

ViaMilanoParking  
Official Airport Parking

**P**

Il parcheggio che conviene è dentro l'aeroporto.

Ricopri tutte le novità a te dedicate.

Verifica il tuo status

network dell'informazione turistica

# agenzia di viaggi

F O N D A T A N E L 1 9 6 5

1965-2015  
50  
anniversario

giovedì 30 ottobre alle ore 14:30 webinar  
"Azemar, l'Oceano Indiano come vuoi tu!" su [travelidentity.com](http://travelidentity.com) ISCRIVITI

ViaMilanoParking  
Official Airport Parking

**P**

Il parcheggio che conviene è dentro l'aeroporto.

Ricopri tutte le novità a te dedicate.

Verifica il tuo status

Anno XLX - N. 32 - mercoledì 29 ottobre 2014 • Prezzo di copertina € 2,50 - Copie arretrate € 5 - [www.lagenziadiviaggi.it](http://www.lagenziadiviaggi.it) - POSTE ITALIANE SpA - Sped. in abbonamento postale - DL 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46) Art. 1 comma 1, DCB ROMA Redazione, Amministrazione e Pubblicità diretta: 00193 Roma Via Tacito, 74 Tel. 06.32600149 • Fax 06.32600168 • Milano: Tel. 02.36522784 • Fax 02.36522954 • Numero Verde 800.882203. A diffusione nazionale: Nord 51%, Centro 26,6%, Sud ed isole 22,4%

**2 FIERE**  
Mitt: L'Agenzia di Viaggi parla russo



**8 VENETO**  
Thermae Abano Montegrotto



**14 IN VIAGGIO**  
Costa Rica con 'mucho gusto'



**SPECIALE WTM 2014**  
FOCUS NEVE

## ANTEPRIMA

### Costa: «Un marchio pieno di gusto italiano»

Mentre arriva la nuova Costa Diadema è pronta la campagna che riposiziona il marchio, e rilancia sulla sua italianità. Ce lo ha spiegato Norbert Stokema, executive vp sales & marketing, il quale tra l'altro oppone argomenti concreti alle agenzie che accusano Costa di disintermediare. > a pag. 10

### «India for You» su [lagenziadiviaggi.it](http://lagenziadiviaggi.it)

Si chiama India for You la brochure sfogliabile online dedicata all'India (dal 29 ottobre il link sarà su [www.lagenziadiviaggi.it](http://www.lagenziadiviaggi.it)): 16 pagine, realizzata in collaborazione con India Tourism Milan. Che l'Italia ami l'India lo confermano i dati, aggiornati al 2012: 100mila arrivi l'anno, con in crescita del 3-5% l'anno. > a pag. 2

### TDLab in 30 punti: sarà rivoluzione?

TDLab, il laboratorio del turismo digitale voluto dal ministro Franceschini, ha pronto un piano per il rilancio che prescrive 30 azioni concrete su tre aree di intervento: interoperabilità e big data; sviluppo digitale; promozione e commercializzazione. > a pag. 15

In cattedra Google e Yahoo! e i responsabili travel di Facebook e Twitter

## Al Wtm i signori del web

Oltre 5mila espositori, tra le new entry l'Arabia Saudita

Tecnologia mobile, motori di ricerca e social network al centro del World Travel Market, dal 3 al 6 novembre all'ExCeL di Londra. In campo i top manager di Google e Yahoo!, i responsabili travel di Twitter e Facebook, i boss di BuzzFeed e Airbnb. Tra le novità anche la sezione Women in Travel su donne e turismo.

La fiera compie 35 anni e li festeggia con il colorato Wtm Festival, il 5 novembre dalle 18 alle 20. > da pag. 4



Lo Shard di Londra disegnato dall'architetto italiano Renzo Piano

Dalle 'Terre di Piero della Francesca' ai tour sul food per Expo 2015

## L'Italia che piace agli inglesi

L'Enit torna al Wtm con uno stand di oltre 1.200 mq e 19 spazi personalizzati Club Italia. Tra gli espositori tredici Regioni: in prima fila il Piemonte con le Langhe, nuovo sito Unesco, e la rete "Terre di Piero della Francesca". In una serata alla Tate Modern, Trenitalia



presenta agli inglesi il nuovo e fiammante Frecciarossa

sa 1000. Nel frattempo, sul floor di ExCeL sfilano le offerte dei t.o. incoming per l'Expo 2015 di Milano: nuovi itinerari legati al cibo da Gartour e Incoming Partners. Ma c'è anche Carrani Tours che presenta il nuovo brand up level "Signature Collection". > a pag. 6

## PRODOTTO

### L'inverno sulla neve, formato famiglia

Torna a Modena dal 30 ottobre al 2 novembre Skipass, il Salone del turismo, degli sport invernali e del freestyle, alla XXI edizione, e dà il via alla stagione presentando novità ed eventi di stazioni e comprensori sciistici, hotel e impianti, snowpark, rifugi e tour operator specializzati, italiani e stranieri. Per l'occasione segnaliamo alcune chicche di prodotto, in Italia, Svizzera, Austria, sui Balcani e perfino ad Andorra: attra-



zioni e proposte di hotel e villaggi, tutti assolutamente concentrati sulle famiglie, spesso con proposte molto invitanti.

> a pag. 12 e 13

## COFANETTI

### Emozione3, innovazione da regalo

Emozione3, il cofanetto regalo tutto e solo italiano di Wish Days, porta in agenzia i nuovi titoli dedicati alle raffinate Terme di QC, con proposte di benessere per due, e le Notti Incantate in Umbria e Toscana, prezzo medio ma solo strutture tipiche, e di valore. Così Emozione3 alza il tiro: «Sostanzialmente rinnoviamo il prodotto - ci ha spiegato Cristina Pozzi, dg di Wish Days - rivolgendoci a una fascia di

mercato più esigente». Ma c'è innovazione anche nell'accordo appena concluso con Trenitalia, che offre tariffe convenienti per raggiungere le mete del cofanetto Emozione3. E che contribuirà al risultato del 2014, che si avvia a chiudere con 450mila clienti, valore medio della vendita intorno agli 80 euro per circa 12 milioni di fatturato intermedio dalle agenzie, su un totale di 40 milioni. > a pag. 10

Tredici regioni nello stand Enit: focus sulle Langhe sito Unesco e le 'Terre di Piero'

# L'Italia che piace agli inglesi

I t.o. incoming pronti per l'Expo 2015 con nuovi tour legati al food

## In nome di Expo

Nella rosa degli authorized reseller di Expo 2015 c'è anche Incoming Partners, presente al Wtm nello stand della Lombardia per promuovere itinerari Food in art, che coniugano cibo e arti visive, e Food culture, che documentano gli aspetti storici, culturali, sociali ed economici dell'alimentazione. Tra le tappe dei tour, che possono anche essere declinati in modalità gaming per gli incentive: opere d'arte e musei legati all'alimentazione e all'agri-

coltura, atelier di industrial design, botteghe e locali storici, paesaggi modellati dall'uomo per le attività agricole. «Desideriamo contribuire con la nostra conoscenza del territorio a fare di Expo Milano 2015 un'esperienza indimenticabile per i visitatori e un momento di crescita per il turismo italiano», afferma il titolare del t.o. Michele Mondolfo.



Michele Mondolfo

I creativi di Easyweek.it

(agenzia di viaggi)