

Nel 2008 previsti 80 mila viaggiatori. Merito di eventi e anniversari

Pellegrinaggi avanti tutta

Brevivet raddoppia su Lourdes a quota 43 mila

DI MASSIMO GALLI

I tour operator denunciano una contrazione dei viaggi, ma eventi e anniversari spingono all'insù gli itinerari religiosi. A cominciare da Lourdes, in Francia, dove quest'anno si celebrano i 150 anni delle apparizioni mariane. Così, nelle parrocchie e nei gruppi, è stato un vero e proprio boom di prenotazioni.

Ne ha beneficiato anche la società milanese-bresciana Brevivet, leader nel Centro-nord, secondo operatore italiano alle spalle dell'Opera romana pellegrinaggi (che però, in effetti, è il tour operator del Vaticano, anche se attivo in Italia). Tra i dirigenti di Brevivet, da sempre conosciuto per il marchio Pellegrinaggi paolini, la soddisfazione è evidente. A parlare sono i numeri: nel primo semestre i pellegrini sono aumentati del 43% rispetto a un anno prima. In particolare, per l'intero 2008, a Lourdes si prevede il raddoppio dei viaggiatori a quota 43 mila. «Non ci immaginavamo un incremento di questo genere», sottolinea l'a.d. di Brevivet, Maurizio Boicchi, ammettendo tut-

tavia che «questo boom è legato agli eventi».

Fatto sta che, in base alle stime, il 2008 dovrebbe chiudersi con circa 80 mila turisti o pellegrini, per un fatturato pari a 46 milioni di euro. A gonfie vele anche la Terra Santa, che registra un +144% rispetto al 2007; quest'anno ricorre il sessantesimo anniversario della fondazione dello stato di Israele. Un altro evento ha da poco preso il via: il 28 giugno è cominciato l'Anno Paolino e Brevivet ha

predisposto itinerari che toccheranno la Turchia. Per il 2009, ha precisato il d.g. Riccardo Bertoli, si sta valutando una catena lunga di voli con Eurofly, da febbraio a settembre, alternando arrivi e partenze a Istanbul e Smirne.

Per quanto riguarda invece il turismo, che rappresenta una parte minoritaria del giro d'affari, anche Brevivet ha risentito della crisi, chiudendo i primi sei mesi con il segno meno, anche se vi sono segnali di ripresa per luglio

e agosto. Infine, il tasto dolente del caro-carburante e dell'adeguamento per i voli aerei: per ora il t.o. è riuscito a contenere i danni, richiedendo mediamente 20 euro in più per ogni pellegrino. «Una cifra inferiore a quella che avremmo dovuto applicare seguendo la logica commerciale», osserva l'a.d. Boicchi. Ma c'è preoccupazione: se il petrolio aumenterà ancora, i prezzi dei pacchetti sul medio raggio non potranno non risentirne.

Barcelò gestirà il resort calabrese di Simeri

La catena alberghiera Barcelò hotels & resorts sbarca in Italia: dal 2010 il gruppo spagnolo gestirà il complesso turistico di Simeri (Catanzaro) grazie a un accordo con Italia turismo, società controllata dall'Agenzia nazionale per l'attrazione degli investimenti e lo sviluppo d'impresa e da Turismo&Immobiliare, partecipata da Gabetti, Marcegaglia e Pirelli. Il resort di Simeri, situato in un tratto della costa jonica calabrese, comprende un hotel a 4 stelle con 352 camere e un campo da golf di 18 buche. Dista 55 chilometri dall'aeroporto di Lamezia Terme.

Barcelò, che ha già insediato la propria at-

tività in 15 paesi, di cui sei europei, è uno dei più importanti gruppi alberghieri spagnoli, con 182 hotel e 45 mila camere, che spaziano dalla categoria economica al lusso.

«L'accordo», hanno spiegato il presidente di Italia turismo, Roberto Spingardi, e l'a.d. Gaetano Casertano, «è in linea con la strategia di Italia turismo, che punta a creare sinergie e alleanze con le maggiori catene alberghiere internazionali e nazionali. L'intesa con Barcelò hotels & resorts proietta il complesso turistico di Simeri in uno scenario internazionale e ne rafforza il ruolo di strumento in grado di valorizzare il territorio».

Tra le principali associazioni congressuali

Mpi raggiunge i 300 iscritti

DI GIORGIO BERTONI

Toccato il traguardo di 300 iscritti. È questo il risultato raggiunto da Meeting professional international Italia chapter (Mpi) ufficializzato nel recente congresso annuale ospitato per tre giorni a Perugia. Un traguardo che pone l'Italia al secondo posto in Europa, dopo la Germania.

Al centro del dibattito, oltre all'attività svolta, i programmi futuri, tra i quali l'ulteriore sviluppo dell'associazione e l'accelerazione verso una vera e propria community di professionisti del settore, come ha sottolineato il presidente uscente, Emilio Milano, cui succederà Sergio Moscati.

Una community sempre più inserita nelle nuove tecnologie informatiche e nei new media e attenta alle indagini di mercato, come quella, presentata in anteprima da Gloria Spotti Hinch McNamara, direttore Emea di Carlson wagonlit meeting & events sulla percezione all'estero di tre destinazioni, Torino, Perugia e Napoli.

Dall'indagine sono emersi molti dati, tra i quali emergono quelli sulla conoscenza delle sedi congressuali (bene Torino e Napoli, meno nota Perugia) e le ragioni per cui i meeting planner esteri

scelgono (o non scelgono) queste tre destinazioni. Da qui l'analisi di cosa sia necessario a una località per un destination rebranding, che deve tenere conto non solo di adeguate strutture congressuali e alberghiere, ma soprattutto di servizi efficienti (trasporti, logistica, attrattive turistiche, generale decoro della destinazione, proposte culturali ed enogastronomiche, eventi). Uno sforzo in tal senso lo sta facendo proprio il comune di Perugia, con il supporto della regione Umbria, che puntano a un progetto articolato per fare del territorio un punto di riferimento per meeting e congressi.

Destination manager, parte un corso targato Eurac-Ife

Partirà lunedì prossimo il primo modulo del corso patrocinato da Italia for events, l'organismo interregionale di promozione dell'industria italiana degli eventi. Due le sedi (Firenze e Torino) e 41 i posti disponibili. Assegnatario del corso è risultato Eurac education, il ramo formativo dell'Accademia europea di Bolzano, costituito all'interno dell'Eurac convention center.

Il corso mira a qualificare e aggiornare le figure di destination manager, che nella meeting & incentive industry rivestono un ruolo chiave. Il primo modulo è previsto dal 14 al 18 luglio, il secondo dal 28 luglio al 1° agosto, il terzo dal 4 all'8 agosto e il quarto dal 1° al 5 marzo 2009. I primi tre moduli si svolgeranno a Firenze, presso l'Hilton Garden Inn, mentre il quarto avrà luogo a Torino, nel centro congressi Torino incontra, a latere della European meetings & events conference (Emec).

Nasce un marchio per diversamente abili

Turismo di tutti Piemonte in pole

DI ANDREA G. LOVELOCK

Un turismo per tutti è la nuova frontiera che l'industria dei viaggi italiana dovrà, prima o poi, porsi come obiettivo di crescita non solo sociale, ma anche economica. Si tratta di ampliare le opportunità di visita e soggiorno per milioni di turisti diversamente abili, che compongono una domanda impellente ma poco soddisfatta. Turismabile è il primo importante marchio di identificazione di un progetto sposato dalla regione Piemonte, attraverso il quale sono stati predisposti 25

itinerari accessibili ai turisti con problemi di mobilità, realizzati in collaborazione con le AtL.

L'operazione coinvolge complessivamente 150 località turistiche del Piemonte e 200 alberghi in grado di ospitare questa tipologia di viaggiatori. Forti di questa prima esperienza, gli artefici di Turismabile, cioè la onlus Cpd (Consulta delle persone in difficoltà), hanno distribuito alla Conferenza italiana per il turismo di Riva del Garda l'ambizioso piano per la catena dell'accessibilità: un insieme di servizi che vanno dalle informazioni a portate ai trasporti, dalle attività sportive alle attrazioni visitabili.

Lo scopo è quello di sensibilizzare politici e operatori non solo sulla possibilità di esportare il modello Piemonte in altre regioni italiane, ma anche sulla cooperazione internazionale. Sul sito www.turismabile.it è possibile verificare lo stato dell'arte delle iniziative intraprese, per estendere ad altri territori italiani il concetto che gestire flussi turistici di particolari categorie di persone non è soltanto un' apprezzabile azione sociale, ma una vera e propria opportunità di business. Basti pensare che, in Europa, la domanda turistica dei diversamente abili è composta da almeno 12 milioni di potenziali clienti.

Brevi

Tui.it. L'agenzia di viaggi on-line offre la possibilità di consultare gratuitamente le Guide viaggi per le destinazioni più richieste e vendute, ma anche per quelle meno conosciute. Si potrà accedere alle guide attraverso un'apposita sezione, visualizzabile nella barra di navigazione dall'home page del nuovo sito.

Small luxury hotel. È l'Italia il primo paese in Europa per numero di hotel affiliati al marchio, grazie alle ultime acquisizioni: sono 50 le strutture appartenenti al network di Slh. Da inizio anno sono undici gli hotel italiani che hanno ottenuto il prestigioso riconoscimento, portando il nostro paese davanti alla Francia (seconda con 48 affiliati) e alla Gran Bretagna (45).

Liguria. È partito un progetto pilota al femminile per la prenotazione delle vacanze on-line tramite il portale www.turismoinliguria.it. Ad avere la propria vetrina, da cui sarà possibile visionare la disponibilità delle camere ed effettuare la prenotazione, saranno 150 strutture ricettive gestite da donne. È quanto previsto da un'iniziativa sviluppata dall'agenzia In Liguria a sostegno dell'imprenditoria femminile e finanziata dalla Ue. «Questa fase sperimentale», ha spiegato Angelo Berlangieri, direttore dell'agenzia In Liguria, «è stata dedicata all'imprenditoria femminile, con la speranza che la creatività delle donne accolga con slancio questa proposta innovativa. Se il progetto avrà, come ci auguriamo, una buona risposta, non escludiamo la possibilità di estenderlo a tutte le strutture presenti nel database del portale a partire dai primi mesi del 2009».

Cremona. Connessione Wi-fi gratuita nelle principali piazze della città: è il primo passo di un intervento congiunto del comune e di Aecom in vista di Expo 2015. A partire da questo mese, nelle principali aree di transito pedonale, è possibile collegarsi in rete gratuitamente. Entro un anno tutta la città sarà dotata di connettività Wi-fi. «Pensiamo che, per esempio, per l'Expo 2015 le città lombarde dovranno essere pronte ad accogliere la sfida di una grande presenza di turisti», ha dichiarato Gerardo Paloschi, amministratore unico di Aecom. «Connettersi a un wi-fi point, anche con un collegamento Bluetooth, e scaricare sul proprio telefonino o pc delle audio guide su edifici e monumenti che si stanno incontrando sul cammino, diventa una opportunità reale».