

A Milano prova generale per i t.o. incoming impegnati sul fronte Expo

L'anno delle expovaccanze

I trend 2015: tour a tema, focus sull'Asia e prodotti personalizzati

INCOMING PARTNERS

Pad. 11 - St. K14

Percorsi a tema e focus sul cibo



Michele Mondolfo

«Il nostro stand è proprio al fianco di quello di Expo Milano 2015. Abbiamo in programma numerosi incontri con i buyer internazionali e con tutte le agenzie di viaggi che vorranno approfondire i nostri prodotti, in particolare quelli legati all'evento», **Michele Mondolfo**, titolare di Incoming Partners. Le proposte del t.o. sono declinate su tutto il territorio italiano con percorsi tematici specializzati, che mirano a soddisfare gli interessi delle nicchie di mercato.

«La nostra programmazione per l'Expo è davvero completa – commenta – Siamo rivenditori autorizzati da mesi e da questa posizione offriamo pacchetti tematici principalmente per gruppi. Decliniamo il tema dell'Esposizione per turisti, curiosi, appassionati di enogastronomia, della filiera agroalimentare. Offriamo servizi logistici agli espositori e organizziamo missioni per delegazioni politiche e imprenditoriali italiane ed estere».

pori e motori.

Una delle novità più interessanti del 2015 è il tour *Discover Ferrari and Pavarotti land*. Si tratta di un sistema di bus che ogni giorno, dal 4 aprile al 31 ottobre, collegherà i principali luoghi turistici dei comuni di Modena, Maranello, Sassuolo, Carpi, Nonantola facendo tappa al Museo Enzo Ferrari di Modena, al Museo Ferrari di Maranello, alla Casa Museo di Luciano Pavarotti, al Duomo di Modena (sito Unesco) e in aziende di eccellenza agroalimentare. «A questo – precisa Soffici – abbineremo pacchetti turistici con soggiorno a Modena e dintorni anche in abbinamento alla visita all'Expo 2015».

FRIGERIO VIAGGI

Pad. 11 - St. B01-D08

Offerte targettizzate e 'gift card'

Le sinergie tra Expo 2015 e il turismo sono il cuore delle proposte di Frigerio Viaggi: dalla semplice rivendita dei biglietti alla gestione di tutto ciò che è legato alle accommodations, ai trasferimenti e agli eventi. «Abbiamo colto questa grande opportunità – racconta **Simone Frigerio**, direttore commerciale del Gruppo – con offerte dedicate a target differenti: individuali, cral, aziende e incoming. I nostri pacchetti abbinano l'ingresso all'Expo a tour in Italia, con itinerari da 1 a 8 giorni, suddivisi per aree tematiche: Food & Wine, Fashion & Design, Art & Culture, Nature & Beauty, Sport & Adventure. Per raggiungere il



na, San Gimignano e Pienza. «La Bit serve soprattutto a incontrare gli acquirenti dall'estero – conclude Bertelli – Quest'anno, visto l'Expo, ce ne aspettiamo molti di più».

ZANI VIAGGI

Pad. 11 - St. B01-D08

Arriva il The Milan Pass

Le proposte di Zani Viaggi, presente nello stand della Regione Lombardia, si concentrano su target diversi. *Liviano* si rivolge al turista straniero, con guide parlanti inglese, spagnolo, portoghese alla scoperta delle bellezze di Milano e dei territori vicini; *Shopping tours* per fare compere nei migliori outlet; e una programmazione *Fuoriporta* per gli italiani.

Per l'Expo vengono presentati i nuovi tour come *Lugano* e uno speciale per gli amanti del calcio *Football lovers tours*. «La scommessa – annuncia **Marilena Zani**, ceo di Zani Viaggi – è di trasformare la visita del turista all'Expo, in un'opportunità di conoscere Milano, la Lombardia e i territori vicini. Proponiamo *The Milan Pass*, che include il biglietto per l'Esposizione. Il City



Marilena Zani