

Cina



SPECIALE

a cura della redazione

Continua la crescita della destinazione Cina sul mercato italiano. Una meta per intenditori, ma non più di nicchia grazie allo sviluppo dell'offerta, con proposte differenti perfette per i repeater e dei collegamenti aerei che la rendono facilmente fruibile dal pubblico italiano.

Ne parla Alessio Rossi, direttore marketing dell'ufficio nazionale del turismo cinese in Italia.

Qual è l'andamento della destinazione Cina sul mercato italiano?

«Sicuramente buono. Secondo i dati forniti dagli operatori italiani e locali, oltre che dagli uffici visti, la situazione generale è molto positiva. Le previsioni fanno dunque pensare ad una crescita maggiore di quella dello scorso anno, che fu del 5%».

235.000

Visitatori italiani in Cina nel 2011

252.000

Visitatori italiani in Cina nel 2012

+7%

Obiettivo di crescita per il 2013

Iniziative per il 2013

- Partecipazione a fiere
- Roadshow ed eventi
- Realizzazione di iniziative di e-learning riservate al trade

Quali sono i prodotti turistici di punta per la prossima estate?

«Per l'estate il prodotto principale rimane il classico tour Pechino - Xi'an - Shanghai. Non mancano però, richieste e prenotazioni per una provincia molto particolare: lo Yunnan, che si distingue per i suoi paesaggi e per la sua ricchezza culturale oltre che per la varietà etnica, visto che qui risiedono 35 delle 56 minoranze etniche cinesi. Si tratta di una regione in continua crescita dal punto di vista del turismo».

Su cosa sta puntando l'ente del turismo cinese per la promozione della destinazione?

State programmando iniziative dedicate al trade e alle agenzie di viaggio?

«Il prossimo 21 giugno arriverà in Italia una delegazione ufficiale guidata dal viceministro, con molti operatori cinesi locali e per l'occasione stiamo organizzando un travel mart per le agenzie di viaggio, dove la filiera turistica italiana potrà incontrare gli operatori locali sia inbound che outbound. Siamo certi che questo appuntamento sarà molto gradito e avrà positivi effetti sui flussi turistici in entrata e in uscita.

«Non mancheranno, inoltre, azioni di promozione turistica su mezzi statici e dinamici nelle città di Milano e Roma. In particolare, per gli agenti di viaggio poi, i due corsi di e-learning online stanno avendo un grande riscontro, per il quale vorrei ringraziare tutti gli iscritti. E' in programmazione anche un magazine di approfondimento, un ottimo strumento di lavoro, che sarà distribuito su tutto il territorio nazionale».



«I due corsi di e-learning per adv stanno riscuotendo grande successo»

Alessio Rossi



Per quanto riguarda i collegamenti tra Italia e Cina, come ritenete sia l'attuale situazione? Pronta a soddisfare la domanda in costante crescita?

«Rispetto agli anni precedenti, la situazione voli è migliorata in modo determinante. I vettori hanno coperto tutte le lacune, offrendo collegamenti giornalieri tra le due città principali italiane, Roma e Milano, con le rispettive città cinesi. Gli investimenti delle compagnie sono stati un volano per la crescita della destinazione sul mercato italiano. Le compagnie aeree principali che operano sulla Cina con voli diretti sono i vettori nazionali cinesi: Air China, China Eastern e Cathay Pacific. Hanno tutte ottimi operativi con voli giornalieri su Pechino, Shanghai e Hong Kong. Inoltre molto buoni sono anche i collegamenti presso gli hub europei di China Southern. Da segnalare gli operativi di Etihad Airways».

Promozione



Lanciata la campagna "Beautiful China" per promuovere le zone del sud del Paese.

GLI SPECIALI DI TRAVEL QUOTIDIANO DIVENTANO SOCIAL



Gli Speciali di Travel Quotidiano sbarcano sui social network, in un'ottica web 2.0. Oltre ad essere pubblicati online sul sito Travelquotidiano.com, condivisi e commentati sulle pagine Facebook e Twitter della testata, ora diventano veri protagonisti di fan page costruite ad hoc per coinvolgere i segmenti trade e consumer. Un'iniziativa unica nel suo genere che "allunga la vita" agli Speciali di Travel Quotidiano, rendendoli sempre attuali e soprattutto inte-

rattivi: i contenuti possono essere commentati ed integrati da operatori turistici ed agenzie di viaggio. Travel Quotidiano ha già attivato su Facebook e Twitter alcuni canali dedicati, tra cui la fan page sulla Cina che è possibile seguire su "Speciale Cina Travel Operator Book" (Facebook) e "Speciale Cina" (@SpecialeCina - su Twitter). Un nuovo e innovativo strumento di vendita per gli agenti di viaggio. Tutti gli operatori e le agenzie sono invitati a prendere parte agli Speciali 2.0, che diventano un vero e proprio gruppo di discussione e approfondimento su destinazioni specifiche, dove informare ed essere aggiornati su proposte di viaggio dei tour operator, iniziative messe in campo dagli enti del turismo, curiosità ed immergersi nella destinazione attraverso immagini suggestive.



Facebook fan page: Speciale Cina Travel Operator Book
Twitter: Speciale Cina - @SpecialeCina

Segui Travel Quotidiano su
Facebook: www.facebook.com/Travel-QuotidianoNews
Twitter: twitter.com/TravelQuot



GENERAL SALES AGENT

We Connect the World
Code Share tra CZ & AF-KLM



COINCIDENZE DAI MAGGIORI AEROPORTI ITALIANI

✈ **Commissione 5% da BSP**

- ✈ Accettazione maggiori carte di credito
- ✈ Miglior rete domestica della Cina continentale



Voli giornalieri no-stop per Guangzhou da:
Amsterdam AMS,
Parigi CDG,
Londra LHR

Airbus A330-200 con 4 classi

- First,
- Business,
- Premium Economy,
- Economy

Voli in code-share:

- da Amsterdam a Beijing, Chengdu, Hangzhou, Shanghai e Xiamen (con KLM)

- da Parigi CDG a Guangzhou (con AF)

Canton Route
Comode coincidenze a Guangzhou per Australia, Far East e Nuova Zelanda



CHINA SOUTHERN



Speciale Cina

CHINASIA



200
Partenze
di gruppo

12
Itinerari
di viaggio

L'operatore

TELEFONO BOOKING:
06-59601499
E-MAIL:
INFO@CHINASIA.IT



Qual è l'andamento delle prenotazioni?

«L'andamento è abbastanza buono - spiega Laura Grassi, amministratore unico di Chinasia tour operator -. Nei mesi precedenti abbiamo riscontrato un buon flusso e sono partiti diversi gruppi nonostante il periodo difficile che l'Italia sta attraversando. Per luglio riscontriamo un rallentamento delle prenotazioni, mentre per agosto c'è richiesta e abbiamo già chiuso diverse date».

La novità di prodotto?

«Il continuo sviluppo in termini di miglioramento dei servizi che diamo: dai vettori, soprattutto di bandiera così si vola diretti senza scali, agli hotel 4-5 stelle ubicati in posizione centrale, ai pasti, sempre in ristoranti selezionati sia cinesi che occidentali. Insomma, curiamo il viaggio dalla A alla Z. Gli accompagnatori sono un altro punto forte di Chinasia. La maggior parte parla cinese e ha fatto un tirocinio in Cina a

livello turistico e culturale. Tutte le partenze di gruppo di agosto prevedono l'accompagnatore dall'Italia per i gruppi a partire da 12 persone, nel resto dell'anno a partire da 15. I gruppi con minimo sei partecipanti hanno invece una guida nazionale, una persona cinese che parla italiano. Due viaggi vanno per la maggiore: "Ventagli di fiori di pesco" con la cittadina di Pingyao, patrimonio Unesco e scenario del film Lanterne Rosse, e "La luna nel lago" nello Yunnan, famoso per le molte minoranze etniche che convivono con i loro usi e costumi».

Il plus

Gli accompagnatori, tutti laureati e sinologi, e la specializzazione del prodotto, oltre al rapporto qualità prezzo.

Prodotto di punta

Gli itinerari "Ventagli di fiori di pesco", "La luna nel lago" e la cosiddetta Cina classica, preferita dalle persone che per la prima volta vanno in Cina.

CHINA SOUTHERN AIRLINES



Prodotto di punta

I voli su Canton per il segmento business traveller; Pechino per il leisure turistico; Shanghai per il traffico etnico.

L'operatore

TELEFONO BOOKING:
199-118855
E-MAIL:
CHINASOUTHERN@
INTERPLANET-GSA.IT



Qual è l'andamento delle prenotazioni?

«Il trend è buono - dichiara Matteo Pomini, managing director di Interplanet, che dal 2007 è il gsa che rappresenta China Southern Airlines in Italia - e nel 2012, malgrado l'andamento negativo dell'industria del trasporto aereo, la compagnia ha registrato un +18% del fatturato. Il segmento business travel si conferma il target prioritario, seguito da quello etnico e dal leisure».

La novità di prodotto?

«China Southern serve il suo hub di Guangzhou da tre aeroporti europei: Amsterdam, Parigi Cdg e Lon-

dra Heathrow. Tutti i voli dalle capitali europee sono operati con i nuovi A330-200, configurati in quattro classi (first, business, premium economy ed economy) e dall'Italia gli avviciniamenti sono garantiti da Air France-Klm e Alitalia. Per semplificare ulteriormente i collegamenti tra l'Europa e tutte le destinazioni dell'area Asia-Pacifico la compagnia ha ottimizzato gli orari dei voli da e per l'hub di Guangzhou con proseguimento verso le mete della Canton Route: Nuova Zelanda e Australia. Inoltre, dallo scorso aprile, sono stati ottimizzati anche gli orari dei voli lungo raggio sulla Amsterdam-Beijing, il secondo hub della compagnia, dove al terminal 2 è appena stata creata l'area check-in valida per tutti i vettori dell'alleanza».

5%

Commissione garantita agli adv

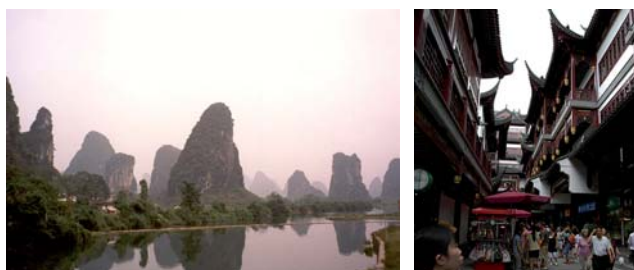
86,5 mln

Pax trasportati nel 2012

Il plus

Da 33 anni China Southern è la compagnia cinese con il network domestico più esteso (circa 120 destinazioni). Con una flotta di oltre 400 velivoli è tra i primi sei vettori al mondo per dimensioni.

VIAGGI DELL'ELEFANTE



Tailor made

Crescono le richieste per i viaggi su misura

Novità

Più viaggi di approfondimento

L'operatore

TELEFONO BOOKING:
06-60513000



Qual è l'andamento delle prenotazioni?

«L'andamento delle vendite per la Cina di Viaggi dell'Elefante in questi primi mesi dell'anno è anche per quanto riguarda il portafoglio prenotazioni è in equilibrio rispetto all'anno scorso - commenta il product manager Cina e Giappone, Alessio Colantoni -. Siamo molto soddisfatti per il volume d'affari generato dai viaggi individuali da catalogo e ancor più dalla richiesta di viaggi tailor made che caratterizzano la programmazione di Viaggi dell'Elefante».

La novità di prodotto?

«Nella programmazione Cina 2013, oltre a valorizzare la tradizione, Elefante ha voluto innovare tanto i tour di gruppo quanto quelli individuali, inserendo viaggi di approfondimento, in compagnia di accompagnatori specializzati ed esperienze di lifestyle che offrano ai visitatori un quadro più completo e stimolante delle destinazioni. Tra queste citiamo come

esempi: Cena al Cina Club; visita dell'asta dei fiori; aperitivi in locali di tendenza; brevi escursioni in bicicletta e altro ancora. Nell'ampia e completa programmazione Cina di Elefante si evidenziano anche gli itinerari dedicati alle più importanti città del Paese collegate tra loro con treni modernissimi e superveloci. Vengono approfonditi gli itinerari nello Yunnan, anche in occasione di speciali eventi, come il Sisters' Meal Festival. Vengono lanciati nuovi tour come "Meraviglie del Nord"».

Il plus

Prodotto selezionato e controllo diretto della qualità; ricerca continua e diretta da parte della sede di alberghi, ristoranti ed escursioni; ufficio Viaggi dell'Elefante a Pechino; accompagnatore dall'Italia: persone di grande esperienza e cultura; guide selezionate direttamente dall'ufficio in loco.



Maritim Hotel business & relax anche in Cina...

...il nuovo **MARITIM** Hotel Shenyang, nel centro culturale e industriale della Cina si affianca al **MARITIM** Hotel Wuhu. Centro congressi che ospita fino a 1.400 persone, fitness center, wellness area, ristoranti, bar per un soggiorno curato in tutti i dettagli.

Amburgo · Berlino · Bonn · Braunlage · Brema · Colonia
Darmstadt · Dresden · Dusseldorf · Francoforte · Fulda · Gelsenkirchen
Halle/Saale · Hannover · Heringsdorf/Usedom · Bad Homburg · Kiel Koeningwinter
Magdeburg · Mannheim · Monaco · Norimberga · Bad Salzflufen · Bad Sassendorf
Schmallenberg · Stoccarda · Timmendorfer Strand · Titisee · Travemuende
Ulm · Bad Wildungen · Wuerzburg · Cina · Egitto · Malta · Mauritius
Lettonia/Riga · Spagna · Turchia

MARITIM Hotels · Ufficio vendite Italia
Via Mauro Macchi 63 · 20124 Milano/Italia
Phone +39 02 67 02 01 29 · Fax +39 02 67 49 36 30
sales.it@maritim.com · www.maritim.com

CINA



*Alberghi di 1a Superiore e Lusso
 Pensione completa con pasti occidentali
 Guide e accompagnatori italiani*

200 PARTENZE DI GRUPPO E VIAGGI INDIVIDUALI

MARCO POLO

PECHINO | XI'AN | SHANGHAI
 9 GIORNI / 6 NOTTI
 6/4 13/4 20/4 27/4 4/5 18/5
 25/5 1/6 15/6 29/6 6/7 13/7
 20/7 27/7 3/8 10/8 17/8 24/8
 31/8 7/9 14/9 21/9 28/9 12/10
 26/10 2/11 9/11 23/11 27/12
 18/12 8/2 22/2 1/3 15/3 29/3
QUOTE DA EURO 1.340

CANALI E GIARDINI

PECHINO | XI'AN |
 GUILIN | NANCHINO |
 SUZHOU | SHANGHAI
 HONG KONG
 14 GIORNI / 11 NOTTI
 29/4 27/5 17/6 15/7 5/8 12/8
 9/9 21/10 26/12 24/3
QUOTE DA EURO 2.960

PRISMA DI GIADA

PECHINO | XI'AN | GUILIN | SHANGHAI
 11 GIORNI / 8 NOTTI
 8/4 15/4 23/4 29/4 6/5 13/5
 20/5 27/5 10/6 24/6 1/7 8/7
 15/7 22/7 29/7 5/8 12/8 19/8
 26/8 2/9 9/9 16/9 23/9 7/10
 14/10 21/10 28/10 4/11 25/11
 26/12 3/2 3/3 17/3 24/3
QUOTE DA EURO 1.580

CLASSICI RIVISITATI

SHANGHAI | HANGZHOU | NANCHINO |
 SUZHOU | GUILIN | XI'AN | PECHINO
 15 GIORNI / 13 NOTTI
 8/4 12/4 27/4 11/5 1/6 22/6
 29/6 6/7 13/7 20/7 27/7 3/8 8/8
 17/8 24/8 31/8 7/9 28/7 12/10
 26/10 16/11 22/12 15/3
QUOTE DA EURO 2.170

FIORI E SCULTURE

PECHINO | XI'AN | CHENGDU | LESHAN |
 EMEISHAN | DAZU | CHONGQING |
 KUNMING | GUILIN | SHANGHAI
 19 GIORNI / 16 NOTTI
 2/7 9/7 6/8 3/9
QUOTE DA EURO 2.990

CORNICE DELLA STORIA

PECHINO | NANCHINO | SUZHOU |
 SHANGHAI | GUILIN | XI'AN |
 15 GIORNI / 13 NOTTI
 14/4 21/4 5/5 26/5 9/6 16/6
 30/6 14/7 28/7 4/8 11/8 18/8
 1/9 15/9 6/10 20/10 17/11 22/12
 19/1 23/2 16/3
QUOTE DA EURO 2.220

UNIVERSO DI COLORI

SHANGHAI | HANGZHOU | SUZHOU |
 NANCHINO | XI'AN | PECHINO |
 15 GIORNI / 13 NOTTI
 1/4 14/4 22/4 6/5 27/5 10/6
 17/6 30/6 14/7 28/7 5/8 12/8
 19/8 1/9 15/9 6/10 20/10
QUOTE DA EURO 2.120

LA VIA DELLA SETA

SHANGHAI | XI'AN | LANZHOU |
 BINLINGSI | DUNHUANG | TURFAN |
 URUMQI | KASHGAR | PECHINO
 18 GIORNI / 16 NOTTI
 6/8 20/8
QUOTE DA EURO 4.260

LA LUNA NEL LAGO

PECHINO | XI'AN | CHENGDU | EMEISHAN
 LIJIANG | DALI | KUNMING | GUILIN |
 SHANGHAI
 19 GIORNI / 17 NOTTI
 31/5 28/6 26/7 2/8 9/8 30/8
QUOTE DA EURO 3.160

VENTAGLI DI FIORI DI PESCO

PECHINO | TAIYUAN | PING YAO | XI'AN |
 HANGZHOU | SUZHOU | SHANGHAI
 14 GIORNI / 11 NOTTI
 3/4 17/4 1/5 8/5 22/5 5/6 12/6
 3/7 10/7 17/7 24/7 31/7 7/8
 14/8 21/8 28/8 4/9 18/9 2/10
 23/10 25/12 26/2 12/3 26/3
QUOTE DA EURO 2.030

LA TERRA DEI LAMA

SHANGHAI | CHENGDU | LESHAN | EMEI-
 SHAN | LHASA | GYANTZE | XIGATZE |
 XI'AN | PECHINO
 20 GIORNI / 18 NOTTI
 1/8 8/8
QUOTE DA EURO 4.720

GERMOGLI DI PRUGNO

SHANGHAI | HANGZHOU | NANCHINO |
 PECHINO | XI'AN | GUILIN | HONG KONG
 15 GIORNI / 13 NOTTI
 7/6 28/6 5/7 12/7 26/7 2/8 9/8
 16/8 30/8 13/9 4/10
QUOTE DA EURO 2.970

In collaborazione con Ufficio Nazionale del Turismo Cinese



华亚旅行社
CHINASIA
 TOUR OPERATOR

Speciale Cina

MISTRAL TOUR



Hunan

Novità insieme al Dongbei

Cina in libertà

Grande aumento delle proposte

L'operatore

TELEFONO BOOKING:
0112293148



Qual è l'andamento delle prenotazioni?

«La nostra Cina è in continua crescita, infatti è un paese vario ed emozionante, che colpisce per i suoi contrasti e la sua magia - spiega Michele Serra, product manager Cina di Mistral Tour -: non a caso da 37 anni rappresenta il cuore pulsante e il fiore all'occhiello della programmazione Mistral. La crescita della meta si lega anche alle offerte delle compagnie aeree, che hanno aumentato di molto la capacità creando i presupposti per lanciare ottime offerte e nuovi itinerari che hanno arricchito la nostra programmazione».

La novità di prodotto?

«Il catalogo viene rinnovato ogni anno, grazie ad un'attenta analisi della richiesta della clientela e delle novità di prodotto che arrivano dal paese. Nei tour abbiamo inserito nuovi tesori come il villaggio tradizionale di Wuzhen. Sempre più ricca invece la sezione dei tesori nascosti. Grande

novità sono lo Hunan, quello che abbiamo chiamato il Pianeta di Avatar (il paesaggio assomiglia in modo impressionante al mondo del film) e il Dongbei, la parte più segreta della Manciuria. Quest'anno in particolare abbiamo aumentato i nostri tour su base esclusiva ma soprattutto abbiamo arricchito molto la sezione della Cina in libertà dedicata ai viaggiatori esperti. Noi prenotiamo i servizi essenziali e lasciamo la possibilità ai clienti di gestirsi le visite in libertà eventualmente anche in collaborazione con i nostri uffici locali».

Il plus

Tour di gruppo in esclusiva, partenze sempre garantite ogni settimana, minimo due persone; primo tour italiano ad aprire un proprio ufficio a Pechino, con personale in lingua italiana; guide locali in lingua italiana per i gruppi.

Prodotto di punta

Oltre ai nostri tour di gruppo, l'itinerario Cina d'autore che ogni anno rinnoviamo e miglioriamo. Tour individuale di 16 giorni per scoprire la vera Cina.

MARITIM HOTELS



Prodotto di punta

Il Maritim Hotel Wuhu, con oltre 600 camere, si conferma meta preferita da numerose aziende internazionali per i loro viaggi d'affari.

L'operatore

TELEFONO BOOKING:
02-67020129
E-MAIL:
LUSALA.SIT@MARITIM.DE



Qual è l'andamento delle prenotazioni?

«I primi mesi dell'anno confermano un momento piuttosto difficile per le prenotazioni con una contenuta flessione sul periodo precedente - dichiara Emanuele Crosta, sales manager Italy di Maritim Hotels -. Tra le destinazioni, si conferma al primo posto Berlino, dove abbiamo il ProArte e i Berlin per un totale di circa mille camere. Seguono Francoforte, Halle, Hannover e Colonia (che è appena stato ristrutturato) e Monaco. Quest'anno cercheremo poi di far conoscere le città anseatiche e il nord Germania con pacchetti e offerte dedicati: si tratta di

ottime mete sia dal punto di vista culturale che paesaggistico ancora poco conosciute dal turista italiano».

La novità di prodotto?

«In Cina prosegue l'espansione di Maritim Hotels: la prossima apertura sarà il nuovo Maritim Hotel Changzhou, che si affianca al 5 stelle Maritim Hotel Shenyang, situato a Yuhong, nella regione considerata il centro culturale e industriale più importante del Nord-est del Paese. Il Maritim Hotel Shenyang ha recentemente ricevuto un prestigioso riconoscimento dal governo cinese locale indicandolo l'hotel preferito per chi visita la regione per motivi di business con i funzionari locali. Si tratta di un'elegante struttura cinque stelle con 631 camere e suite ampie e lussuosamente arredate, sale conferenze per un massimo di 1.400 persone diversi bar, ristoranti e zone ricreative».

631

Camere Maritim Hotel Shenyang

Aperture

In arrivo il Maritim Hotel Changzhou

Il plus

Il Maritim Hotel Shenyang, hotel preferito per chi visita la regione per motivi di business con i funzionari locali: è l'unico hotel nel nord-est della Cina con tale accreditamento.

PER SAPERNE DI PIU'...

La destinazione Cina è stata rilanciata «dalla nuova Chiariva tre anni fa e ha chiuso il 2012 con circa 200 passeggeri prenotati - spiega Lorenza Oselin, direttore commerciale -. Il 2013 è iniziato bene, con richieste costanti che ci fanno sperare di consolidare questi numeri. Il catalogo riporta le 2 destinazioni Cina e Giappone e la versione web è stata allargata con alcuni ulteriori itinerari rispetto a quella cartacea. Proponiamo tour di gruppo con partenze garantite (minimo 2 partecipanti) ogni settimana - prosegue Oselin - con diversi itinerari. I prezzi sono ottimi e ottimo è il rapporto con la qualità dei servizi. Sono compresi l'accompagnatore locale per tutto il viaggio parlante italiano, i pasti e le visite ed escursioni; questo significa che il viaggio è già tutto pagato e restano escluse solo le mance e gli extra personali. Il tour base di 9 giorni lo proponiamo da 950 euro+volò intercontinentale che viene quotato di volta in volta con le migliori tariffe disponibili. Vengono richieste spesso estensioni che possono essere minitour individuali (ma pur sempre accompagnati dalla guida che parla italiano) o soggiorni mare: Hainan, Thailandia o Dubai».



Prenotazioni sulla Cina ancora poco dinamiche per **Columbia Turismo**: «Dal 2008, anno dei Giochi Olimpici, non c'è stata ripresa - dice Antonfranco Tamasco, direttore commerciale -. Spesso infatti i grandi eventi frenano il turismo al momento, ma poi rappresentano un volano pubblicitario per gli anni a venire: in Cina non è stato così. L'Expo di Shanghai del 2010 ha contribuito all'aumento dei prezzi e la crisi economica generale fa preferire viaggi di breve durata e meno impegnativi. Per il 2013 non ci aspettiamo quindi crescita. I tour su cui puntiamo sono i classici che rappresentano oltre l'80% della richiesta. Quest'anno inoltre abbiamo introdotto due novità significative: l'itinerario "Camelia" dedicato ai luoghi che hanno visto svilupparsi l'esperienza del Confucianesimo, e il "Ninfea", incentrato sul monastero di Shaolin. L'offerta si completa con la crociera sullo Yangtze, un itinerario in Tibet e ancora nello Xinjiang lungo "La Via della Seta"».

Forte aumento «fra gli "absolute beginners" che si recano in Cina per la prima volta e che tendono a toccare le destinazioni più consuete - racconta Arianna Pradella, direttore commerciale **Experience Travel Team**, di cui **Utat Viaggi** fa parte - Buona parte di questi primi visitatori si trasformano poi in repeater che richiedono itinerari sempre più originali e con proposte specifiche. Il nostro nuovo catalogo Cina 2013 prevede 4 tipologie di programmi: partenze garantite sempre, con guida parlante italiano e nessun minimo richiesto; estensioni tematiche per la personalizzazione del viaggio; tour classici per minimo 10 partecipanti; i viaggi firmati Utat, cioè i nostri itinerari speciali. In quest'ultima sezione abbiamo aggiunto tour specifici in Sichuan, abbi-



namenti Sichuan + Yunnan o Sichuan + Tibet, e dei programmi dedicati alle Città sull'Acqua meno consuete, che ripercorrono viaggi ed esplorazioni di Marco Polo».

L'andamento delle prenotazioni sulla Cina «è stato positivo durante la scorsa stagione invernale - conferma Barbara Paganoni, tour operator manager di **Hotelplan Italia** -. Abbiamo totalizzato un incremento del 21% circa sul fronte dei passeggeri, che si è tradotto in un fatturato in crescita del 19%. Questo risultato, in parte dovuto al contenimento dei prezzi che siamo riusciti a operare in sinergia con i partner, dovrebbe proseguire anche in estate, anche se è ancora presto per fare previsioni. L'obiettivo è comunque quello di totalizzare nel 2013 circa mille passeggeri. Fra le novità del catalogo annuale, valido fino al marzo 2014, tanti tour inediti, come "Giardini cinesi". La programmazione dei tour, che copre il 90% del traffico, è ancor più ricca grazie alla possibilità di modulare e intrecciare fra loro i diversi percorsi, con tappe e visite ad hoc. La maggior parte dei tour è disponibile a partire da due persone parteci-

Nuovi itinerari per una destinazione di sicuro appeal, anche se «l'andamento attuale del booking è rallentato rispetto allo stesso periodo del 2012, in particolare per effetto del traffico gruppi - afferma Claudio Asborno, responsabile Asia **Kuoni Best Tours Italia spa** -. Confidiamo in un recupero in prospettiva estate e grazie all'interesse sulla destinazione, che è comunque crescente. Con l'ingresso del Gruppo Alessandro Rosso il legame con la Cina si sta rafforzando molto. Quest'anno abbiamo lanciato 2 nuovi tour con partenze settimanali garantite con guida in italiano, "I tesori della Cina" e "I giardini del Mandarino", che arricchiscono l'offerta di Kuoni in questa tipologia di prodotto molto richiesta (anche per il rapporto qualità-prezzo che assicura) e che fotografano una Cina più originale, grazie alle opzioni di Pingyao e Taiyuan (Tesori) e di Suzhou e Tongli (Giardini). Presto ne parleremo sul ns blog www.kuoni.it/blog».

La Cina è una delle destinazioni verso le quali **Il Tucano Viaggi Ricerca** «sta investendo molte risorse - dicono dalla direzione del tour -. L'andamento delle vendite è in forte crescita. La Cina rappresenta oggi il 10% del fatturato totale del tour e l'obiettivo per fine 2013 è l'aumento di circa 4-5 punti percentuali. La destinazione è inclusa nel catalogo online "Asia: vicino Oriente, Asia Centrale e Cina" e occupa buona parte del catalogo online "Tutto il mondo Tucano - Viaggi per gruppi con accompagnatore" dove sono presentate tutte le partenze di gruppo per il 2013. Il Tucano ha avviato anche una collaborazione con il Museo d'arte orientale di Torino, con il quale sono stati identificati numerosi itinerari dall'alto valore culturale ("I viaggi del Mao" sotto la voce viaggi a tema su www.tucanoviaggi.com)».



VIAGGI DELL'ELEFANTE

T O U R O P E R A T O R

Cina Speciale

Le nostre partenze estive 2013

Viaggio	Partenze	Prezzo p.p.
TUTTO CINA 11 giorni	12 Luglio* / 4 Agosto* / 11 Agosto*	da € 1.890
CINA IMPERIALE E HONG KONG 16 giorni	4 Agosto / 9 Agosto*	da € 3.600
MERAVIGLIE DEL NORD: PALAZZI E PAGODE 14 giorni	17 Agosto	€ 2.500
NEPAL E TIBET 14 giorni	17 Agosto*	€ 3.800

**PARTENZE GARANTITE*

I prezzi si intendono a persona in camera doppia. Non sono inclusi: tasse aeroportuali, il visto e il contributo gestione pratiche assicurative.

È INIZIATO IL NUOVO CORSO E-LEARNING

Beautiful China



BEAUTIFUL CHINA è il nuovo corso e-learning dedicato agli agenti di viaggio, il terzo realizzato dall'Ufficio Nazionale del Turismo Cinese. È uno strumento utile, divertente e semplice per conoscere la Cina e le Province del Sud. Seguendo il corso, gli Agenti potranno accrescere la loro professionalità e offrire così ai propri clienti tutto il sapere sulla destinazione.

Il corso si articola in 7 sessioni, alcune dedicate alle Province meridionali di **Yunnan**, **Sichuan**, **Guizhou** e la città di **Chongqing**. Inoltre, per tre agenti di viaggio che concluderanno il corso ci sarà la possibilità di partecipare ad un **indimenticabile viaggio in Cina**, nello **Yunnan**.

Informazioni e iscrizioni su
www.advcina.it



UFFICIO NAZIONALE DEL TURISMO CINESE