà a Berlino dal 5 al 7 marzo 2024, da martedì a giovedì.

A ITB L'ITALIA SI SVELA: ATTESO +40% DALLA GERMANIA NEL 2023

A Itb l'Italia dà sfoggio delle proprie performance, dettando buoni pronostici per l'anno in corso. Un mercato che promette bene per il 2023, se a gennaio gli arrivi aeroportuali dalla Germania, pari a 32.972, (+88,5% sul 2022) incidono per il 9,0% sul totale internazionale in Italia. Nella classifica dei principali mercati di provenienza, i viaggiatori tedeschi si posizionano secondi dopo gli statunitensi (47.236 arrivi, +91,4%) e a parimerito con i britannici (33.240 arrivi, +78,1%). Nel mese di gennaio è Milano la prima destinazione dei tedeschi con il 28% circa dei flussi aeroportuali totali. Segue Roma che accoglie il 26,2% dei viaggiatori e Venezia con una quota parte del 10,3%.

Per i viaggiatori tedeschi Roma si conferma la principale destinazione: accoglie il 22% circa degli arrivi aeroportuali dalla Germania, oltre 254.300, con un aumento del +75,5% sul 2021. Nella TOP 3 seguono Milano e Napoli raggiunte da 175.200 (+145,7% sul 2021, il 15,1% sul totale 2022) e 119.400 (+51,1% sul 2021, il 10,3% sul totale 2022) viaggiatori tedeschi nel 2022. Tra le mete più ambite in termini di aumenti, anche Bologna (48.748 arrivi; +136,2% 2022/2021), Pisa (22.092; +134,3%) e Torino (18.040; +128,9%). I tedeschi viaggiano verso l'Italia soprattutto in economy: 729 mila passeggeri in classe economica nel 2022 (+62,3% sul 2021), il 62,8% del totale. Tuttavia, sono in aumento anche coloro che viaggiano in business (391.517 arrivi, +26,7% nel 2022 sul 2021) e prima classe (1.580 arrivi, +300%). Oltre il 61% degli acquisti dei biglietti viene effettuato direttamente presso le compagnie aeree e circa il 18% presso le agenzie di viaggio tradizionali.

Tra febbraio e aprile 2023, la Germania risulta il secondo mercato di provenienza, dopo gli USA, con 124.485 prenotazioni aeroportuali previste al momento verso l'Italia, in crescita del +90% circa su febbraio-aprile 2023. Uno dei cinque viaggi prenotati attraverso i tour operator tedeschi mostra la regione alpina con il lago di Garda come meta di viaggio di preferenza. Sono soprattutto i viaggiatori provenienti dalla Baviera e dalla Renania a scegliere maggiormente l'Italia. La crescita maggiore si registra dalla Germania orientale.

WEDDING: NEL 2022 11MILA MATRIMONI STRANIERI IN ITALIA

Il “per sempre” fa tappa fissa in Italia. Il turismo del wedding premia la Penisola che nel 2022 è stata scenario di oltre 11mila matrimoni stranieri. I viaggiatori internazionali hanno scelto un viaggio nel Bel Paese per celebrare le nozze. E’ espressione di un settore in ripresa. Il destination wedding, infatti, si riallinea ai numeri del pre-pandemia.

I dati emergono dall’Osservatorio Destination Weddings in Italy, condotto da Centro Studi Turistici e finanziato dal Ministero del Turismo.

Sulla base della durata del soggiorno delle coppie e degli invitati alla cerimonia (3,3 notti in media), per il 2022 l’Osservatorio stima in 619mila gli arrivi e in oltre 2 milioni le presenze turistiche collegate al destination wedding, producendo un fatturato stimato di 599 milioni di euro, circa l’11% in più rispetto ai livelli stimati nel 2019, ultimo anno pre-Covid.

Nel 2022 è cresciuta la quota di coppie che hanno scelto di sposarsi con rito simbolico, oggi il 54,1% del totale. Per il 2023 l’incremento stimato è di oltre 1.000 eventi in più rispetto all’anno passato, con una previsione di crescita del +9,5%.

“L’industria del wedding incide con notevoli benefici sulla filiera del comparto turistico ampliando le occasioni di scelta di un viaggio in Italia nonché la notorietà dell’immagine del brand Italia” dichiara Ivana Jelinic, ceo di Enit.



BTM 2023 E BUYPUGLIA CHIUDONO CON 25MILA PRESENZE, 120 BUYER E 2200 BUSINESS MEETING

The Big Wave, la grande onda della ripresa del turismo in chiave sostenibile, è stato il tema che si è potuto toccare con mano nel corso di **BTM 2023**, la fiera b2b del turismo che si è tenuta dal 1° al 3 marzo a Bari, in contemporanea a **BUYPUGLIA routes & experience**, l’evento di commercializzazione del prodotto turistico pugliese. Sono infatti circa 25mila le presenze che in tre giorni hanno inondato il padiglione della Fiera del Levante tra conferenze, workshop, ispirazioni e formazione sul mondo del turismo.

Oltre 120 i buyer presenti da 25 nazioni, di cui 10 extra europee: principalmente nord America con Usa, Canada e Messico, ma con importanti presenze anche Sud Africa, India e America Latina. Quasi 2200 i business meeting realizzati con i 200 espositori di BTM (con 300 aziende partecipanti) e i 40 supplier del prodotto turistico di BUYPUGLIA, 90 i convegni, 8000 i metri quadri di superficie espositiva tra le due manifestazioni. Numeri che sanciscono il successo di questa edizione congiunta, in cui il pubblico e il privato hanno deciso di fare sinergia.

“La voglia di fare turismo è stata palpabile in questi tre giorni di trattative frenetiche – spiega il CEO di BTM **Nevio D’Arpa** – Il Sud Italia e la Puglia in particolare sono pronti ad accogliere l’ondata di ritorno del turismo internazionale attraverso tutte le declinazioni che abbiamo visto durante questa edizione di BTM: il turismo enogastronomico, il wedding tourism, il turismo delle radici, le proposte di lusso, esperienze e turismo attivo. Ringrazio l’assessore Lopane e Pugliapromozione per aver creduto in questo progetto che non si ferma qui: proseguirà online e tornerà a Bari tra un anno. Abbiamo posto la prima pietra di un percorso su cui lavoreremo per migliorare ulteriormente l’attrattività di questo marketplace. Abbiamo fatto scelte coraggiose che si sono rivelate vincenti, a partire dalla collaborazione pubblico-privato che ha permesso di realizzare questo evento e che ci permetterà di continuare a crescere”.

Le prime 10 acquisizioni alberghiere nel 2022 per valore del deal

DATA	IMMOBILE	CITTÀ	FREZZO (MLN €)	VENDITORE	NAZIONALITÀ	COMPRATORE	NAZIONALITÀ
Q1	Tenuta di Castiglion del Bosco	Siena	180,00	Chiara e Massimo Ferragamo	Italia	Family Office	Estero
Q4	Hotel W Rome	Roma	172,00	Omniam	Estero	Cpplib & Hamilton Pyramid Europe	Estero
Q2	Palazzi Marini 3 & 4	Roma	165,00	Tristan Capital Partners	Italia	Cascade Investment	Estero
Q2	Hotel Majestic	Roma	84,00	Investitore Privato	n.d.	Boscait Hospitality Fund	Estero
Q1	Via Borgospesso, 15	Milano	57,00	Monfortino	Italia	Hines & Blue Noble	Italia
Q3	Hotel Bellevue Cortina d'Ampezzo	Belluno	49,00	Fondo Megas & Fondo Fenice	Italia	Prodea & Invel	Estero
Q3	Almar Jesolo Resort Lido di Jesolo	Venezia	36,00	Fondo Star	Italia	PI Hospitalité Europe	Estero
Q2	Grand Hotel Imperiale Forte dei Marmi	Lucca	35,00	n.d.	n.d.	Parity Property Holding	Estero
Q1	Palazzina Grassi	Venezia	35,00	3 Onde	Italia	Alberto Bombassei, Nuova Fourb e Style Capital (Avm Associati)	Italia
Q4	B&B Hotel Tronchetto	Venezia	35,00	n.d.	n.d.	Fondo Lagune Pasithea	Estero

Fonte: Colliers International

FRENANO LE TRANSAZIONI IMMOBILIARI

Non è bastato il boom di turisti per rilanciare gli investimenti nel comparto alberghiero italiano. Nonostante le oltre 400 milioni di presenze certificate lo scorso anno da Assoturismo-Cst (+38% rispetto al 2021), le grandi operazioni immobiliari nell'hôtellerie italiano hanno mostrato un andamento altalenante nel corso dell'anno. Questo, in sintesi, quanto emerge dallo studio condotto dall'Osservatorio Pambianco sul settore: dopo una partenza entusiasmante che ha portato a chiudere i primi sei mesi con 755 milioni di euro di transazioni (+40% rispetto all'H1 2021), gli strascichi di questa euforia si sono protratti fino a dopo l'estate, quando è calato il gelo sul comparto. Non solo su quello alberghiero ma sull'intero settore del real estate italiano con gli investitori che hanno tirato i remi in barca chiudendo il quarto trimestre con meno della metà delle transazioni rispetto al Q4 dell'anno precedente. Risultato, le grandi aspettative sulla ripresa degli investimenti alberghieri si sono dovute ridimensionare in corsa, portando il totale delle transazioni 2022 a ridosso degli 1,4 miliardi di euro, in calo del 20% circa rispetto ai valori registrati a fine 2021.

Per il 2023 si prevede un doppio binario legato agli investimenti: da un lato, la maggioranza dei capitali europei si indirizzerà su immobili core mentre alcuni investitori asiatici si sono detti pronti a incrementare le proprie posizioni sul mercato italiano puntando su asset opportunistici da rilevare a sconto nell'ottica di riqualificarli e di riposizionarli in attesa del rimbalzo della congiuntura. Le principali operazioni che hanno tenuto banco nel 2022 hanno visto il 43% degli investimenti registrati indirizzato verso quattro single asset deal tra prime resort ed operazioni in location centrali di grandi città.

1° PAMBIANCO SUMMIT

Pambianco ha organizzato la 1° edizione dell'Hotellerie Summit presso la sede della Borsa Italiana a Milano, proponendo una serie di approfondimenti tesi a tratteggiare il ruolo del nostro Paese nel nuovo assetto del turismo mondiale,

Lo studio Pambianco ha innanzitutto fotografato il settore del turismo e del viaggio che, nel 2021, con un valore aggiunto di 179 miliardi di US \$ in crescita del 58% sull'anno precedente ha pesato per il 9,1% del PIL italiano. Il settore nello stesso anno ha inoltre impiegato in Italia 2,6 milioni di addetti, pari all'11,6% sul totale degli occupati.

Questi dati ben rappresentano l'importanza di questo settore che, anche considerando solo il segmento dell'ospitalità, ha un saldo attivo di 8,6 miliardi di euro nel 2021 con un trend di crescita importante che ha visto un saldo attivo di 12,7 miliardi di euro, quindi in notevole crescita, già nei primi 8 mesi del 2022. Questo dato, molto positivo per il Paese, è frutto della grande capacità attrattiva dell'Italia, che ha reso possibile l'incoming di 51,4 milioni di turisti stimati nel 2022. Lo studio è quindi proseguito con un'analisi puntuale dei flussi turistici mondiali per macroaree, guidati dall'Europa con forte distacco sulle Americhe in seconda posizione e con l'analisi degli arrivi internazionali nei singoli Paesi europei, dove il podio è composto da Francia, Spagna e, al terzo posto, Italia.

IL BLEISURE VIENE PREFERITO DA METÀ DEI BUSINESS TRAVELLER

Un'indagine svolta da Doxa e commissionata da BWH Hotel Group fa luce sui come sono cambiate le abitudini dei viaggiatori in risposta agli scenari inflattivi degli ultimi mesi. L'aumento dei prezzi porta i viaggiatori a partire in bassa stagione o scegliere meno notti: per il 38% il budget di viaggio è rimasto invariato. Il 32% dei business traveller conferma una riduzione delle trasferte rispetto al 2019. Eventi e convegni i principali motivi di spostamento (43%, poi visite a clienti e partner (36%) e formazione (33%). Interessante il dato sul bleisure che interessa il 55% dei rispondenti nella pratica di aver esteso un soggiorno per motivi di piacere.

Nella scelta di un hotel a farla da padrone è sempre il rapporto qualità prezzo, seguito dalla posizione. I business traveller, in più, ora chiedono anche opzioni di parcheggio e stanno attenti alla qualità della colazione.

Per Simone Pizzoglio di Doxa "gli italiani vogliono continuare a viaggiare nonostante l'inflazione, cercando soluzioni per non ridurre frequenza e durata dei viaggi. Fanno molta attenzione alla pulizia (7 su 10) e sono inclini al bleisure per il 55% dei rispondenti.

Il sondaggio è stato fatto con 2007 interviste online di cui 1200 popolazione generale, 408 leisure traveler e 396 business traveler.



COME SONO CAMBIATI I VIAGGI D'AFFARI

Lo specialista dei pagamenti aziendali AirPlus International indica le principali tendenze di viaggio rilevate grazie all'AirPlus Business Travel Index, tool di data mining che elabora milioni di transazioni di volo effettuate a livello globale.

L'analisi delle transazioni per biglietteria aerea effettuate tramite le soluzioni di pagamento AirPlus nel 2022 evidenzia come stiano cambiando le abitudini dei viaggiatori d'affari italiani ed europei. Queste le principali tendenze destinate a influenzare anche le trasferte di lavoro nel 2023:

- Viaggi più lunghi, più lontani e nel fine settimana
- Nuove (e vecchie) destinazioni (vedi immagine)
- Aumento delle tariffe (vedi immagine)
- In Italia si utilizza meno la classe business rispetto agli altri paesi europei
- I viaggi di lavoro rimangono a predominanza maschile
- Anticipo prenotazione: si torna alla normalità

Cecilia Pantaleo, Country Manager Italia di AirPlus International, è ottimista riguardo all'andamento dei viaggi d'affari nel 2023: "Come gli strumenti di comunicazione virtuale, anche i viaggi d'affari fanno sempre più parte della nostra vita lavorativa quotidiana nell'era post-Covid. Gli incontri in presenza sono fondamentali per costruire e consolidare le relazioni commerciali e con l'abolizione della maggior parte delle restrizioni ai viaggi in tutto il mondo ci aspettiamo che i viaggi d'affari continuino la loro ripresa. I grandi temi rimangono la sostenibilità e la digitalizzazione. Le persone viaggiano in modo più consapevole: invece di fare diversi viaggi brevi, ad esempio, combinano diversi impegni in un unico viaggio più lungo. E per i pagamenti le aziende si affidano sempre più a metodi moderni, contactless, semplicissimi, per aiutare i viaggiatori a concentrarsi esclusivamente sullo scopo del viaggio".

ALIDAYS PUNTA SULL'INDIA

Alla BMT di Napoli, Alidays è presente con uno stand in cui oltre alle sue mete distintive presenta la nuova destinazione in portfolio: l'India.

Il subcontinente indiano, con India, Nepal e Bhutan, offre ai viaggiatori esperienze memorabili: dalla spiritualità dei luoghi sacri, all'imponenza delle catene montuose dell'Himalaya; dalle estese pianure fluviali alle spiagge soleggiate; dal deserto del Thar all'altopiano vulcanico del Deccan, alla ricerca di tesori spirituali, storici e culturali. Alidays ha differenziato le sue proposte di viaggio, assecondando la sua naturale attenzione al viaggiatore, offrendo sia tour privati (minimo 2 persone, partenze giornaliere, con autista e guida accompagnatore parlante italiano) che tour in condivisione (con partenze in date stabilite).

Gli itinerari proposti puntano all'esplorazione e alla conoscenza delle diverse regioni di questo Paese esteso e variegato, non limitando il raggio di azione al classico Nord, ma estendendo la possibilità di raggiungere le zone meno conosciute dall'immaginario collettivo, così da garantire esperienze diversificate e che corrispondano alle passioni e al carattere dei viaggiatori Alidays. Un viaggio in India può prevedere la scelta di un tour itinerante preceduto da qualche notte negli Emirati Arabi o seguito da un soggiorno mare alle Maldive, in modo da accontentare sia l'esploratore che desidera contemplare le effigi di una cultura millenaria, che il viaggiatore che non vuole rinunciare al relax.



OTA VIAGGI IN BMT CON 80 DESTINAZIONI A CATALOGO

Per il 17esimo anno consecutivo OTA Viaggi torna alla BMT, la Borsa Mediterranea del Turismo di Napoli, un appuntamento essenziale per gli operatori del turismo organizzato del centro e del sud Italia che si preparano alla nuova stagione del **Mare Italia**.

E la proposta di OTA Viaggi per gli agenti è di quelle che fanno brillare gli occhi: “La nostra fedeltà alla BMT dimostra quanto crediamo nel mercato del centro-sud e in particolare in quello campano – spiega il direttore commerciale di OTA Viaggi, **Massimo Diana** – una fiducia ripagata dai trend positivi di vendite che stiamo riscontrando in questo avvio del 2023 e che vogliamo incrementare con una serie di novità commerciali che presenteremo proprio a Napoli”.

Già distribuito in 6500 agenzie di viaggi e disponibile online il nuovo **catalogo 2023 Sardegna e Mare Italia** di Ota Viaggi presenta ben 74 strutture ricettive in 132 pagine scelte tra le destinazioni più gettonate dalle famiglie italiane per le vacanze estive: si tratta di ben 22 hotel e villaggi in Sardegna, 10 in Sicilia, 18 in Puglia, 11 in Calabria, 6 in Basilicata, 4 in Toscana, 3 in Campania e 1 in Abruzzo.

La BMT sarà il momento ideale per gli agenti del centro sud per approfondire l'offerta del catalogo e le novità del 2023 pensate per quei clienti sempre alla ricerca di nuove esperienze da provare sulle migliori spiagge della costa italiana.

Club Esse Palmasera Resort
eADV

E l'offerta non finisce qui, perché alle strutture del catalogo se ne aggiungono altre sette dell'**Extra Catalogo** che vanno a incrementare la già ricca programmazione dei villaggi 2023 e che porta a **oltre 80 l'offerta complessiva** dell'operatore. Si tratta di due strutture in Campania, due in Puglia, una in Toscana, una in Calabria e una in Sicilia in posti incantevoli che vanno da Ischia a Capo Rizzuto.



GOING E IL LUSSO FLUVIALE

Crociere fluviali con piccole imbarcazioni di lusso in luoghi altrimenti inaccessibili del pianeta: è la nuova proposta di Going, in esclusiva per l'Italia, in linea con il posizionamento di alta gamma del tour operator. È stata infatti presentata a Milano la nuova partnership con **Aqua Expeditions**, operatore di crociere fluviali e costiere con le sue tipiche imbarcazioni "da esplorazione". In tutto, 5 unità: 3 fluviali e 2 motoryacht che solcano fiumi leggendari e coste epiche come quelle dell'Indonesia, esplorano l'Amazzonia o permettono di osservare da un luogo privilegiato i varani di Komodo. Aree del mondo incontaminate che vengono visitate nel pieno rispetto delle comunità locali: si evita anche di sbarcare lo stesso giorno della settimana per non creare aspettative negli autoctoni.

Andando a rappresentare in esclusiva sul mercato italiano Aqua Expeditions, Going dedica una particolare attenzione a realizzare esperienze di viaggio pre e post crociera che vanno a completare gli itinerari di "Aqua", già di per sé unici. Risalendo il fiume Mekong tra Vietnam e Cambogia e il Rio delle Amazzoni tra l'Amazzonia peruviana e la Riserva Nazionale Pacaya-Samiria o costeggiando il Parco Nazionale di Komodo, le Isole delle Spezie e Raja Ampat, il viaggio con Aqua Expeditions e le sue barche a motore di design diventa una vera e propria esplorazione in un contesto di raffinatezza e attenzione per la natura senza precedenti per il turismo organizzato.

"Un prodotto pensato per tutte le agenzie di viaggio, non solo quelle del lusso – assicura **Maurizio Casabianca**, chief commercial & operations officer di Going – Prevediamo per questo di fare dei webinar formativi per spiegare il prodotto che si adatta a più casistiche: solo traveler, coppie in viaggio di nozze, ma anche incentive grazie alla possibilità di privatizzare una nave e fare esperienze sul territorio di turismo attivo".

VOLONLINE GUARDA SEMPRE PIU' A SUD

Anche quest'anno il Gruppo Volonline sarà presente alla BMT di Napoli (padiglione 6, stand 6148) con il team commerciale. "Il Sud Italia è un mercato chiave per il Gruppo e lo sarà ancora di più nel 2023 che è sicuramente l'anno della ripresa - commenta Luigi Deli, Founder e CEO del Gruppo Volonline. Abbiamo costruito una squadra forte e motivata che, dal nuovo ufficio di Napoli che ha ampliato la sede a fine 2022, segue un'area che comprende non soltanto la Campania, ma tutto il Sud. Oggi possiamo affermare che il mercato del Sud Italia rappresenta il 25% del fatturato del Gruppo Volonline in termini di crescita".

Il Gruppo ha investito molto nelle risorse umane negli ultimi anni anche con figure chiave che hanno contribuito allo sviluppo di una rete di professionisti su tutto il territorio italiano. Una di queste è Sandro Ferrari, che dopo aver maturato diverse esperienze in grandi nomi del tour operating e del networking, dal 2020 ricopre il ruolo di direttore vendite del Gruppo Volonline.

"Ci presentiamo a Napoli forti di un ottimo inizio anno" conferma Luca Adami, CTO e CMO del Gruppo. Nel solo mese di febbraio, Volonline, Volonclick e Teorema Vacanze hanno registrato un record di inserito pari a 10 milioni di Euro (il doppio del 2019) e raggiunto nei primi due mesi dell'anno la metà dei ricavi di tutto il 2022.

MANGIA'S: IN PIPELINE TRE NUOVE STRUTTURE

Gli stranieri che sceglieranno l'Italia come meta per le loro vacanze saranno circa 61 milioni, per un totale di 215 milioni di pernottamenti. Tra le località più ambite si confermano la Sicilia, con 15,9 milioni di presenze (+12,7%), e la Sardegna, a quota 14,2 milioni (+11,9%).

Ad apprezzare i tesori nazionali del Belpaese non sono quindi solo gli stranieri, bensì anche gli italiani, che, intenzionati a vivere esperienze autentiche e soggiorni in nome di relax e benessere (65%), e naturalmente di cultura ed enogastronomia (61%), danno seguito a un trend iniziato con la pandemia.

Risponde perfettamente a queste tendenze la rinnovata offerta del Gruppo Mangia's, primo operatore dell'hospitality italiano per numero di camere, con 13 resort tra Sicilia e Sardegna e oltre 1 milione di ospiti l'anno. Mangia's, infatti, che da sempre promuove il Made in Italy nel mondo attraverso proprietà e servizi di altissimo livello, il prossimo 7 aprile riaprirà il Mangia's Torre del Barone Resort di Sciacca come hotel a 5 stelle, offrendo agli ospiti una vacanza da sogno all'insegna dell'esclusività e della territorialità.

L'offerta stellata del Gruppo Mangia's prosegue e si arricchirà di due novità durante l'estate: Mangia's Santa Teresa Resort in Sardegna e Mangia's Brucoli Resort in Sicilia riapriranno infatti a cinque stelle nei prossimi mesi.



SANDALS ANNUNCIA L'APERTURA DI ULTERIORI DUE RESORT

Sandals Resorts International (SRI) torna alla BMT nel PAD. 6 – Stand 6033, insieme al Ministero del Turismo delle Bahamas - BMOTIA, destinazione presente nel portfolio SRI da oltre 25 anni con due resort, il Sandals Emerald Bay in Great Exuma e il Sandals Royal Bahamian in Nassau riaperto a gennaio 2022 dopo un restyling completo.

Tra gli importanti investimenti, i progetti e le nuove aperture che Sandals Resorts andrà ad illustrare alla fiera di Napoli, segnaliamo l'apertura di nuovissimi resort: il Sandals Dunn's River in Giamaica (ndr. apertura prevista per il 24 maggio 2023) e il Sandals Royal Curaçao – inaugurato il 1° giugno 2022, primo resort del brand nei Caraibi olandesi.

"Sandals Resorts International, dal suo esordio a Montego Bay in Giamaica oltre 40 anni fa, ha stimolato lo sviluppo del comparto turistico nella regione caraibica, tra le più amate dai viaggiatori di tutto il mondo e dagli italiani, in particolare – continua Casagrande – con un importante e conseguente impatto positivo sulle comunità locali, andando ad elevare, al contempo, l'eccellenza dell'accoglienza in tutta l'area. Il 2022 ha fatto registrare numeri inaspettati, a ritmi più elevati addirittura rispetto al periodo pre-pandemico e il 2023 sta già contando su un buon numero di prenotazioni".

Sono, inoltre, previsti altri due resort in Giamaica (un Sandals Resorts e un Beaches Resorts). È stata presentata, inoltre, la campagna di investimento sull'isola di St. Lucia, dove SRI già possiede tre resort all-inclusive di lusso (Sandals Regency La Toc, Sandals Grande St. Lucian e Sandals Halcyon Beach).



IL GRUPPO PUGLIESE HO COLLECTION ANNUNCIA NUOVE ACQUISIZIONI

HO Collection, gruppo alberghiero pugliese che conta cinque proprietà in Puglia e una a Roma, ha cominciato il 2023 con un'agenda ricca di novità: incoming in crescita, nuove acquisizioni e nuovi progetti in pipeline che segnano un inizio 2023 positivo.

I piani di espansione del gruppo sono rafforzati dopo una stagione estiva di successo che ha superato i risultati del 2019, il fatturato nel 2022 ha superato i 20 mln, una crescita della ADR (tariffa media giornaliera), pari al 20% rispetto al 2019 e un'occupazione che in media è cresciuta del 10%.

Mattia De Gennaro, Managing Director di HO Collection ha commentato – “Questi dati sono un chiaro segnale di ripresa e l'inizio dell'epoca post covid. Con un totale di 6 alberghi che contano 905 stanze, nel 2022 sono state 166.516 le camere occupate, evidenziando un desiderio di tornare a viaggiare dopo due anni di politiche di restringimento e con un 2023 in cui abbiamo una view positiva e prevediamo un incremento totale dell' ADR del 10% e un aumento del Fatturato del 12%” – ha concluso De Gennaro.

Le sei strutture attuali sono: il Patria Palace Hotel, cinque stelle all'interno di un palazzo storico nel cuore barocco di Lecce; The Nicolaus Hotel, storico indirizzo a Bari con un'anima MICE; l'Hi Hotel Bari, pensato per viaggiatori smart e connessi; I Turchesi Club Village, destinazione per famiglie con 152 appartamenti, a Castellaneta Marina; il Mercure Roma West e l'Hotel Delfino Taranto.

Tra le novità 2023, c'è anche una nuova acquisizione chiusa alla fine di dicembre 2022. Si tratta dell'acquisto del Borgo Barzae nell'area di trulli e Barsento

BWH PRESENTA I RISULTATI 2022

BWH Hotel ha condiviso i dati di performance del 2022 e ha definito le linee strategiche dei prossimi anni. Il reparto room ha fatturato 320 milioni di euro, con oltre 4,2 milioni di presenze. Il revpar è cresciuto del 14% rispetto al 2019 con una media di 168 euro sull'upper upscale, 130 nell'upscale, 85 e 62 nel midscale su destinazione principale e regionale. L'ADR segna un picco di 217 euro nell'upper upscale e 138 nell'upscale. Il tasso di occupazione medio annuo è del 70%

L'outlook di quest'anno dice che nei primi due mesi dell'anno il Revpar cresce del 29% e l'ASR del 21%. Le performance migliori a Genova, Torino, Roma e Firenze. Molto interessante anche il ritorno alla prenotazione anticipata con un 60% di camere in più già prenotate.

Forte di questi risultati il gruppo BWH sta puntando la propria strategia sull'internazionalizzazione degli ospiti con campagne mirate, e sviluppo dei brand su 4 direttrici: resort destination, design & positioning, development deal e proposizione di marchi commerciali.

Queste linee guida devono andare di pari passo con la sostenibilità delle pratiche e l'inclusività delle procedure.

Per quanto riguarda lo sviluppo digitale, il team interno si concentrerà su 4 sfide: accessibilità e usabilità dei siti, consolidamento della piattaforma di pagamento online, ottimizzazione della customer journey e survey during stay.



ITA AIRWAYS FOCALIZZATA SU ADV E MICE

ITA Airways parteciperà per la seconda volta alla BMT con uno stand dedicato (numero 5030) presso il Padiglione 5 dove incontrerà i principali buyer nazionali ed internazionali e le maggiori agenzie di viaggio. Allo stand della Compagnia ci sarà anche la possibilità di visitare virtualmente l'Airbus A350 tramite l'ausilio dei nuovi visori Oculus META QUEST 2 di ultima generazione, realizzati con una tecnologia 3D molto avanzata che offriranno un'esperienza unica ed estremamente realistica anche grazie ai virtual controller, vere e proprie estensioni delle mani attraverso cui il cliente avrà la sensazione di toccare l'interno dell'aereo.

“Siamo lieti di partecipare. - ha dichiarato Emiliana Limosani, Chief Commercial Officer di ITA Airways e CEO Volare – Napoli è servita dalla nostra Compagnia nel mese di marzo con 11 voli giornalieri verso Roma Fiumicino e Milano Linate che cresceranno nel corso della stagione estiva. Per ITA Airways questo appuntamento ha una doppia valenza – aggiunge il CCO - oltre ad essere un importante incontro con gli operatori del settore, è anche il punto di partenza del nostro road show nazionale che proseguirà con altre 5 tappe a Roma, Venezia, Milano e nelle due principali isole italiane. La costante presenza del nostro team commerciale alle principali fiere del turismo in Italia e all'estero conferma la nostra strategia di investimento nella relazione commerciale con il mondo Trade”.

ITA Airways in queste tre giornate incontrerà inoltre gli operatori del segmento MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions) per il quale la Compagnia, con un dipartimento dedicato, ha recentemente introdotto condizioni tailor made, offrendo ai delegati di fiere, congressi e piccoli o grandi eventi un programma di tariffe preferenziali e personalizzate con la possibilità di viaggiare individualmente o in gruppo.

TAP RIPRISTINA LA NAPOLI LISBONA

TAP annuncia diverse novità, fra queste la ripresa dei collegamenti da Napoli, il nuovo Portugal Stopover, le novità per i menu della classe Business e la possibilità per i clienti di acquistare l'Imbarco Preferenziale.

Con la Summer 2023 TAP Air Portugal ripristina i collegamenti da Napoli a Lisbona, non solo, ma incrementa anche del 20% la capacità rispetto alla scorsa estate grazie a un aeromobile Airbus più grande. A partire dal 26 marzo saranno infatti otto le frequenze settimanali offerte dal vettore in partenza dalla città partenopea.

Il programma Portugal Stopover, interrotto durante la pandemia, riparte con una serie di nuovi vantaggi e nuovi partner. La sosta in Portogallo ora può arrivare fino a dieci notti, senza alcun costo aggiuntivo nella tariffa.

Fra le altre novità presentate alla BMT, la collaborazione con "The Art of Tasting Portugal" che ha dato vita al progetto "Local Stars", il cui obiettivo è la valorizzazione dell'identità portoghese attraverso la gastronomia e la promozione dei prodotti culinari regionali.

Infine, l'imbarco preferenziale è un nuovo prodotto offerto ai clienti TAP. Disponibile a partire da marzo, consente a qualsiasi passeggero che lo acquisti di imbarcarsi subito dopo i passeggeri di classe Business e/o i clienti Navigator, Gold e Silver.

L'IMPEGNO DI GNV SU NAPOLI

GNV conferma la propria presenza alla BMT sottolineando l'importanza del capoluogo partenopeo nelle strategie di crescita della Compagnia.

La stagione estiva 2023 vede il porto di Napoli protagonista grazie ad un'offerta che permetterà ai passeggeri di raggiungere la Sicilia per le proprie vacanze estive, in particolare con partenze giornaliere verso Palermo e settimanali verso Termini Imerese.

In termini di andamento delle prenotazioni le linee in partenza da Napoli stanno già riscontrando un buon successo dal momento dell'apertura delle vendite con un +30% del volume delle prenotazioni rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, in particolare la tratta Napoli-Palermo sta registrando un aumento dell'advance booking del 23%.

Coloro che decideranno di acquistare i due collegamenti da Napoli, e tutti quelli offerti dalla Compagnia verso la Sicilia e la Sardegna, potranno godere di uno sconto fino al 35% in occasione della festa del papà, da venerdì 17 a lunedì 20 marzo. La promozione sarà valida per l'acquisto viaggi in programma da marzo fino a settembre 2023 su tutti i collegamenti operati dalla Compagnia verso le due isole. La festa del papà sarà quindi il secondo di quattro giorni di sconti fino al 35%, una promo che consente alle famiglie di programmare in anticipo il proprio viaggio in traghetto e partire per l'estate ad un prezzo vantaggioso.



SNAV IN FIERA CON DUE PROMO

La Primavera per SNAV comincia in anticipo alla BMT per incontrare le agenzie di viaggio. Il trade rappresenta per SNAV un canale privilegiato di vendita a cui stato dedicato un piano di incentivazioni e regimi commissionali di sicuro interesse.

Nell'occasione SNAV confermerà la programmazione 2023 e due importanti promo con la Formula "Prenota ile parti quando vuoi".

La prima promo è dedicata alla Festa del Papà e prevede la formula "2 x 1" per tutte le prenotazioni effettuate il 18 e 19 marzo ma valida per tutte le partenze anno 2023 per Ischia, Procida, Isole Eolie, Isole Pontine e Croazia.

La seconda promo è "Benvenuta Primavera" che offrirà uno sconto del 20% per le prenotazioni effettuate fra il 20 e il 26 marzo ma valida per tutte le partenze anno 2023 per Ischia, Procida, Isole Eolie, Isole Pontine e Croazia.

Agenzie di viaggio ed ospiti che visiteranno lo stand SNAV alla BMT al pad. 6 avranno la possibilità di scoprire i programmi 2023 della Compagnia che ha confermato tutti i collegamenti puntando sul miglioramento del servizio, in particolar modo la tratta Ancona - Spalato con partenze giornaliere dal 5 aprile fino ad ottobre, con doppie partenze nel periodo di agosto.

Con l'entrata a tutti gli effetti nell'Unione Europea la Croazia diventa una destinazione più fruibile al turismo italiano: basti pensare alla semplificazione delle procedure di ingresso e alla moneta unica che, va detto, non ha portato a nessuna modifica delle tariffe applicate dalla compagnia.



ALLIANZ ILLUSTR L'OFFERTA GLOBY

Allianz Global Assistance, marchio commerciale di Allianz Partners e leader globale nei servizi legati all'assistenza e alle assicurazioni viaggio, è tra i protagonisti di BMT, un prezioso momento di incontro con gli operatori presenti sul territorio, per confrontarsi su trend emergenti e comprenderne le esigenze, in continua evoluzione.

L'evento sarà anche occasione per illustrare nel dettaglio i prodotti e i servizi dedicati al trade, e in maniera particolare la linea Globy. Composta tra gli altri dai prodotti di punta Globy Rosso Plus, Globy Verde e Globy Giallo Plus, la gamma è tra le più complete tra quelle dedicate al mondo delle Agenzie di Viaggio e dei Tour Operator, oltre a essere stata tra le prime a includere le coperture in caso di pandemia.

"Ancora una volta siamo a BMT per sottolineare il nostro impegno a essere un interlocutore di riferimento per gli operatori del settore. Un impegno che parte dall'ascolto e dal confronto e che si concretizza nello sviluppare e rendere disponibili soluzioni semplici, flessibili e sostenibili, in grado di rispondere alle esigenze del mercato e di offrire, al viaggiatore moderno, serenità a portata di click", ha sottolineato Emanuele Basile, Chief Sales Officer di Allianz Partners Italia.

Lo spazio espositivo di Allianz Global Assistance a BMT si trova presso il padiglione 6 – stand 6046.

LE NOVITA' DI SPENCER&CARTER

Prosegue il piano di sviluppo e di consolidamento sul territorio di Spencer&Carter che alla BMT potrà presentare i nuovi Responsabili Commerciali, e condividere con le Agenzie di Viaggi del Centro-Sud e gli Operatori presenti tutte le soluzioni e le novità che il broker assicurativo ha messo in campo per supportare il trade.

I tre nuovi Responsabili di Area, già operativi sui rispettivi territori, sono Pierfrancesco Leone, che si occuperà della Puglia, Stefano Bucci, che presiederà la Campania e Paolo Li Greci, a cui è stato affidato lo sviluppo della Sicilia.

"Siamo molto contenti di essere presenti per la prima volta alla Borsa Mediterranea del Turismo, che ci permetterà di incontrare le Agenzie del centro e sud Italia, oltre che a ufficializzare gli ultimi nuovi ingressi nella squadra commerciale, che saranno a presidio proprio del sud Italia – spiega il Direttore Commerciale, Massimiliano Masaracchia –. La kermesse napoletana sarà il miglior palcoscenico per presentare al trade tutte le novità alle quali stiamo lavorando per offrire prodotti sempre più performanti e in linea con le esigenze del mercato attuale dei viaggi".

Inoltre, giovedì 16 e venerdì 17 marzo, dalle ore 17.00, presso lo stand Spencer and Carter, le attività di incontro e networking proseguiranno con il CLIKKI® BAR, un'ulteriore occasione per fare networking e brindare alla ripresa del comparto.

BRUSSELS, CRESCONO GLI ARRIVI DAL SUD

Visit Brussels, ente del turismo della Regione di Bruxelles Capitale, promuove la città degli eventi belga.

“Negli ultimi mesi – dichiara Ursula Jone Gandini, direttore Italia Ufficio del Turismo di Bruxelles – gli arrivi dal centro/sud Italia continuano a crescere, soprattutto sul segmento leisure, anche in relazione ai buoni collegamenti da tutti i principali aeroporti, a cominciare dalle tratte dirette di Brussels Airlines da Napoli e Roma. Siamo a disposizione di agenti di viaggio, operatori e clienti finali per svelare l’offerta della città, che con i suoi 18.000 eventi ogni anno, offre tantissime occasioni in grado di incontrare tutti gli interessi e le esigenze di un pubblico veramente molto eterogeneo”.

Accanto agli highlights di sempre, dall’Atomium al Parlamento Europeo, dalla cultura della birra e del cioccolato al magico mondo dei fumetti, quest’anno i riflettori sono puntati sull’arte, con doppio focus sull’art nouveau e sull’arte contemporanea.

In programma, un ricco palinsesto di appuntamenti speciali, pensati per gli studiosi, gli appassionati e i collezionisti, con proposte adatte anche per i neofiti e i curiosi.



LA POLONIA MENO NOTA

Alla BMT la Polonia sarà ospite presso lo stand Autei insieme ad altri enti del turismo per presentare la destinazione in chiave moderna e dinamica, "una meta ormai consolidata sul mercato italiano amata per le sue città d'arte (Cracovia, Varsavia, Danzica e Breslavia fra tutte), – come afferma Barbara Minczewa, Direttrice dell'Ente Nazionale Polacco per il Turismo – ma per la prossima bella stagione intendiamo presentare al comparto turistico del centro-sud Italia una Polonia meno nota, una terra che sorprende per il patrimonio storico-culturale ma altresì per l'incredibile bellezza naturalistica, la biodiversità, il turismo outdoor e la squisita offerta gastronomica".

L'ente per il turismo si presenta a Napoli forte di flussi turistici in netto miglioramento: il turismo straniero in Polonia è cresciuto nella prima metà del 2022, arrivando a superare i dati del 2021 dello stesso periodo di oltre 5 volte. L'86% del turismo incoming in Polonia proviene dall'Unione Europea e, anche se non si ha ancora un quadro completo – mancando appunto i dati di due mesi cruciali quali luglio e agosto (che valgono il 28% degli arrivi e del traffico turistico dell'intero anno) – si può sperare in una solida ripresa dei flussi turistici in arrivo nel Paese.

Diverse le destinazioni interne su cui l'Ente Nazionale Polacco per il Turismo punta, promuovendo quindi località fuori dalle tradizionali rotte ma facilmente raggiungibili anche dal nostro Paese, grazie agli oltre 70 collegamenti aerei tra diverse regioni d'Italia e le principali città polacche, che, nel 2023, andranno ad aumentare grazie a nuovi operativi.

In primis, un nuovo collegamento per Lublino, città accademica e importante punto di unione fra l'Europa occidentale e quella orientale e, in secondo luogo, il grande ritorno del diretto Roma-Danzica, il bellissimo centro affacciato sul Mar Baltico.

"La nostra forza sta nei numerosi collegamenti aerei – prosegue Barbara Minczewa – che permettono a molti italiani di raggiungere il nostro paese facilmente in ogni stagione dell'anno grazie ad operativi che consentono di organizzare long weekend, ponti di primavera, ma anche viaggi MICE grazie all'ottima offerta turistica".

Tra le principali attività promozionali che l'Ente prevede di svolgere sul mercato italiano meritano menzione gli incontri di formazione online, i Fam Trip per i professionisti del settore, numerosi workshop e il roadshow che si svolgerà in autunno. "



VISITMALTA PUNTA AL TARGET FAMIGLIE

VisitMalta sarà presente alla BMT di Napoli, insieme al DMC Robert Arrigo, riconfermando l'interesse per il bacino turistico del Sud Italia, un'area chiave per i flussi verso le isole maltesi sia in ambito leisure che business. L'importanza strategica che l'area partenopea rappresenta per Malta è dimostrata anche dalla presenza di ben 3 compagnie aeree che operano voli diretti dall'aeroporto di Capodichino per Malta per la stagione estiva 2023. Oltre alle già presenti Easyjet e Ryanair anche AirMalta ha scelto di attivare un collegamento tra Napoli e l'Aeroporto Internazionale di Luqa.

I riflettori della BMT saranno importanti per far risaltare l'impegno promozionale di VisitMalta verso target alternativi rispetto il passato, strategia che si conferma aver avuto i risultati attesi: oggi Malta è sempre più popolare nella fascia di età 25-44 anni che oggi rappresenta il main target.

In questa categoria di età rientra anche il segmento famiglie, a cui l'ente attualmente si rivolge con i principali investimenti.

"Malta, Gozo e Comino sono una meta ideale per le famiglie. Le nostre isole, a meno di 2 ore di volo da molte città italiane, sono un mix straordinario di proposte per tutte le età, che rivolge seria attenzione al benessere dei bambini, oltre a rappresentare un'offerta flessibile e con un ottimo rapporto qualità-prezzo" spiega Ester Tamasi, Direttore VisitMalta Italia.

E seppur il target famiglie sia considerato prioritario per il 2023, naturalmente VisitMalta non trascura gli altri segmenti, impegnandosi anche nella promozione delle nicchie.

LA REPUBBLICA DOMINICANA VA SUL TURISMO ATTIVO

La Repubblica Dominicana sarà allo stand 5029 Pad.5 per incontrare gli operatori turistici e gli agenti viaggi del Sud Italia.

"Si tratta di un mercato importante e in crescita - afferma Neyda Garcia, direttrice dell'Ufficio del Turismo della Repubblica Dominicana in Italia -. Gli operatori turistici ci confermano che c'è sempre un grande interesse per il Paese e hanno riscontrato che, oltre alle vacanze mare e ai classici viaggi di nozze, c'è una crescente attenzione alla sostenibilità e al turismo attivo".

Proprio relativamente al turismo attivo, sono imminenti due appuntamenti su due ruote, uno è la GFNY Repubblica Dominicana, che si svolgerà a Punta Cana il 19 marzo e l'altro è la Leyenda del Caribe, una competizione a tappe in mountain bike che si svolge dall'8 al 12 maggio

La destinazione si presenta alla BMT forte degli ottimi risultati di arrivi di turisti stranieri in febbraio 2023: ben 567.932 persone sono arrivati in Repubblica Dominicana, con un aumento del 20% rispetto a febbraio 2022 e del 6% rispetto a febbraio 2019. Sommati ai 93.156 visitatori dominicani, febbraio 2023 si è chiuso con 661.088 turisti. In totale, sono stati 913.523 i visitatori che hanno scelto la Repubblica Dominicana in febbraio. Nel mese di gennaio 2023 sono stati 9.790 i turisti italiani che hanno scelto il paese per le loro vacanze.

LA SPAGNA IN BMT CON 8 COESPOSITORI

Grande presenza spagnola a Napoli con i rappresentanti di Andalusia, Isole Canarie, Tenerife, Gran Canaria, Lanzarote, Fuerteventura e Benidorm. Li trovate al padiglione 6 Stand 6010-6013 / 6022 - 6025 .

"La formazione dei professionisti del turismo italiano è anche nel 2023 una delle principali scommesse, con l'obiettivo di offrire una specializzazione nella vendita della Spagna attraverso diversi programmi di formazione gratuita, cominciando dal nostro corso Spain Specialist Program SSP, prosegue Gonzalo Ceballos "Inoltre l'Ufficio spagnolo del Turismo di Roma ha in progetto altri programmi di formazione online come gli itinerari interattivi, un formato molto dinamico a metà strada tra il podcast e la presentazione digitale che consentirà la scoperta di nuove destinazioni ed esperienze"

EMILIA ROMAGNA, L'ANNO DELLE DUE RUOTE

Per la prima volta in oltre un secolo di storia il Tour de France nel 2024 prenderà il via dall'Italia, con ben 3 tappe in Emilia-Romagna per 600 km complessivi (la prima, Firenze-Rimini, quindi Cesenatico-Bologna e Piacenza-Torino).

E' la consacrazione dell'impegno che la Regione da anni infonde nella bici e nel cicloturismo, e gli operatori sono già al lavoro per accogliere la carovana del Tour e le migliaia di appassionati che la seguiranno dal vivo.



LA CROAZIA A NAPOLI SENZA PASSAPORTO

È un momento importante per la visibilità e per l'immagine del turismo croato nel mercato italiano, sia per gli operatori e il pubblico presente, sia in quanto si svolge nel cuore della Campania, una regione di grande interesse.

"Le due novità principali per quanto riguarda la Croazia nel 2023 sono che dal 1° gennaio è possibile pagare in Euro e la seconda visto che fa parte dell'area Schengen, non ci sono più confini quindi si può entrare in Croazia senza code alle frontiere interne terrestri e marittime fra la Croazia e gli altri Paesi dello spazio Schengen sia in entrata sia in uscita, mentre i controlli aeroportuali saranno effettuati fino al 26 marzo 2023.

Oggi è sempre più facile arrivare in Croazia! Grazie alla sua vicinanza con l'Italia, alla presenza di numerosi traghetti e di collegamenti aerei soprattutto low cost, si può raggiungere le località croate velocemente spendendo poco. Dal 26 luglio 2022 con l'apertura del ponte di Pelješac, si è ridotto anche il viaggio in auto verso la Dalmazia meridionale il ponte stesso è diventato un'attrazione turistica. Non mancano gli investimenti e le nuove aperture sul fronte alberghiero partendo dall'Istria fino a Dubrovnik, così come ricco il calendario degli eventi 2023.

"La nostra offerta – conclude Viviana Vukelić, direttrice per l'Italia dell'Ente Nazionale Croato per il Turismo – è rivolta anche a un turismo presente tutto l'anno, grazie ai nostri prodotti-chiave: cultura e siti Unesco, cicloturismo, nautica, vacanza attiva, business & congressi, enogastronomia. Non dimentichiamo inoltre l'ampia offerta in tema di salute e benessere, con i centri Spa & Wellness e cliniche per la riabilitazione e la fisioterapia che vedono ogni anno la presenza crescente di ospiti da tutto il mondo. Vi invitiamo in Croazia, piena di sole, di isole e di bellissimi ricordi".



LA SARDEGNA PROMUOVE L'OSPITALITA'

La Sardegna approda nel capoluogo campano, con gli operatori locali e le istituzioni - rappresentate da Giovanni Chessa, Assessore al Turismo, Artigianato e Commercio della Regione Sardegna. Per l'occasione uno stand di 300 m² che, attraverso le sue ambientazioni, racconta la cultura, le tradizioni e l'essenza della destinazione. Lo spazio è suddiviso in svariate aree tematiche: oltre alla zona dedicata all'accoglienza, con desk affacciato sul passaggio principale, l'Isola darà il benvenuto a visitatori, operatori del settore turistico e media nella lounge centrale, dove si terranno momenti di riunione e di confronto nonché gli imperdibili appuntamenti dedicati all'enogastronomia. A sottolineare la grande cultura dell'ospitalità sarda sarà l'area "Ricaricati in Sardegna", un luogo dove prendere una pausa dai frenetici ritmi della fiera, sedersi e bere un bicchiere d'acqua o altre bevande dagli aromi tipicamente sardi.

Con la BMT, la Sardegna risveglia l'interesse e pone l'accento sull'ampia offerta di attività all'aria aperta, che facilmente si coniuga con le sue tipicità, i suoi paesaggi tanto variegati quanto suggestivi, i suoi tesori millenari e le antiche arti del "saper fare". Queste e molte altre caratteristiche sono ben rappresentate dalla prossima manifestazione Primavera nel Cuore della Sardegna

A completare l'offerta contribuirà anche l'animazione enogastronomica: per tutta la durata della manifestazione, infatti, lo spazio espositivo sarà teatro di 6 degustazioni di 30 minuti l'una. La partecipazione è limitata ad un massimo di 30 persone ad appuntamento ed è necessario prenotarsi direttamente presso il desk principale dello stand. Le dimostrazioni spazieranno da laboratori dedicati al miele, alla bottarga e ai prodotti caseari, passando per aromi di vernaccia, cannonau e tanto altro. Gli appuntamenti con il gusto prenderanno il via giovedì 16 marzo: ad inaugurare il ciclo di eventi, alle 11.30, sarà una deliziosa degustazione di miele tipico e alle ore 15.30 si terrà una coinvolgente degustazione di vino locale. Il calendario del 17 marzo si apre con la degustazione di formaggi locali prevista per le 12 e seguono due appuntamenti dedicati all'enologia, rispettivamente alle ore 12.45 e alle 15.30. Si chiuderà in bellezza, sabato 18 marzo, con la degustazione di bottarga delle ore 11.30.

LE BAHAMAS FESTEGGIANO I 50 ANNI DI INDIPENDENZA

Una primavera densa di novità quella dell'arcipelago delle Bahamas che, mai come prima, fa sentire la propria presenza sul mercato italiano. Confermata, infatti, per la BMT di Napoli, la partecipazione del Ministero del Turismo rappresentato da Maria Grazia Marino, General Manager.

Si tratta di un momento di incontro proficuo con i partner, oltre che di un'interessante occasione di promozione dell'arcipelago caraibico nel Sud Italia, destinazione che quest'anno celebra il cinquantennale dall'indipendenza. Attesissimo il calendario degli eventi che andrà ad animare un 2023 "che ci aspettiamo essere caratterizzato da una presenza crescente di italiani (13.500 nel 2019), andamento sostenuto dalle importanti operazioni di co-marketing recentemente annunciate", afferma la Marino.

Intanto, l'isola di Grand Bahama continua ad essere oggetto di consistenti investimenti: nell'aeroporto si è conclusa recentemente un'opera di ristrutturazione del terminal voli domestici, danneggiato nel 2019 dall'uragano Dorian, alla quale seguirà a marzo quella del terminal voli internazionali; il porto dell'isola è stato interessato da un ingente rinnovamento finanziato da Carnival Cruise Line: un investimento di oltre 200 milioni di dollari finalizzati alla costruzione di un molo per gli attracchi delle crociere.

AIDIT IN PRIMA LINEA CON LE ADV

AIDIT Federturismo

Confindustria sarà presente con il suo stand nel Padiglione 6 per incontrare i professionisti della rete di distribuzione e illustrare servizi e organizzazione dell'associazione.

Per AIDIT si tratta di un appuntamento importante anche grazie all'alto numero di agenti di viaggio già accreditati e in arrivo a Napoli.

Commenta il Presidente AIDIT Domenico Pellegrino: "La BMT è un appuntamento importante per il mercato del turismo e lo dimostra la grande partecipazione prevista. AIDIT sarà in prima linea per incontrare le agenzie di viaggi e illustrare l'organizzazione e la rappresentanza sul territorio di un'associazione che continua a crescere.

Il trend di ripresa del mercato dopo due anni di pandemia non ha ancora annullato i problemi di un settore che ha anche la necessità di stare al passo dei tempi sotto il profilo organizzativo e commerciale.

E' per questo che AIDIT vuole cogliere l'occasione della BMT per raccontarsi e far conoscere alle agenzie di viaggi i suoi programmi ed i progetti dedicati all'agente di viaggi del futuro".



FTO: SBLOCCARE I 39 MILIONI DI AIUTI COVID ALLE AGENZIE DI VIAGGI

Per FTO la situazione di impasse con la Commissione europea per l'autorizzazione dei 39,3 milioni di euro di aiuti Covid ad agenzie di viaggi e tour operator si sta prolungando troppo, nonostante l'obiettivo del ministero del Turismo di chiudere la partita nel primo trimestre del 2023.

Secondo Franco Gattinoni, presidente della Federazione Turismo Organizzato di Confcommercio, "è imbarazzante per il nostro sistema comunitario che la macchina burocratica ci metta così tanto per attuare determinati interventi e soprattutto abbia bisogno di ulteriori approfondimenti di fronte al danno enorme che le nostre imprese hanno subito nel biennio 2020-2021 a causa di restrizioni a viaggiare imposte per legge. Già il valore del ristoro rispetto alle perdite conseguite non è assolutamente equo, ma se poi ci vogliono anni per pagarlo alle imprese diventa scandaloso".

"Propongo a questo punto di andare avanti sul de minimis per sbloccare almeno la parte delle agenzie che non superano il limite di 200 mila euro di aiuti ricevuti, proseguendo la notifica ex 107.2b per le imprese con maggiori contributi. Dato che stiamo parlando di 39 milioni per 8mila imprese, penso che la maggioranza delle imprese potrebbe beneficiarne. Sappiamo di poter contare sul costante impegno del ministro e del ministero – conclude Gattinoni – insieme ai quali il sistema Paese può trovare le giuste soluzioni".

FTO ricorda inoltre che i fondi sono stati introdotti dal Dl Sostegni ter per garantire la continuità aziendale e la tutela dei lavoratori delle agenzie di viaggio che hanno registrato nel 2021 un calo di fatturato di almeno il 30%, rispetto al 2019. Nel 2021 il Turismo organizzato ha perso oltre 10 miliardi di ricavi, pari all'80% di quanto realizzato nel 2019. Gli stessi dati estremamente negativi si erano registrati nel 2020 e per ristorare tali perdite dal Governo erano stati assegnati 625 milioni.