

In progetto soggiorni ad hoc
**Tours Service:
nuovi pacchetti
"Motomondiali"**

di ISABELLA CATTONI

ROMA - Un operatore di nicchia che presenta potenzialità interessanti e originali: Tours Service si presenta all'appuntamento con il 2011 puntando a espandere il suo core business. «Si tratta di un progetto legato alla nostra attività di organizzatore della logistica per le gare del Motomondiale - precisa il general manager, Roberto Camponeschi -. Un'attività cominciata nel 1994 e che oggi ci procura una buona metà del fatturato globale, pari a circa 6 milioni di euro».

Tours Service dispone ormai di un know how approfondito sulle destinazioni sede delle competizioni motociclistiche e proprio per questo vorrebbe ampliare la programmazione, offrendo pacchetti turistici nelle varie località toccate ed estensioni nelle aree limitrofe. «Proporremo viaggi intercontinentali mettendo a frutto tutta la nostra esperienza».

Sul fronte della programmazione Pianeta Patagonia, una nicchia che comprende principalmente Cile e Ar-

gentina, Camponeschi rimarca il fatto che «malgrado si sia un operatore di piccole dimensioni, la competenza su quest'area del mondo ci ha consentito di essere presenti sul mercato da 33 anni e di proporre autentiche chicche». Attualmente Tours Service ha in mailing circa mille 200 agenzie, delle quali 700-750 collaborano continuamente con il t.o.

Se nel 2010 i numeri sono stati positivi, con un fatturato in crescita del 20% che recupera quasi del tutto il calo registrato l'anno precedente, per il 2011 si attende un ulteriore incremento. «Vorrei movimentare una media di circa 500-600 passeggeri su ogni gara, per un totale di 9 mila-10 mila persone. Ovviamente la maggiore affluenza dovrebbe concentrarsi sulle quattro-cinque competizioni intercontinentali più famose».

Sul sito del t.o., all'indirizzo www.tours.it, è possibile trovare tutta l'offerta, relativa anche ai soggiorni in Oriente.

Prosegue il miglioramento delle strutture; un socio cinese per presidiare quel mercato

di CINZIA BERARDI

Club Med riqualfica e spinge sulla Cina

MILANO - Un miliardo di euro spesi nel restyling di 70 villaggi; la vendita di resort come quello di Se-striere, difficili da riposizionare nella fascia alta del mercato; un nuovo socio cinese, ammesso nell'azionariato con l'obiettivo di conquistare un mercato turistico in fortissima crescita: questi i pilastri della strategia Club Med, che si appresta a concludere il 2010 con novità importanti, frutto degli investimenti portati avanti negli ultimi cinque anni nonostante la crisi economica mondiale. Ne parla Andrea Vianello, direttore marketing e comunicazione per l'Italia del colosso francese che 60 anni fa ha inventato la vacanza in villaggio.

Come avete proceduto nell'upgrade delle strutture?

«In alcune classificate a quattro Tridenti abbiamo creato un'area denominata Luxury Space, con caratte-



ristiche da cinque Tridenti: è il caso di Kani, alle Maldive, Punta Cana, Cancun e Val d'Isère. Al Le Plantation d'Albion di Mauritius sono state invece costruite ville di lusso, con piscina privata e servizio di maggiolino e lo stesso avverrà con gli chalet di Valmorel, un nuovo resort di montagna che inaugureremo nella stagione invernale 2011 in Savoia».

L'offerta si rinnova, ma in mete ben collaudate...

«Non sempre: Taba, ad

esempio, è considerata tra le mete emergenti del mar Rosso. Qui il 6 dicembre aprirà il Sinai Bay, un quattro Tridenti dotato di Luxury Space. Ma soprattutto a Natale è previsto il grande sbarco di Club Med in Cina con il Yabuli Resort, nel nord-est del Paese, un investimento deciso sull'onda della forte crescita tra la nostra clientela dei cinesi, senza dimenticare che qui lo sci diventa ogni anno più popolare».

Cosa proponete invece alla clientela italiana per l'autunno-inverno?

«Abbiamo due cataloghi, uno dedicato alle destinazioni al sole, l'altro alla montagna, con 22 strutture da tre a cinque Tridenti che coprono tutto

l'arco alpino, anche se maggiormente concentrate in Francia e Svizzera. Si tratta di vacanze all inclusive con lo skipass compreso nel prezzo insieme a cinque ore al giorno di lezioni di sci».

Quali novità ci sono invece per l'estate?

«Continuiamo il riposizionamento verso l'alto di alcune strutture come Yasmine, in Marocco, che passa da tre a quattro Tridenti e sarà pronto per l'avvio della stagione. Poi ci si preparerà alla riapertura di Cefalù, che sarà il primo resort a cinque Tridenti d'Europa sul mare. La prima pietra è stata posata lo scorso 14 settembre e contiamo di terminare i lavori per l'estate 2012».

“In alcune strutture abbiamo creato un "Luxury Space"»

Andrea Vianello

Importante ampliamento dell'offerta e grande attenzione al canale internet

Zanzibarviaggi, obiettivo East Africa

di MARIA CARNIGLIA

IMPERIA - Zanzibarviaggi cresce e affina l'offerta. Il marchio al quale fanno capo i tour operator Dikha Tour and Safari l.t.d. di Zanzibar e Wimbi s.r.l. di Imperia, investe per arricchire le proposte su Zanzibar, sul Nord della Tanzania e sul Kenya. Il gruppo inoltre ha costruito e gestisce dal 2007 un resort boutique sul mare (Villa Dida Resort) e propone altre strutture, selezionate ogni anno attraverso i siti Zanzibarviaggi.it e Villadida.com.

DikhaTour and Safari l.t.d. da Zanzibar si occupa di escursioni e safari e, per conto di Wimbi, cura ogni aspetto di webmarketing e marketing sul mercato estero. Di recente Wimbi ha lanciato sul mercato il portale specializzato in viaggi in Kenya, www.Kenyaviaggi.it e provveduto anche a un restyling del www.Zanzibarviaggi.it per unificare la grafica.

Da settembre ha preso il via una nuova società in Tanzania, Dikha Tour l.t.d. (sorella di Dikha Tour and Safari di Zanzibar), specializzata unicamente in safari fotografici e pronta per affrontare il nuovo investimento del 2011.



“Abbiamo registrato una crescita del 7%»

Mauro Ridolfi

«Ad Arusha - spiega Mauro Ridolfi, fondatore insieme a Khadija Khamis Mohamed del marchio Zanzibarviaggi - abbiamo avviato Dikha Tour

l.t.d., con il progetto di aprire nel luglio 2011 un campo mobile e un campo tendato fisso di lusso».

Il campo mobile disporrà di cinque tende, mentre il campo fisso a Karatu sarà un vero e proprio Camp-tented-lodge.

«Nel primo caso punteremo su numerosi plus e aspetti tecnici di "lusso" - aggiunge Ridolfi -. Il campo fisso invece offrirà 20 tende di lusso, tutte quaduple, una piccola spa, piscina, ristorante e bar».

Il bilancio dei primi otto mesi del 2010 è positivo. L'operatore, che ha presentato la nuova brochure, ha registrato un incremento del 7% sia per quanto riguarda il volato sia per quanto concerne i passeggeri trasportati. «La scelta di volare solo da Malpensa e Fiumicino con Meridiana Fly - commenta Ridolfi - ci ha premiati». Attualmente l'operatore è concentrato sui mercati europei. «Attraverso il nostro charter - conclude Ridolfi - ci stiamo aprendo a paesi nel Nord Europa, compresi Francia, Belgio e Inghilterra. Offriamo tramite compagnie low cost o Meridiana Fly i voli per Malpensa e Fiumicino, aeroporti dai quali poi garantiamo i collegamenti diretti con Zanzibar».

Bilanci

Auratours Incoming a +20%

ROMA - Bilancio positivo per la passata stagione di Auratours Incoming, che ha registrato il 20% d'incremento sul fatturato rispetto allo stesso periodo nel 2009 proponendo tour guidati in lingua francese o inglese in tutta Italia e una selezione di programmi e itinerari in treno. «Il nuovo catalogo di 56 pagine - spiega Rocco Moscardelli, responsabile incoming - ripropone i classici escorted tour dal lago Maggiore alla Sicilia, ma amplia l'offerta a nuovi itinerari all'insegna dell'enogastronomia e delle eccellenze italiane». Novità del catalogo 2011 sono anche i pacchetti alle Cinque Terre.

Speciali iniziative per coadiuvare il lavoro delle agenzie di viaggio

Idee per Viaggiare: Maldive ed Emirati in promozione

ROMA - Danilo Curzi (nella foto), amministratore di Idee per Viaggiare, ha reso note alcune importanti novità. «La prima - spiega Curzi - riguarda un accordo con 450 selezionati agenti di viaggio per promuovere le vendite del Diva Maldives. L'agenzia che effettuerà sei pratiche con almeno due persone in qualsiasi tipologia

di camera al Diva fino al 31 gennaio 2011 per soggiorni fino al 30 aprile 2011, avrà un soggiorno gratuito di sette notti per due persone in pensione completa. È escluso il volo intercontinentale». La seconda novità consiste nella partecipazione di Idee per Viaggiare a un'operazione di co-branding con Parmalat, fino al 31 dicembre 2010, legata a un concorso a premi. «Poiché siamo leader sul mercato italiano per gli Emirati Arabi, mettiamo in palio per tre consumatori di yogurt Parmalat un viaggio a Dubai per due persone (volo +soggiorno in hotel 4 stelle superiore o 5 stelle)».

