

R A S S E G N A   S T A M P A

*Gennaio - Giugno*  
**2019**

## Sommario Rassegna Stampa

<b>Pagina</b>	<b>Testata</b>	<b>Data</b>	<b>Titolo</b>	<b>Pag.</b>
	<b>Rubrica</b>			
	<b>Veratour</b>			
19	MF - Milano Finanza	09/01/2019	<i>SE IL MARE CHIAMA... ZANZIBAR RISPONDE (L.Roma)</i>	2
	Panorama.it	17/01/2019	<i>ZANZIBAR, LA SCELTA "COOL" PER L'INVERNO AL MARE</i>	3
	Vanityfair.it	14/01/2019	<i>A MARSА MATRUH E EL ALAMEIN: VACANZE IN EGITTO SI' O NO?</i>	4
	Traveltradecaribbean.com	04/01/2019	<i>TTC SPECIAL: ITALIAN TOURISM REDISCOVERS THE CARIBBEAN</i>	8

VIAGGI

## Se il mare chiama... Zanzibar risponde

Settimana bianca o al mare? Se la scelta cade sulla seconda ipotesi, Zanzibar è la meta ideale. Veratour propone un resort con eleganti bungalow in stile etnico, che si affaccia sulla bianchissima spiaggia di Kiwengwa. I ristoranti del resort propongono specialità dell'isola e piatti della cucina italiana. Nella struttura è presente un miniclub dove i bambini possono praticare vari sport ma anche gli adulti possono scegliere tra windsurf, canoa, tiro con l'arco, beach tennis, beach soccer, beach volley, acquagym...



Gli ospiti alla ricerca del relax possono farsi coccolare nel centro benessere Ibiscus, mentre per scoprire le attrattive dell'isola sono previste escursioni a Zanzibar Town e safari fotografici nella savana. Per partenze a febbraio, soggiorno di 7 notti all inclusive al Veraclub Zanzibar Village, comprensivo di trasferimenti e volo a/r, 1.580 euro a persona. Info: [www.veratour.it](http://www.veratour.it) **Lorenza Roma**

MI PERSONAL - MOTORVEICOLI

**AFFIDABILITÀ TUCSON**  
Nuovo motore e 5 anni di garanzia

Verano, il valore che si ripropone

**Hakari, Fininvest e una festa**

**Se il mare chiama... Zanzibar risponde**

VIAGGI



## ZANZIBAR, LA SCELTA "COOL" PER L'INVERNO AL MARE

Grande successo anche nelle recenti vacanze natalizie per l'isola al largo della Tanzania

Zanzibar si riconferma la regina dell'inverno per le vacanze al mare. L'isola dell'Oceano Indiano situata al largo delle coste della Tanzania è una delle mete più apprezzate dai viaggiatori italiani. Anche quest'anno ha fatto registrare afflussi record con il tutto esaurito per le vacanze natalizie e resterà tra le destinazioni più gettonate per tutto il resto della stagione. Secondo il Centro Studi **Veratour** nel periodo da Novembre 2018 ad aprile 2019, farà segnare un complessivo **+8%** rispetto all'anno precedente in termini di volumi. Un risultato eccezionale dati i livelli già altissimi della scorsa stagione. Insomma si può dire che Zanzibar sia ormai a pieno titolo uno di quei posti da visitare assolutamente almeno una volta nella vita. La fama e la crescita degli ultimi anni è più che meritata. Crocevia di natura, storia e spiagge paradisiache, Zanzibar rappresenta la vacanza perfetta per alternare mare ed escursioni.

La città principale anch'essa chiamata Zanzibar (o Stone Town) è ricca di testimonianze architettoniche e storiche della cultura swahili, è stata dichiarata patrimonio dell'umanità UNESCO Zanzibar fu anche un luogo centrale del commercio di schiavi dell'Est dell'Africa, nonché della via delle spezie. Ancora oggi una parte significativa della sua economia si basa sulla produzione di chiodi di garofano, noce moscata, cannella, pepe e zenzero. Il piatto forte di Zanzibar sono sicuramente le spiagge. Grazie a una superficie molto estesa vanta una varietà di panorami unica: le spiagge bianche dal sapore maldiviano sono sicuramente le più apprezzate dal turista. Una delle gite più richieste è infatti quella all'isola di Nakupenda, una lingua di terra a una quarantina di chilometri dalla costa totalmente disabitata e senza vegetazione. Un lembo di sabbia strappato al mare dalle maree che ne fanno variare le dimensioni a seconda della luna. Oltre allo splendido mare, Zanzibar permette di apprezzare appieno il sapore più tradizionale dell'Africa. I caratteristici villaggi che sorgono abbarbicati alle strade principali sono costituiti per la maggior parte da case di fango; fatto salvo per le arterie principali che tagliano l'isola, le strade non sono asfaltate e l'economia locale è affidata alle coltivazioni e a improvvisate bancarelle. Considerata un piccolo paradiso dal punto di vista naturalistico negli ultimi anni ha visto crescere di molto l'arrivo di turisti stranieri. **Veratour** ha sull'isola due villaggi: il **Veraclub Zanzibar Village** a Kiwengwa e il **Veraclub Sunset Beach** a Nungwi entrambi nella categoria Atmospha Collection, linea dedicata a chi cerca un ambiente rilassante, curato nei particolari e con molta attenzione alla privacy e alla tranquillità.



I PIU VISTI

- NEWS
- SPORT
- LIFESTYLE
- PANORAMATV: MOTORI
- ICON
- CURIOSITÀ
- PANORAMA D'ITALIA





NOVITÀ

Viaggiare sicuri: l'elenco della Farnesina con i Paesi sconsigliat...



VACANZE

Finis terrae, viaggi alla fine del mondo



VACANZE

10 luoghi dove non è mai inverno

TRAVELLER , VACANZE

# A Marsa Matruh e El Alamein: vacanze in Egitto sì o no?

14 JAN, 2019

di ANTONIO LEGGIERI



La terra dei Faraoni sta lentamente tornando ad essere una delle mete desiderate dal turismo italiano. Ma è bene andarci? Siamo stati sul Mediterraneo africano, dove il turismo si fa «scortati», per toccare con mano la situazione attuale



All'aeroporto di **Marsa Matruh** bisogna tenere tutti i documenti personali e di viaggio bene in vista, per favorire i controlli del personale di sicurezza. A ogni angolo ci sono metal detector pronti a scansionare qualunque cosa gli passi accanto e autoctoni con addosso abiti neri dozzinali, autorizzati a ispezionare a fondo ogni valigia. Non è un caso che per la **sicurezza aeroportuale** l'Egitto abbia negli ultimi anni speso qualcosa come 60 milioni di euro: il che spiega anche l'affiancamento di **caccia militari** ad alcuni voli turistici.

La base di partenza di questo viaggio in Egitto è proprio Marsa Matruh, capoluogo del governatorato più grande del Paese. La città, l'ultimo centro abitato prima del confine libico, è **separata dal Sahara dalla lunghissima strada 40**, una lingua di asfalto bollente che divide la zona accessibile – le decine di chilometri di costa cementificati con un numero imprecisato, in continuo divenire, di villaggi turistici – da quella che è bene considerare *off-limits*. Diciamolo subito, soprattutto per i cuori più impavidi: è «vivamente sconsigliato» entrare nelle regioni desertiche egiziane in questo delicato momento storico anche se si è esperti, anche se si viaggia con una guida locale, anche se è forte la tentazione di raggiungere la non lontanissima **Oasi di Siwa**, uno degli **ultimi baluardi del popolo berbero**. Il motivo è semplice: nessuno (o quasi) sarà in grado di **garantire la vostra incolumità** se vi allontanate troppo dalla costa e vi avventurate nell'entroterra.

#### LEGGI ANCHE

[Viaggiare sicuri: l'elenco della Farnesina con i Paesi da evitare](#)

Restiamo sulla costa, dunque. Il tratto di **Mediterraneo africano** che va da Marsa Matruh a El Alamein è un tratto di acque dai riflessi turchesi, che guizzano su banchi di **sabbia sottilissima e setosa**. Oggettivamente bellissimo. A ridosso di queste acque, nell'Almaza Bay, spunta l'arabeggiante **Jaz Oriental Resort** di **Veratour**, protagonista di una stagione da tutto esaurito che alcuni addetti ai lavori hanno etichettato come la conferma della rinascita turistica della terra dei Faraoni. Tra questa folta schiera di ottimisti c'è **Stefano Pompili**, direttore generale del tour operator romano, che ha definito il 2018 «l'anno del rilancio dell'Egitto, dopo le fortissime battute d'arresto provocate dal terrorismo. Tutta l'area ha fatto registrare per noi una crescita del 120%, ponendo le basi per l'apertura di tre nuove strutture in Nord Africa». Si tratta del **Veraclub Utopia e del Montemare** – che saranno inaugurate nel marzo 2019 rispettivamente a Marsa Alam e

#### TOP STORIES



HOTEL

**13 chalet per far l'amore tra le Alpi**

di FABIANA SALSI

Sharm El Sheikh – e di un nuovo villaggio a Kelibia, in **Tunisia**, a maggio.

#### LEGGI ANCHE

[Una vita in vacanza a El Gouna, «città-resort» egiziana tra mare e deserto](#)

È dal quartier generale del Jaz Oriental che mi sposto diretto a est lungo la **polverosa carreggiata della 40**, una specie di palcoscenico alla **Fast & Furious in salsa egiziana**, dove i trabiccoli degli allevatori poveri vengono sorpassati a velocità estreme dai macchinoni dei beduini abbienti, che grazie al business della pastorizia si sono anche costruiti case in stile villoni anni '70.

A 180 chilometri da Marsa Matruh c'è la città di **El Alamein**, con il suo sacrario militare italiano e il Cimitero del Commonwealth, che accolgono i resti dei giovani caduti nello scontro tra Impero britannico e forze-italo tedesche durante la seconda guerra mondiale. Il percorso per giungere a El Alamein dura un paio d'ore e non permette di essere pienamente rilassati: **sulla strada ci sono alcuni posti di blocco e sul mio stesso pulmino, accanto all'autista, viaggia un energumeno con delle armi a portata di mano**. Non si tratta di un "privilegio" da giornalisti: il traffico privato di stranieri in Egitto è, di questi tempi, spesso accompagnato da scorte di polizia.

All'altezza di **El Dabaa** compare alla mia sinistra un muraglione di cui non si riesce a vedere la fine. La guida mi spiega che dall'altra parte della barricata si sta lavorando a un **progetto mastodontico**: la costruzione di una centrale nucleare in collaborazione con i russi, uno dei due partner politici e commerciali che sta pompando miliardi nelle vene dell'economia egiziana per permetterne la ripartenza. L'altro partner è rappresentato dal blocco formato da **Emirati Arabi Uniti e Arabia Saudita**: a partire dal 2013 entrambi questi Paesi hanno rimpolpato le casse della Banca centrale egiziana e investito sul territorio un paio di miliardi di dollari, usati anche per la cementificazione dei 300 chilometri di costa tra Marsa Matruh e Alessandria.

È però anche merito del turismo nostrano se l'Egitto sta provando a ingranare di nuovo la marcia. I numeri più recenti ci dicono che la **presenza italiana è tornata a crescere** sia nel 2017 – secondo i dati comunicati dal ministero del Turismo egiziano si è registrato un +94% rispetto all'anno precedente – che nel primo semestre del 2018 in cui, secondo Emad Fathy Abdalla, direttore dell'ente del turismo egiziano in Italia, ci sono stati «oltre 153mila arrivi dall'Italia, il 53% in più rispetto allo scorso anno». Certo, [\*\*l'Egitto è tra le mete che la Farnesina sconsiglia di visitare e per le quali suggerisce di avere bene presente il contesto generale prima di prenotare un viaggio\*\*](#). Siamo quindi molto lontani dai risultati del 2010 quando il turismo valeva per l'Egitto **12,5 miliardi di dollari** e impiegava il 12% della



#### VACANZE

**Qatar, la forza che viene dal deserto**

di RAFFAELE PANIZZA



#### WEEKEND

**Sant'Antonio Abate: la notte degli animali che parlano e del fuoco che purifica**

di PAOLA MANFREDI

forza lavoro dell'intero paese. Sotto le piramidi ai tempi d'oro transitavano 14,7 milioni di visitatori, di cui un milione di italiani.

Nonostante i segnali incoraggianti – provenienti anche dalle località sul **Sinai** e sul **mar Rosso** – il 2019 sarà insomma un altro anno di transizione per l'Egitto, in attesa dell'inaugurazione nel 2020 del **Grand Egyptian Museum**, il più grande museo egizio del mondo e nella speranza che il contesto permetta alla terra dei Faraoni di tornare ad essere la meta turistica di una volta.

## MORE

### NOVITÀ

**I ponti del 2019:**  
quali prendere e  
dove andare

### VACANZE

**Oroscopo del**  
**viaggiatore: a ogni**  
**segno la sua meta**

### TEMPO LIBERO

**Inverno in camper:**  
destinazione terme  
naturali

VIAGGI RELAX



## FROM SOCIAL MEDIA



experienceis  
Follower: 172.2 mila

[Visualizza il profilo](#)

**ttc**  
Travel Trade Caribbean

**GAVIOTA TOURS CUBA**

QUALITY AND PROFESSIONALISM  
GUARANTEED FOR YOUR EVENT IN CUBA.

HOME TOURISM EVENTS BUSINESS TRANSPORTATION SPECIAL FEATURES GALLERIES BULLETIN GALLERY

Home » Noticias destacadas » TTC Special: Italian tourism rediscovers the Caribbean

**delfinario**

**DONDE VIVE UN AMIGO**  
Varadero / Cienfuegos / Cayo Guillermo / Cayo Largo del Sur  
**PROXIMAMENTE**  
Delfinario de Santa Lucia, Camagüey

**VALMARCOS**  
Cuba

# TTC Special: Italian tourism rediscovers the Caribbean

January 4, 2019 34 Views



By Frank Martin

Italian tourism is increasingly attracted to the Caribbean not only for holidays but also for business.

2019 can be an excellent time for Italians who watch with interest the Caribbean paradisiacal islands.

Examples of regional islands that raise the interest of Italian tourists and businessmen are Jamaica, Antigua and Cuba.

Over the last years Jamaica has becoming more popular for Italians.

According to official sources of Jamaican tourism, that island is becoming more and more popular for Italians with Negril and Montego Bay being the biggest draws.

## ADVERTISEMENT

**ttc** Next Edition:  
**Fitur 2019**  
Join Us!

## RECENT POSTS

- Barbados awarded by Expedia Group  
January 4, 2019
- Tourism: Sense of optimism in the Caribbean  
January 4, 2019
- Caribbean destinations reported growth in tourists arrivals  
January 4, 2019
- It's official: Health networks for touristic zones of Dominican Republic the Dominican Republic  
January 4, 2019
- Point of View: Russian-Cuban Projects May Triple Passenger Traffic On Island  
January 4, 2019
- TTC Special: Italian tourism rediscovers the Caribbean  
January 4, 2019
- Saint Vincent and the Grenadines decriminalizes marijuana  
December 29, 2018
- The Caribbean must awaken to sea-level rise threat — South Florida can help  
December 29, 2018

## SUBSCRIBE TO OUR NEWSLETTER

Email

Last year Jamaica's Tourism Minister Edmund Bartlett celebrated a meeting with Laurent Parent, Senior Executive for Alpitour World, Italy's largest Tour operator.

One result was that Alpitour which owner of the Italian airline, NEOS, decided to increase the number of seats into Montego Bay, Jamaica from Italy using a new Boeing 787 Dreamliner aircraft started in May of 2018.

Parent, a Senior Executive for Alpitour World, Italy's largest tour operator, noted in that moment that the new aircraft replaced existing scheduled for the Boeing 767 charter service between Milan and Montego Bay.

Bartlett noted that Italy is among the lead countries being targeted in Jamaica's ongoing European tourism growth strategy which in 2017 recorded 325,804 European tourists approximately 31,000 more than in the year 2016. Jamaica welcomed in 2016 near 14,000 Italians tourists that represented a 44.5 percent increase over 2015.

Antigua and Barbuda announced in December that will be receiving 6000 new visitors from Italy in 2019, as a result of an alliance with **Vera Tour** an Italian entity.

The Government of Italy has a long standing relationship with CARICOM, an organization of fifteen Caribbean islands established in 1973. Its major activities involve coordinating economic policies and development planning.

In the Caribbean and outside of Caricom, Cuba is a destination of growing interest for Italian tourists, and for small companies linked to that sector of the European nation.

Since the beginning of 2018 the Cuban tourism authorities started a promotional campaign in Italy during the 32nd edition of the Italian Tourism Bureau (BIT).

Last November Cuba's Minister of Tourism, Manuel Marrero participated in a tourism event in Milan.

Addressing bilateral agreements with Italian companies, Marrero talked in that occasion about recent negotiations with Blue Panorama for the addition of two Boeing 737 aircraft to fly international routes as well as support and improve domestic flights, which he called essential to maintain excursions and multi-center trips.

According to Marrero, Italy has always been among the ten top markets for Cuba's tourism industry, with the island having welcomed a total of 147,900 Italian tourists in 2018.

Even when this figure is a decrease from the same time last year, Marrero remains hopeful and trusts the newly established negotiations to help attract more Italian visitors in the winter season.

#### Choose your Language/s \*

- Receive in English
- Receive in Spanish
- Receive in Italian

Please upgrade to a [supported browser](#) to get a reCAPTCHA challenge.

[Why is this happening to me?](#)

Subscribe

#### SPECIAL OFFER



#### Related



Closure of Italian Embassy in Santo Domingo: Obscure Reasons



Adventure and risk tourism: Is it worth it?  
December 10 2012



TTC Special: Caribbean tourism found an ally, agriculture

## Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
	Rubrica		Veratour	
15	MF - Milano Finanza	26/02/2019	PILLOLE - VERATOURE	2
19	MF - Milano Finanza	09/01/2019	SE IL MARE CHIAMA... ZANZIBAR RISPONDE (L.Roma)	3
	Advtraining.it	28/02/2019	28 FEBBRAIO 2019 VERATOURE IN TV CON UN NUOVO SPOT PARTE DALLA TV LA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE DI VE	4
	Guidaviaggi.it	28/02/2019	PRIMO SPOT TV PER VERATOURE	5
	Travelquotidiano.com	28/02/2019	LA COMUNICAZIONE DI VERATOURE INIZIA DALLA TELEVISIONE	7
	Travelquotidiano.com	25/02/2019	VERATOURE, OBIETTIVO 2019 FATTURATO IN CRESCITA DEL 10 PER CENTO	8
	Viaggi.Corriere.it	25/02/2019	SUPERMINICLUB, CUCINA ITALIANA E ANIMAZIONE: PERCHE' SCEGLIERE UN VILLAGGIO VERACLUB	9
	Panorama.it	17/01/2019	ZANZIBAR, LA SCELTA "COOL" PER L'INVERNO AL MARE	11
	Vanityfair.it	14/01/2019	A MARSAMATRUH E EL ALAMEIN: VACANZE IN EGITTO SI' O NO?	12
	Traveltradecaribbean.com	04/01/2019	TTC SPECIAL: ITALIAN TOURISM REDISCOVERS THE CARIBBEAN	16

**VERATOUR**

■ Spinta dalle prenotazioni (+28% nel periodo 1 dicembre-15 febbraio) **Veratour** si aspetta per il 2019 una crescita del fatturato superiore al 10%.



VIAGGI

## Se il mare chiama... Zanzibar risponde

Settimana bianca o al mare? Se la scelta cade sulla seconda ipotesi, Zanzibar è la meta ideale. Veratour propone un resort con eleganti bungalow in stile etnico, che si affaccia sulla bianchissima spiaggia di Kiwengwa. I ristoranti del resort propongono specialità dell'isola e piatti della cucina italiana. Nella struttura è presente un miniclub dove i bambini possono praticare vari sport ma anche gli adulti possono scegliere tra wind-



surf, canoa, tiro con l'arco, beach tennis, beach soccer, beach volley, acquagym... Gli ospiti alla ricerca del relax possono farsi coccolare nel centro benessere Ibiscus, mentre per scoprire le attrattive dell'isola sono previste escursioni a Zanzibar Town e safari fotografici nella savana. Per partenze a febbraio, soggiorno di 7 notti all inclusive al Veraclub Zanzibar Village, comprensivo di trasferimenti e volo a/r, 1.580 euro a persona. Info: [www.veratour.it](http://www.veratour.it) **Lorenza Roma**

MI PERSONAL - MOTORVEICOLI

**AFFIDABILITÀ TUCSON**  
Nuovo motore e 5 anni di garanzia

Con il motore 2018 cc Hyundai crea un ambiente e un'esperienza. Verano, il valore dato nel tempo.

**Hakari, Fininvest e Loro Gola**

**Se il mare chiama... Zanzibar risponde**

Questo sito utilizza cookie, anche di terze parti, per inviarti pubblicità e servizi in linea con le tue preferenze. Se vuoi saperne di più o negare il consenso a tutti o ad alcuni cookie [clicca qui](#). Chiudendo questo banner o cliccando qualunque suo elemento acconsenti all'uso dei cookie.



Home Chi siamo News Turismo & Attualità AdV Training Contatti Iscriviti alla Newsletter

News online Rivista online Reportage Piano Editoriale Turismo tematico/Reportage L'intervista Destinazioni Start-up

Cerca nel sito

## Veratour in Tv con un nuovo spot

28 Febbraio 2019 | [f](#) [t](#) [in](#) [e](#) [p](#)



Parte dalla tv la strategia di comunicazione di Veratour in onda a partire dal 5 marzo fino a fine aprile, lo spot ha per protagonisti alcune delle figure chiave dell'ospitalità Veratour, quali animatori, assistenti e chef. Potrà contare su oltre 1.200 passaggi sul circuito Sky e diversi passaggi su La7. Coperti il prime time, i programmi di punta, la Serie A e la Champions League. Lo spot è stato ideato e realizzato da Fox Factory la business unit di Fox Networks Group

Italy dedicata alle iniziative speciali e al branded entertainment e prodotto da Bricola Tv. È stato girato parte in Italia e parte nei resort del tour operator.

"Era il momento giusto per investire in un progetto ambizioso" spiega Stefano Pompili direttore Generale Veratour "La decisa crescita degli ultimi anni e la soddisfazione espressa dai nostri clienti ci dice che stiamo andando nella direzione corretta. Con questa iniziativa raccontiamo le peculiarità dei nostri villaggi dove offriamo il meglio del Made in Italy attraverso i driver di cucina, animazione e assistenza; i professionisti di Fox Factory sono riusciti a esaltare al meglio lo stile Veratour. "Siamo orgogliosi di aver contribuito alla realizzazione del primo spot in tv di Veratour" dichiara Emanuele Landi, Executive Director of Media Sales & Partnership di Fox Networks Group Italy.

"Fox Factory ha dimostrato ancora una volta di saper rispondere con creatività e prontezza alle esigenze dei clienti realizzando uno spot che sottolinea i punti di forza dell'accoglienza offerta da Veratour nel mondo". Lo spot si iscrive in un più vasto progetto di comunicazione per Veratour che, in avvicinamento alla stagione estiva, prevede forti investimenti tra tv, digital, circuiti radiofonici e cinema con lo scopo di consolidare la leadership nel segmento villaggi, aumentare la brand awareness del marchio e portare sempre più clienti in agenzia di viaggi, da sempre unico canale di vendita del tour operator.

Commenti: 0

Ordina per [Meno recenti](#)



Aggiungi un commento...

Plug-in Commenti di Facebook

TURISMO&ATTUALITÀ  
la rivista online

N° 3  
FEBBRAIO 2019

SFOGLIA ONLINE

nasce  
ITALIA  
TRAVEL  
WORLD

L'Italia, il mondo, l'arte, la cultura, l'enogastronomia, le curiosità, le superstizioni: il viaggio. Tutto in un solo sito

INCONTRA L'ESPERTO

Accessibilità  
Bed&Care

IL TURISMO SECONDO BED&CARE

WEBINAR

SCOPRI EASYBOX PRO

5 : 22 : 15  
giorni ore minuti

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



USA IL CODICE GUIDAV190  
PER ACQUISTARE IL TUO TICKET  
A 190 EURO ANZICHÉ 275 EURO

EDITORIA - EVENTI - SERVIZI DAL 1972 AL SERVIZIO DEL TURISMO PROFESSIONALE

[HOME](#)
[Ultime notizie](#)
[Rubriche](#)
[Lavoro](#)
[Eventi](#)
[Magazine](#)
[Focus](#)
[AboutHotel](#)

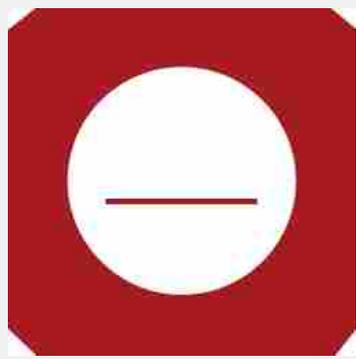


HOME > Notizie

## Primo spot tv per Veratour

28/02/2019 17:10

*In onda a partire dal 5 marzo fino a fine aprile, ha per protagonisti alcune delle figure chiave dell'ospitalità, quali animatori, assistenti e chef*



Parte dalla tv la strategia di comunicazione di Veratour. In onda a partire dal 5 marzo fino a fine aprile, lo spot ha per protagonisti alcune delle figure chiave dell'ospitalità del t.o, quali animatori, assistenti e chef. Potrà contare su oltre 1.200 passaggi sul circuito Sky e diversi passaggi su La7. Coperti il prime time, i programmi di punta, la Serie A e la Champions League.

Lo spot è stato ideato e realizzato da Fox Factory la business unit di Fox Networks Group Italy dedicata alle iniziative speciali e al branded entertainment e prodotto da Briciola

Tv. È stato girato parte in Italia e parte nei resort del tour operator.

“Era il momento giusto per investire in un progetto ambizioso - spiega Stefano Pompili direttore generale Veratour -. La decisa crescita degli ultimi anni e la soddisfazione espressa dai nostri clienti ci dice che stiamo andando nella direzione corretta. Con questa iniziativa raccontiamo le peculiarità dei nostri villaggi dove offriamo il meglio del Made in Italy attraverso i driver di cucina, animazione e assistenza”.

“Siamo orgogliosi di aver contribuito alla realizzazione del primo spot in tv di Veratour” dichiara Emanuele Landi, executive director of media sales & partnership di Fox Networks Group Italy -. Fox Factory ha dimostrato ancora una volta di saper rispondere con creatività e prontezza alle esigenze dei clienti realizzando uno spot che sottolinea i punti di forza dell'accoglienza offerta da Veratour nel mondo”.

Lo spot si iscrive in un più vasto progetto di comunicazione per Veratour che, in avvicinamento alla stagione estiva, prevede forti investimenti tra tv, digital, circuiti radiofonici e cinema "con lo scopo di consolidare la leadership nel segmento villaggi,



Email \*

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

Tweets di @GvLive

aumentare la brand awareness del marchio - afferma il t.o. - e portare sempre più clienti in agenzia di viaggi, da sempre unico canale di vendita".



Guarda tutte ▶

**TAGS**

Veratour Fox Factory

**QUESTO ARTICOLO MI FA SENTIRE**



**COMMENTA**



**Leggi gli approfondimenti sul nostro magazine**



Sottoscrivi l'abbonamento al magazine cartaceo

**Ultime News**

Tutte T.O, Agenzie e Assicurazioni Destinazioni Economia Strutture ricettive Trasporti Tecnologie



**Tecnologia**

**San Marino, al via il decreto blockchain**  
Obiettivo far crescere il settore dell'innovazione che è al centro della nuova strategia di sviluppo

28.02.2019 - 16:44



**Summer 2019**

**Reima Tours: nuovo tour in esclusiva sul west americano**  
Caratteristica del tour la visita di Kingman sulla Route 66, del Gran Canyon West Rim con accesso allo Skywalk. Piace il combinato Usa-Canada, con crociera Ncl alle Hawaii

28.02.2019 - 16:20

**Video Rubriche&Approfondimenti**



**Interviste**

Giorgio Bianchi di Pkf hotelexperts presenta Hotel & Tourism Foru...



**Interviste**

Andrea Gargiullo, responsabile Marketing Austria Turismo...

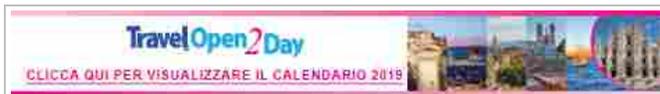
Giornale di interesse professionale per il turismo



HOME CHI SIAMO PUBBLICITÀ NEWSLETTER EVENTI LAVORO WEBINAR REPORTAGE TOVE

parole da cercare  **Cerca**

In Evidenza Trasporti Tour Operator Alberghi Enti, istituzioni e territorio Mercato e tecnologie Estero Incoming [Tutte le ultime notizie](#)



## La comunicazione di **Veratour** inizia dalla televisione

[0] 28 febbraio 2019 15:02

Parte dalla tv la strategia di comunicazione di **Veratour**. In onda a partire dal 5 marzo fino a fine aprile, lo spot ha per protagonisti alcune delle figure chiave dell'ospitalità **Veratour**, quali animatori, assistenti e chef. Potrà contare su oltre 1.200 passaggi sul circuito Sky e diversi passaggi su La7. Coperti il prime time, i programmi di punta, la Serie A e la Champions League. Lo spot è stato ideato e realizzato da Fox Factory la business unit di Fox Networks Group Italy dedicata alle iniziative speciali e al branded entertainment e prodotto da Briciola Tv. È stato girato parte in Italia e parte nei resort del tour operator.



«Era il momento giusto per investire in un progetto ambizioso – spiega Stefano Pompili direttore generale **Veratour** -. La decisa crescita degli ultimi anni e la soddisfazione espressa dai nostri clienti ci dice che stiamo andando nella direzione corretta. Con questa iniziativa raccontiamo le peculiarità dei nostri villaggi dove offriamo il meglio del Made in Italy attraverso i driver di cucina, animazione e assistenza; i professionisti di Fox Factory sono riusciti a esaltare al meglio lo stile **Veratour**.» «Siamo orgogliosi di aver contribuito alla realizzazione del primo spot in tv di **Veratour** – dichiara Emanuele Landi, executive director of media sales & partnership di Fox Networks Group Italy -. Fox Factory ha dimostrato ancora una volta di saper rispondere con creatività e prontezza alle esigenze dei clienti realizzando uno spot che sottolinea i punti di forza dell'accoglienza offerta da **Veratour** nel mondo».

Lo spot si iscrive in un più vasto progetto di comunicazione per **Veratour** che, in avvicinamento alla stagione estiva, prevede forti investimenti tra tv, digital, circuiti radiofonici e cinema con lo scopo di consolidare la leadership nel segmento villaggi, aumentare la brand awareness del marchio e portare sempre più clienti in agenzia di viaggi, da sempre unico canale di vendita del tour operator.



### Articoli che potrebbero interessarti:

#### ULTIME NEWS



Burgio: «Cresciamo con Bravo e Eden. In estate i risultati dell'integrazione»



“Quanto è bello essere Bravo!”. Rivoluzione Bravo Club



La comunicazione di **Veratour** inizia dalla televisione



Repubblica Ceca e Italia più vicine: fino a 120 voli a settimana per l'estate

#### SEGUICI SU FACEBOOK



#### INSTAGRAM





VIAGGI IN ORIENTE SU MISURA

Giornale di interesse professionale per il turismo



INVIA LE TUE NEWSLETTER E DEM



HOME CHI SIAMO PUBBLICITÀ NEWSLETTER EVENTI LAVORO WEBINAR REPORTAGE TOVE

parole da cercare  **Cerca**

In Evidenza Trasporti Tour Operator Alberghi Enti, istituzioni e territorio Mercato e tecnologie Estero Incoming Tutte le ultime notizie



## Veratour, obiettivo 2019 fatturato in crescita del 10 per cento

0 | 25 febbraio 2019 12:12

Aprire nel migliore dei modi il 2019 per Veratour, con i volumi che indicano una crescita del 28% sulle prenotazioni. Un dato senza precedenti che alla fine dell'anno potrebbe portare il fatturato a superare il +10%, mantenendo gli indici di redditività. Ottime le prestazioni dei nuovi arivi, soprattutto il Veraclub Kelibia in Tunisia e i due nuovi villaggi in Egitto, Sharm el Sheikh e Marsa Alam. Questi ultimi in particolare beneficiano di una forte crescita di tutta l'area che al 15 febbraio raddoppia rispetto all'anno scorso. Quasi tutte le destinazioni confermano il trend di crescita: con Caraibi al +32% rispetto al 2018, Oceano Indiano al +7%, Estremo Oriente +10% e le sole Canarie in flessione (-12%). Bene anche i primi dati di vendita sul Mediterraneo con la Grecia al +3%, Baleari +14% e Italia +13% che



Massimo Broccoli, direttore commerciale di Veratour

tuttavia mostreranno il loro potenziale dalla primavera in poi. «Cresciamo su quasi tutte le destinazioni, quindi a funzionare è la nostra strategia, – spiega Massimo Broccoli direttore commerciale Veratour – il +28% sul preventudato è merito della trasparenza sulle politiche di pricing che invitano i clienti alla prenotazione anticipata. La nostra vera forza è data dalla collaborazione con le agenzie di viaggi, con il circuito Verastore e i network. Vendiamo il 100% del nostro prodotto tramite agenzia e i risultati sono eccezionali, segno inequivocabile che la scelta di Veratour di distribuire esclusivamente su questo canale è vincente». Per consolidare la crescita Veratour ha già disposto per il 2019 una serie di investimenti in aree strategiche: comunicazione, digital, ricerca di nuove destinazioni, gestione diretta delle strutture e sviluppo dei viaggi con voli di linea.



Articoli che potrebbero interessarti:

### ULTIME NEWS



Ana: nuovo upgrade del servizio di bordo per i voli internazionali



Accor lancia il programma di fidelizzazione lifestyle



Gardaland resort, alla Bmt con le novità del 2019



Veratour, obiettivo 2019 fatturato in crescita del 10 per cento

### SEGUICI SU FACEBOOK



### INSTAGRAM

FOLLOW US ON  
**Instagram**



Questo sito utilizza cookie tecnici e di profilazione propri e di terze parti per le sue funzionalità e per inviarti pubblicità, contenuti e servizi più vicini ai tuoi gusti e interessi. Chiudendo questo messaggio, scorrendo questa pagina o cliccando qualunque suo elemento acconsenti all'uso dei cookie per le finalità indicate. Per negare il consenso a tutti o ad alcuni cookie o anche solo per saperne di più fai [clicca qui](#).

ACCETTO

CORRIERE DELLA SERA

SCOPRI  METEO

Cerca in Dove



DOVE

Seguici su  Accedi 

VIAGGI DOVE ANDARE DOVE CLUB

DOVE PER VERATOUR

## Superminiclub, cucina italiana e animazione: perché scegliere un villaggio Veraclub

Attenzione per i più piccoli ma anche qualità del cibo e divertimento sono i punti di forza delle strutture **Veratour**, in Italia come all'estero

di Sara Bovi



SFOGLIA LA GALLERY

Viaggiare fa bene alla salute. A dirlo, non è solo il buon senso ma anche la scienza. Secondo una ricerca dell'Università di Berkeley, infatti, le emozioni, la bellezza e lo stupore di fronte a nuovi panorami fanno bene al cuore e al sistema immunitario. In particolare nello studio, pubblicato sulla rivista Emotion, vengono descritti gli effetti: il mix di sensazioni provate in vacanza fa **abbassare i livelli di citochine**, molecole responsabili dell'infiammazione nell'organismo, e **aumentare le endorfine**, i cosiddetti 'ormoni del piacere'. Se a questi benefici, poi, si aggiunge il vantaggio di visitare luoghi che fanno sentire 'a casa', ancora meglio: si azzera lo stress dovuto all'effetto 'spaesamento', quello spiacevole disorientamento che colpisce chi si trova lontano dal proprio ambiente. Un fenomeno che è più frequente di quello che si possa immaginare e che rischia di rovinare la vacanza così a lungo sognata.

Un rischio, questo, che non si corre nei **villaggi Veraclub**, 45 strutture negli angoli più belli del mondo, in cui un'atmosfera **made in Italy**, ben integrata con le peculiarità del luogo, mette subito a proprio agio.

Che siano vicino o lontano – alle Canarie o ai Caraibi, in Egitto o in Estremo Oriente, in Oman o alle Baleari ma anche nell'Oceano Indiano, in Grecia o in Italia – quelli di **Veratour** vengono definiti 'i villaggi

### CORRIERE DELLA SERA

Regionali Sardegna, il centrodestra è avanti. Sorpresa Zedda, male il Movi...

Due Italie? Una realtà non un pericolo futuro



CORRIERETV

«Tu devi morire, non ti voglio vedere più», le frasi razziste dell'infermiera a...

nel mondo più italiani del mondo' per questo motivo. Perché sanno far sentire 'a casa' i propri ospiti, che si tratti di cucina, di assistenza o di animazione.



Si viaggia in famiglia? I bambini non rischiano di annoiarsi (e nemmeno i genitori di stressarsi). Per i più piccoli, infatti, è a disposizione il **Superminiclub**. Uno spazio per divertirsi con giochi, sport e tante attività in compagnia di animatori qualificati e della Panteravera, la mascotte di **Veratour**. Per i neonati, invece, c'è la **biberoneria**: una sala attrezzata con piastre, scaldabiberon, sterilizzatore, forno a microonde, frigorifero e lavandino per rendere più semplice, a mamma e papà, la preparazione delle pappe.

Oltre ad accogliere i viaggiatori in strutture eleganti e curate nei dettagli, i villaggi Veraclub offrono varie **attività sportive** per coloro che, anche lontano da casa, non riescono a restare fermi. L'unica difficoltà è dover scegliere: tra canoa e tennis, beach volley e diving, vela e calcetto il rischio è di finire la vacanza con il rimpianto di non aver provato tutto. Non manca l'**animazione**, coinvolgente ma mai invadente, così anche la pratica di far finta di dormire sotto l'ombrellone per allontanare l'animatore insistente è scongiurata.

Chi è in cerca di **relax** non resterà deluso. Molti villaggi Veraclub ospitano Centri Benessere perfetti per farsi coccolare. Tanti i trattamenti offerti, molti dei quali davvero imperdibili. Se a Zanzibar, per esempio, si possono fare massaggi realizzati con sacchetti di cotone imbottiti di spezie, a Phuket la scelta è su quelli thailandesi tonificanti.

Vi è, poi, la **cucina**. La qualità e varietà del cibo, si sa, sono tra gli aspetti più importanti per far apprezzare una vacanza. Ecco perché, nei villaggi Veraclub, i ristoranti propongono **piatti ispirati alla cucina made in Italy**, cucinati in modo sano e gustoso. Un modo per portare avanti le tradizioni del Bel Paese, e allo stesso tempo far sentire come a casa. Anche dall'altra parte del mondo.

Alcuni viaggiatori, infine, potrebbero avere voglia di stare in un **ambiente particolarmente isolato, silenzioso e tranquillo**. A questo scopo sono nati i villaggi **Atmosphera Collection**: strutture eleganti, in luoghi paradisiaci e caratterizzate da attività di animazione volutamente soft, di cui tre riservate ai soli **ospiti maggiori di 18 anni**. Cinque sono nell'Oceano Indiano – il Veraclub Dhigufaru alle Maldive, il Veraclub Crystal Bay in Kenya, il Veraclub Palm Beach & SPA in Madagascar, il Veraclub Zanzibar Village e il Veraclub Sunset Beach di Zanzibar. Quest'ultimo dal 9 luglio 2019 si aggiungerà ai Veraclub Atmosphera Collection+18 –, due nel continente americano – il Veraclub Royal Tulum in Messico e il Veraclub Negril in Giamaica – e uno, il Veraclub Costa Rey Wellness & SPA, in Sardegna.

Per info: [www.veratour.it](http://www.veratour.it)



VIAGGI



## ZANZIBAR, LA SCELTA "COOL" PER L'INVERNO AL MARE

Grande successo anche nelle recenti vacanze natalizie per l'isola al largo della Tanzania

Zanzibar si riconferma la regina dell'inverno per le vacanze al mare. L'isola dell'Oceano Indiano situata al largo delle coste della Tanzania è una delle mete più apprezzate dai viaggiatori italiani. Anche quest'anno ha fatto registrare afflussi record con il tutto esaurito per le vacanze natalizie e resterà tra le destinazioni più gettonate per tutto il resto della stagione. Secondo il Centro Studi **Veratour** nel periodo da Novembre 2018 ad aprile 2019, farà segnare un complessivo **+8%** rispetto all'anno precedente in termini di volumi. Un risultato eccezionale dati i livelli già altissimi della scorsa stagione. Insomma si può dire che Zanzibar sia ormai a pieno titolo uno di quei posti da visitare assolutamente almeno una volta nella vita. La fama e la crescita degli ultimi anni è più che meritata. Crocevia di natura, storia e spiagge paradisiache, Zanzibar rappresenta la vacanza perfetta per alternare mare ed escursioni.

La città principale anch'essa chiamata Zanzibar (o Stone Town) è ricca di testimonianze architettoniche e storiche della cultura swahili, è stata dichiarata patrimonio dell'umanità UNESCO Zanzibar fu anche un luogo centrale del commercio di schiavi dell'Est dell'Africa, nonché della via delle spezie. Ancora oggi una parte significativa della sua economia si basa sulla produzione di chiodi di garofano, noce moscata, cannella, pepe e zenzero. Il piatto forte di Zanzibar sono sicuramente le spiagge. Grazie a una superficie molto estesa vanta una varietà di panorami unica: le spiagge bianche dal sapore maldiviano sono sicuramente le più apprezzate dal turista. Una delle gite più richieste è infatti quella all'isola di Nakupenda, una lingua di terra a una quarantina di chilometri dalla costa totalmente disabitata e senza vegetazione. Un lembo di sabbia strappato al mare dalle maree che ne fanno variare le dimensioni a seconda della luna. Oltre allo splendido mare, Zanzibar permette di apprezzare appieno il sapore più tradizionale dell'Africa. I caratteristici villaggi che sorgono abbarbicati alle strade principali sono costituiti per la maggior parte da case di fango; fatto salvo per le arterie principali che tagliano l'isola, le strade non sono asfaltate e l'economia locale è affidata alle coltivazioni e a improvvisate bancarelle. Considerata un piccolo paradiso dal punto di vista naturalistico negli ultimi anni ha visto crescere di molto l'arrivo di turisti stranieri. **Veratour** ha sull'isola due villaggi: il **Veraclub Zanzibar Village** a Kiwengwa e il **Veraclub Sunset Beach** a Nungwi entrambi nella categoria Atmospha Collection, linea dedicata a chi cerca un ambiente rilassante, curato nei particolari e con molta attenzione alla privacy e alla tranquillità.



I PIU VISTI

- NEWS
- SPORT
- LIFESTYLE
- PANORAMATV: MOTORI
- ICON
- CURIOSITÀ
- PANORAMA D'ITALIA





NOVITÀ

Viaggiare sicuri: l'elenco della Farnesina con i Paesi sconsigliat...



VACANZE

Finis terrae, viaggi alla fine del mondo



VACANZE

10 luoghi dove non è mai inverno

TRAVELLER , VACANZE

# A Marsa Matruh e El Alamein: vacanze in Egitto sì o no?

14 JAN, 2019

di ANTONIO LEGGIERI



La terra dei Faraoni sta lentamente tornando ad essere una delle mete desiderate dal turismo italiano. Ma è bene andarci? Siamo stati sul Mediterraneo africano, dove il turismo si fa «scortati», per toccare con mano la situazione attuale



All'aeroporto di **Marsa Matruh** bisogna tenere tutti i documenti personali e di viaggio bene in vista, per favorire i controlli del personale di sicurezza. A ogni angolo ci sono metal detector pronti a scansionare qualunque cosa gli passi accanto e autoctoni con addosso abiti neri dozzinali, autorizzati a ispezionare a fondo ogni valigia. Non è un caso che per la **sicurezza aeroportuale** l'Egitto abbia negli ultimi anni speso qualcosa come 60 milioni di euro: il che spiega anche l'affiancamento di **caccia militari** ad alcuni voli turistici.

La base di partenza di questo viaggio in Egitto è proprio Marsa Matruh, capoluogo del governatorato più grande del Paese. La città, l'ultimo centro abitato prima del confine libico, è **separata dal Sahara dalla lunghissima strada 40**, una lingua di asfalto bollente che divide la zona accessibile – le decine di chilometri di costa cementificati con un numero imprecisato, in continuo divenire, di villaggi turistici – da quella che è bene considerare *off-limits*. Diciamolo subito, soprattutto per i cuori più impavidi: è «vivamente sconsigliato» entrare nelle regioni desertiche egiziane in questo delicato momento storico anche se si è esperti, anche se si viaggia con una guida locale, anche se è forte la tentazione di raggiungere la non lontanissima **Oasi di Siwa**, uno degli **ultimi baluardi del popolo berbero**. Il motivo è semplice: nessuno (o quasi) sarà in grado di **garantire la vostra incolumità** se vi allontanate troppo dalla costa e vi avventurate nell'entroterra.

#### LEGGI ANCHE

[Viaggiare sicuri: l'elenco della Farnesina con i Paesi da evitare](#)

Restiamo sulla costa, dunque. Il tratto di **Mediterraneo africano** che va da Marsa Matruh a El Alamein è un tratto di acque dai riflessi turchesi, che guizzano su banchi di **sabbia sottilissima e setosa**. Oggettivamente bellissimo. A ridosso di queste acque, nell'Almaza Bay, spunta l'arabeggiante **Jaz Oriental Resort** di **Veratour**, protagonista di una stagione da tutto esaurito che alcuni addetti ai lavori hanno etichettato come la conferma della rinascita turistica della terra dei Faraoni. Tra questa folta schiera di ottimisti c'è **Stefano Pompili**, direttore generale del tour operator romano, che ha definito il 2018 «l'anno del rilancio dell'Egitto, dopo le fortissime battute d'arresto provocate dal terrorismo. Tutta l'area ha fatto registrare per noi una crescita del 120%, ponendo le basi per l'apertura di tre nuove strutture in Nord Africa». Si tratta del **Veraclub Utopia e del Montemare** – che saranno inaugurate nel marzo 2019 rispettivamente a Marsa Alam e

#### TOP STORIES



HOTEL

**13 chalet per far l'amore tra le Alpi**

di FABIANA SALSI

Sharm El Sheikh – e di un nuovo villaggio a Kelibia, in **Tunisia**, a maggio.

#### LEGGI ANCHE

[Una vita in vacanza a El Gouna, «città-resort» egiziana tra mare e deserto](#)

È dal quartier generale del Jaz Oriental che mi sposto diretto a est lungo la **polverosa carreggiata della 40**, una specie di palcoscenico alla **Fast & Furious in salsa egiziana**, dove i trabiccoli degli allevatori poveri vengono sorpassati a velocità estreme dai macchinoni dei beduini abbienti, che grazie al business della pastorizia si sono anche costruiti case in stile villoni anni '70.

A 180 chilometri da Marsa Matruh c'è la città di **El Alamein**, con il suo sacrario militare italiano e il Cimitero del Commonwealth, che accolgono i resti dei giovani caduti nello scontro tra Impero britannico e forze-italo tedesche durante la seconda guerra mondiale. Il percorso per giungere a El Alamein dura un paio d'ore e non permette di essere pienamente rilassati: **sulla strada ci sono alcuni posti di blocco e sul mio stesso pulmino, accanto all'autista, viaggia un energumeno con delle armi a portata di mano**. Non si tratta di un "privilegio" da giornalisti: il traffico privato di stranieri in Egitto è, di questi tempi, spesso accompagnato da scorte di polizia.

All'altezza di **El Dabaa** compare alla mia sinistra un muraglione di cui non si riesce a vedere la fine. La guida mi spiega che dall'altra parte della barricata si sta lavorando a un **progetto mastodontico**: la costruzione di una centrale nucleare in collaborazione con i russi, uno dei due partner politici e commerciali che sta pompando miliardi nelle vene dell'economia egiziana per permetterne la ripartenza. L'altro partner è rappresentato dal blocco formato da **Emirati Arabi Uniti e Arabia Saudita**: a partire dal 2013 entrambi questi Paesi hanno rimpolpato le casse della Banca centrale egiziana e investito sul territorio un paio di miliardi di dollari, usati anche per la cementificazione dei 300 chilometri di costa tra Marsa Matruh e Alessandria.

È però anche merito del turismo nostrano se l'Egitto sta provando a ingranare di nuovo la marcia. I numeri più recenti ci dicono che la **presenza italiana è tornata a crescere** sia nel 2017 – secondo i dati comunicati dal ministero del Turismo egiziano si è registrato un +94% rispetto all'anno precedente – che nel primo semestre del 2018 in cui, secondo Emad Fathy Abdalla, direttore dell'ente del turismo egiziano in Italia, ci sono stati «oltre 153mila arrivi dall'Italia, il 53% in più rispetto allo scorso anno». Certo, **[l'Egitto è tra le mete che la Farnesina sconsiglia di visitare e per le quali suggerisce di avere bene presente il contesto generale prima di prenotare un viaggio](#)**. Siamo quindi molto lontani dai risultati del 2010 quando il turismo valeva per l'Egitto **12,5 miliardi di dollari** e impiegava il 12% della



VACANZE

**Qatar, la forza che viene dal deserto**

di RAFFAELE PANIZZA



WEEKEND

**Sant'Antonio Abate: la notte degli animali che parlano e del fuoco che purifica**

di PAOLA MANFREDI

forza lavoro dell'intero paese. Sotto le piramidi ai tempi d'oro transitavano 14,7 milioni di visitatori, di cui un milione di italiani.

Nonostante i segnali incoraggianti – provenienti anche dalle località sul **Sinai** e sul **mar Rosso** – il 2019 sarà insomma un altro anno di transizione per l'Egitto, in attesa dell'inaugurazione nel 2020 del **Grand Egyptian Museum**, il più grande museo egizio del mondo e nella speranza che il contesto permetta alla terra dei Faraoni di tornare ad essere la meta turistica di una volta.

## MORE

### NOVITÀ

**I ponti del 2019:**  
quali prendere e  
dove andare

### VACANZE

**Oroscopo del**  
**viaggiatore: a ogni**  
**segno la sua meta**

### TEMPO LIBERO

**Inverno in camper:**  
destinazione terme  
naturali

VIAGGI RELAX



## FROM SOCIAL MEDIA



[Visualizza il profilo](#)

**ttc**  
Travel Trade Caribbean

**GAVIOTA TOURS CUBA**

QUALITY AND PROFESSIONALISM  
GUARANTEED FOR YOUR EVENT IN CUBA.

HOME TOURISM EVENTS BUSINESS TRANSPORTATION SPECIAL FEATURES GALLERIES BULLETIN GALLERY

Home » Noticias destacadas » TTC Special: Italian tourism rediscovers the Caribbean

**delfinario**

**DONDE VIVE UN AMIGO**  
Varadero / Cienfuegos / Cayo Guillermo / Cayo Largo del Sur  
**PROXIMAMENTE**  
Delfinario de Santa Lucia, Camagüey

**VALMARCOS**  
Cuba

## TTC Special: Italian tourism rediscovers the Caribbean

January 4, 2019 34 Views



By Frank Martin

Italian tourism is increasingly attracted to the Caribbean not only for holidays but also for business.

2019 can be an excellent time for Italians who watch with interest the Caribbean paradisiacal islands.

Examples of regional islands that raise the interest of Italian tourists and businessmen are Jamaica, Antigua and Cuba.

Over the last years Jamaica has becoming more popular for Italians.

According to official sources of Jamaican tourism, that island is becoming more and more popular for Italians with Negril and Montego Bay being the biggest draws.

### ADVERTISEMENT

**ttc** Next Edition:  
**Fitur 2019**  
Join Us!

### RECENT POSTS

- Barbados awarded by Expedia Group  
January 4, 2019
- Tourism: Sense of optimism in the Caribbean  
January 4, 2019
- Caribbean destinations reported growth in tourists arrivals  
January 4, 2019
- It's official: Health networks for touristic zones of Dominican Republic the Dominican Republic  
January 4, 2019
- Point of View: Russian-Cuban Projects May Triple Passenger Traffic On Island  
January 4, 2019
- TTC Special: Italian tourism rediscovers the Caribbean  
January 4, 2019
- Saint Vincent and the Grenadines decriminalizes marijuana  
December 29, 2018
- The Caribbean must awaken to sea-level rise threat — South Florida can help  
December 29, 2018

### SUBSCRIBE TO OUR NEWSLETTER

Email

Last year Jamaica's Tourism Minister Edmund Bartlett celebrated a meeting with Laurent Parent, Senior Executive for Alpitour World, Italy's largest Tour operator.

One result was that Alpitour which owner of the Italian airline, NEOS, decided to increase the number of seats into Montego Bay, Jamaica from Italy using a new Boeing 787 Dreamliner aircraft started in May of 2018.

Parent, a Senior Executive for Alpitour World, Italy's largest tour operator, noted in that moment that the new aircraft replaced existing scheduled for the Boeing 767 charter service between Milan and Montego Bay.

Bartlett noted that Italy is among the lead countries being targeted in Jamaica's ongoing European tourism growth strategy which in 2017 recorded 325,804 European tourists approximately 31,000 more than in the year 2016. Jamaica welcomed in 2016 near 14,000 Italians tourists that represented a 44.5 percent increase over 2015.

Antigua and Barbuda announced in December that will be receiving 6000 new visitors from Italy in 2019, as a result of an alliance with **Vera Tour** an Italian entity.

The Government of Italy has a long standing relationship with CARICOM, an organization of fifteen Caribbean islands established in 1973. Its major activities involve coordinating economic policies and development planning.

In the Caribbean and outside of Caricom, Cuba is a destination of growing interest for Italian tourists, and for small companies linked to that sector of the European nation.

Since the beginning of 2018 the Cuban tourism authorities started a promotional campaign in Italy during the 32nd edition of the Italian Tourism Bureau (BIT).

Last November Cuba's Minister of Tourism, Manuel Marrero participated in a tourism event in Milan.

Addressing bilateral agreements with Italian companies, Marrero talked in that occasion about recent negotiations with Blue Panorama for the addition of two Boeing 737 aircraft to fly international routes as well as support and improve domestic flights, which he called essential to maintain excursions and multi-center trips.

According to Marrero, Italy has always been among the ten top markets for Cuba's tourism industry, with the island having welcomed a total of 147,900 Italian tourists in 2018.

Even when this figure is a decrease from the same time last year, Marrero remains hopeful and trusts the newly established negotiations to help attract more Italian visitors in the winter season.

Choose your Language/s \*

- Receive in English
- Receive in Spanish
- Receive in Italian

Please upgrade to a [supported browser](#) to get a reCAPTCHA challenge.

[Why is this happening to me?](#)

Subscribe

SPECIAL OFFER



Related



Closure of Italian Embassy in Santo Domingo: Obscure Reasons



Adventure and risk tourism: Is it worth it? December 10 2012



TTC Special: Caribbean tourism found an ally, agriculture

# Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
	Rubrica		Veratour	
19	MF - Milano Finanza	09/01/2019	SE IL MARE CHIAMA... ZANZIBAR RISPONDE (L.Roma)	2
	Milanofinanza.it	22/02/2019	VERATOURE: PUNTA A RICAVI IN CRESCITA DEL 10% A FINE 2019	3
	Tgcom24.Mediaset.it	22/02/2019	VERATOURE: PUNTA A RICAVI IN CRESCITA DEL 10% A FINE 2019	4
	Ttitalia.com	22/02/2019	MAR ROSSO E CARAIBI GUIDANO LE VENDITE DEL 2019 DI VERATOURE	5
	Ansa.it	14/02/2019	OGGI E' SAN FAUSTINO, ECCO I VIAGGI GIUSTI PER I SINGLE	6
1	l'Agenzia di Viaggi	10/02/2019	A COLPI DI VILLAGGIO	9
	Lagenziadiviaggi.it	08/02/2019	VERATOURE, BROCCOLI: «ORA CRESCIAMO SU TUTTI I TARGET»	11
	Panorama.it	17/01/2019	ZANZIBAR, LA SCELTA "COOL" PER L'INVERNO AL MARE	12
	Vanityfair.it	14/01/2019	A MARSA MATRUH E EL ALAMEIN: VACANZE IN EGITTO SI' O NO?	13
	Traveltradecaribbean.com	04/01/2019	TTC SPECIAL: ITALIAN TOURISM REDISCOVERS THE CARIBBEAN	17

VIAGGI

## Se il mare chiama... Zanzibar risponde

Settimana bianca o al mare? Se la scelta cade sulla seconda ipotesi, Zanzibar è la meta ideale. Veratour propone un resort con eleganti bungalow in stile etnico, che si affaccia sulla bianchissima spiaggia di Kiwengwa. I ristoranti del resort propongono specialità dell'isola e piatti della cucina italiana. Nella struttura è presente un miniclub dove i bambini possono praticare vari sport ma anche gli adulti possono scegliere tra windsurf, canoa, tiro con l'arco, beach tennis, beach soccer, beach volley, acquagym...



Gli ospiti alla ricerca del relax possono farsi coccolare nel centro benessere Ibiscus, mentre per scoprire le attrattive dell'isola sono previste escursioni a Zanzibar Town e safari fotografici nella savana. Per partenze a febbraio, soggiorno di 7 notti all inclusive al Veraclub Zanzibar Village, comprensivo di trasferimenti e volo a/r, 1.580 euro a persona. Info: [www.veratour.it](http://www.veratour.it) **Lorenza Roma**

MI PERSONAL - MOTORVEICOLI

**AFFIDABILITÀ TUCSON**  
Nuovo motore e 5 anni di garanzia

Verano, il valore dato nel tempo

**Hakari, Fininvest e una Gola**

**Se il mare chiama... Zanzibar risponde**

**VERATOUR: PUNTA A RICAVI IN CRESCITA DEL 10% A FINE 2019**

MILANO (MF-DJ)--Veratour apre il 2019 con una crescita del 28% sulle prenotazioni. Il dato potrebbe portare il fatturato per la fine dell'anno a superare il +10%. E' quanto si legge in una nota di Veratour che chiuderà il proprio bilancio a fine febbraio. Ottime le prestazioni dei nuovi arrivi, soprattutto il Veraclub Kelibia in Tunisia e i due nuovi villaggi in Egitto, Sharm el Sheikh e Marsa Alam. Questi ultimi in particolare beneficiano di una forte crescita di tutta l'area che al 15 febbraio raddoppia rispetto all'anno scorso. Quasi tutte le destinazioni confermano il trend di crescita: con Caraibi al +32% rispetto al 2018, Oceano Indiano al +7%, Estremo Oriente +10% e le sole Canarie in flessione (-12%). Bene anche i primi dati di vendita sul Mediterraneo con la Grecia al +3%, Baleari +14% e Italia +13% che tuttavia mostreranno il loro potenziale dalla primavera in poi. "Sono ancora i dati iniziali, vedremo alla fine dell'anno. La cosa importante è che stiamo lavorando bene, che i clienti riconoscono il nostro impegno e ci premiano con le loro scelte. Anche le nuove strutture inaugurate stanno funzionando in linea con le nostre previsioni, tutto il team Veratour sta facendo un gran lavoro", ha commentato il d.g. di Veratour, Stefano Pompili. Secondo il direttore commerciale, Massimo Broccoli, "cresciamo su quasi tutte le destinazioni, quindi a funzionare è la nostra strategia. il +28% sul preveduto è merito della trasparenza sulle politiche di pricing che invitano i clienti alla prenotazione anticipata. La nostra vera forza è data dalla collaborazione con le agenzie di viaggi, con il circuito Verastore e i network. Vendiamo il 100% del nostro prodotto tramite agenzia e i risultati sono eccezionali, segno inequivocabile che la scelta di Veratour di distribuire esclusivamente su questo canale è vincente". Per consolidare la crescita Veratour ha già disposto per il 2019 una serie di investimenti in aree strategiche: comunicazione, digital, ricerca di nuove destinazioni, gestione diretta delle strutture e sviluppo dei viaggi con voli di linea. com/lab laura.bonadies@mfdowjones.it (fine) MF-DJ NEWS ))

> Tgcom24 > Economia > News d'agenzia > **Veratour** punta a ricavi in crescita del 10% a fine 2019

**Quotazioni Borsa**

**News d'agenzia**

Mf-Dow Jones

Caldissime MF

Focus Ipo

Commenti Borsa

Comm. Borse Estere

**Indici Borse estere**

Fondi comuni

Euro e valute

Tassi

Fisco

Petrolio

In collaborazione con

Cerca Titoli

Milano - Azioni \*

Invia

Note sull'utilizzo dei dati

**MF-DOW JONES NEWS**

< Indietro

**VERATOUR: PUNTA A RICAVI IN CRESCITA DEL 10% A FINE 2019**

22/02/2019 11:22

MILANO (MF-DJ)--Veratour apre il 2019 con una crescita del 28% sulle prenotazioni. Il dato potrebbe portare il fatturato per la fine dell'anno a superare il +10%. E' quanto si legge in una nota di Veratour che chiuderà il proprio bilancio a fine febbraio. Ottime le prestazioni dei nuovi arrivi, soprattutto il Veraclub Kelibia in Tunisia e i due nuovi villaggi in Egitto, Sharm el Sheikh e Marsa Alam. Questi ultimi in particolare beneficiano di una forte crescita di tutta l'area che al 15 febbraio raddoppia rispetto all'anno scorso. Quasi tutte le destinazioni confermano il trend di crescita: con Caraibi al +32% rispetto al 2018, Oceano Indiano al +7%, Estremo Oriente +10% e le sole Canarie in flessione (-12%). Bene anche i primi dati di vendita sul Mediterraneo con la Grecia al +3%, Baleari +14% e Italia +13% che tuttavia mostreranno il loro potenziale dalla primavera in poi. "Sono ancora i dati iniziali, vedremo alla fine dell'anno. La cosa importante e' che stiamo lavorando bene, che i clienti riconoscono il nostro impegno e ci premiano con le loro scelte. Anche le nuove strutture inaugurate stanno funzionando in linea con le nostre previsioni, tutto il team Veratour sta facendo un gran lavoro", ha commentato il d.g. di Veratour, Stefano Pompili. Secondo il direttore commerciale, Massimo Broccoli, "cresciamo su quasi tutte le destinazioni, quindi a funzionare e' la nostra strategia. il +28% sul preveduto e' merito della trasparenza sulle politiche di pricing che invitano i clienti alla prenotazione anticipata. La nostra vera forza e' data dalla collaborazione con le agenzie di viaggi, con il circuito Verastore e i network. Vendiamo il 100% del nostro prodotto tramite agenzia e i risultati sono eccezionali, segno inequivocabile che la scelta di Veratour di distribuire esclusivamente su questo canale e' vincente". Per consolidare la crescita Veratour ha già disposto per il 2019 una serie di investimenti in aree strategiche: comunicazione, digital, ricerca di nuove destinazioni, gestione diretta delle strutture e sviluppo dei viaggi con voli di linea. com/lab.laura.bonadies@mfdowjones.it (fine) MF-DJ NEWS

**Strumenti**

Stampa

Condividi

Invia

Ricerca avanzata News

Help

**Le News piu' lette**

1. Consob, Savona agirò con prudenza. Puntiamo alla blockchain 21/02/2019
2. La Juve a picco a Piazza Affari 21/02/2019
3. Apple e Goldman Sachs insieme per una nuova carta di credito 21/02/2019
4. Wall Street in lieve calo, indice Fed Filadelfia delude 21/02/2019
5. Alleanza Tim-Vodafone nel business delle torri 21/02/2019

pubblicità

## Mar Rosso e Caraibi guidano le vendite del 2019 di Veratour



TOUR OPERATOR  
11/10

14 pagine | 0 Tweet

Leggi anche: Veratour

**Veratour** rompe un lungo silenzio e, a poche settimane dalla conferenza stampa di presentazione dei dati di bilancio e delle novità del 2019, traccia un primo quadro dell'andamento dell'anno in corso.

### ARTICOLI DI APPROPRIAMENTO

**TOUR OPERATOR** 21/02/2019 | 1283  
**Silenziosamente Veratour**  
DI REMO VINCIGUERRA

**TOUR OPERATOR** 14/02/2019 | 1032  
**Robinur-Veratour, parte la campagna per i Veracub**

PUBBLICITÀ

"Sono ancora i dati iniziali, vedremo alla fine dell'anno - puntualizza il direttore generale **Stefano Pompili** (nella foto) -. La cosa importante è che stiamo lavorando bene, che i clienti riconoscono il nostro impegno e ci premiano con le loro scelte. Anche le nuove strutture inaugurate stanno funzionando in linea con le nostre previsioni". Secondo le cifre diffuse dal tour operator l'anno di questo corso una crescita del 28 per cento delle prenotazioni, dato che consentirà all'azienda di raggiungere un aumento di fatturato a fine anno di 10 punti percentuali.

### Le destinazioni

Anche in casa **Veratour** si conferma al momento il piano ritorno del Mar Rosso, area in cui i volumi stanno praticamente raddoppiando rispetto al 2018, ma quasi tutte le destinazioni in programmazione risultano in crescita, con punte del 50 per cento a Caraibi, mentre l'Italia si conferma in aumento a doppia cifra. Unica eccezione le Canarie, in calo del 12 per cento.

"La nostra vera forza è data dalla collaborazione con le agenzie di viaggi, con il circuito Veratour e network", evidenzia il direttore commerciale Massimo Broccoli -. Vediamo il 100 per cento del nostro prodotto tramite agenzie e i risultati sono eccezionali, siamo in grado di distribuire esclusivamente su questo canale e vincente".

14 pagine | 0 Tweet

Leggi anche: Veratour

TI INTERESSA QUESTA NOTIZIA? ISCRIVITI A TTG REPORT, LA NEWSLETTER QUOTIDIANA

### COMMENTI DI FACEBOOK

## TTG 22.02.2019

### NOTIZIE PRINCIPALI

TRAVELNOTIZIE 22/02/2019 | 0433

#### Perché volare è sicuro Le statistiche del 2018

11/10

È un bilancio positivo anche se dai due voli a pelo colpito dalle tate sulla sicurezza in mare. Le statistiche del 2018 mettono infatti in luce

TRAVELNOTIZIE 22/02/2019 | 0412

#### L'Antitrust multa Ryanair e Wizzair per le regole sul bagaglio a mano

11/10

"Le modifiche apportate alle regole di trasporto del bagaglio a mano grande, il tray, costano una perdita commerciale scemita in quanto l'ignaro consumatore sull'effettivo prezzo del biglietto". Con questo ...

TOUR OPERATOR 22/02/2019 | 1104

#### Corrado Munarin approda in Yalla Yalla

11/10

TRAVELNOTIZIE 22/02/2019 | 0401

#### L'inevitabile destino dei piccoli vettori La profeta del ceco di Air Dolomiti

11/10



**TTG REPORT** RICEVI OGNI GIORNO VIA EMAIL LE NOTIZIE DI TTG

**TTG AGENTI SEGRETI**  
STORIE E NOMI  
DI CHI STA CAMBIANDO  
IL MERCATO

**TTG LAB**  
WEBINAR E-LEARNING

### PIÙ LETTE

OGGI | 04/02/2019

- 1 **Alitalia, la  
romba l'inglese  
per il piano  
di salvataggio**
- 2 **Pattinazione  
estremista,  
a via corraloni del  
Fisco**
- 3 **Norwegian Air  
abbassa le agenzie  
Armani prima stop  
alle vendite**
- 4 **L'inevitabile destino  
dei piccoli vettori  
La profeta del ceco  
di Air Dolomiti**
- 5 **Perché volare è sicuro  
Le statistiche del 2018**
- 6 **Dianeyditi Parla, lo  
scandalo è attivo per le  
agenzie**
- 7 **Lincoln e lo stop estivo  
tutti i paesi di Malpensa**
- 8 **L'obiettivo: Trenitalia  
"Ridurre il costo di  
tutti i nostri  
compartimenti" Prolo**
- 9 **Silenziosamente  
Veratour**

### IL COMMENTO DEL DIRETTORE

REMO VINCIGUERRA

21/02/2019 | 1244  
**Silenziosamente Veratour**  
Spinti dal mercato. Comunicazione ridotta al minimo. Una strategia legale. Veratour, società ...

19/02/2019 | 1130  
**Amarcord Totocalcio**  
Il Totocalcio, che ricordi. Tra una radio a transistor e la televisione ...

11/02/2019 | 1149  
**La prudenza di Echaya**  
Per Echaya non si sapeva mai se non vi sono  
certezze e ...

Vedi tutti >

### DIGITAL EDITION

### TRAVEL GUIDE

EUROPA VIAGGI

Questo sito utilizza cookie tecnici e, previo tuo consenso, cookie di profilazione, di terze parti, a scopi pubblicitari e per migliorare servizi ed esperienza dei lettori. Per maggiori informazioni o negare il consenso, leggi l'informativa estesa. Se decidi di continuare la navigazione o chiudendo questo banner, invece, presti il consenso all'uso di tutti i cookie. [OK](#) [Informativa estesa](#)

CANALI ANSA > Ambiente ANSA Viaggiart Legalità&Scuola Lifestyle Mare Motori Salute Scienza Terra&Gusto

Seguici su:   

**ANSA ViaggiArt** > Evasioni

Fai la Ricerca

Vai a ANSA.it

Vai al Meteo

Bellezza | Gusto | **Evasioni** | Low Cost | In Poltrona | Nel Mondo | Speciali | FOTO | VIDEO | Regioni | Cosa vuoi vedere?

ANSA.it > ViaggiArt > Evasioni > E' San Faustino, ecco i viaggi giusti per i single

## E' San Faustino, ecco i viaggi giusti per i single

Sette idee per partire da soli, in Italia e all'estero



Di Ida Bini 14 febbraio 2019 19:44

[Scrivi alla redazione](#) [Stampa](#)



mAR ROSSO © ANSA/Ansa

CLICCA PER INGRANDIRE

**COPENAGHEN** - Se siete da soli e non ne potete più di offerte di viaggi per coppie, ecco alcuni suggerimenti per viaggiare da soli, senza ansia e, anzi, godendosi appieno la libertà di muoversi e di prendersi cura di sé. Magari proprio a San Faustino, che il 15 febbraio festeggia chi non ha ancora incontrato l'anima gemella.

**Discese notturne in Valtellina** - A Santa Caterina Valfurva e a Bormio, famose e bellissime località di montagna della Valtellina, si scia anche di sera sotto le stelle sulla mitica pista intitolata a Deborah Compagnoni e sul suggestivo tracciato Stelvio. Si scia al tramonto di venerdì, 15 febbraio, fino a sera con le luci e le fiaccole accese che delimitano le piste. E' l'occasione per godersi un weekend all'insegna dello sport, del benessere e del buon cibo delle due località di montagna valtellinesi. Per maggiori informazioni: [www.valtellina.it/sci-notturno-in-valtellina](http://www.valtellina.it/sci-notturno-in-valtellina)

**Arte e luce a Copenaghen** - D'inverno la capitale danese è piena di atmosfera, con angoli suggestivi e i canali imbiancati dalla neve. Nel mese di febbraio, inoltre, c'è un ricco calendario di eventi e di spettacoli; tra questi il "Copenaghen Light Festival" è una manifestazione con installazioni, attrazioni luminose e giochi di luci gratuiti che interagiscono con le architetture e gli spazi urbani e che illuminano la città. Le opere d'arte, disseminate in 40 diversi luoghi tra le strade, i parchi o lungo il porto, sono tutte da scoprire, da soli o con tour guidati, a piedi o in battello tra i canali. In occasione del festival è aperto fino al 25 febbraio anche il celebre parco dei divertimenti Tivoli, con varie attrazioni che illuminano i suoi giardini. Tra le opere più belle, meritano di essere

### DALLA HOME ANSA VIAGGIART



**Santo Domingo, tra ristoranti gourmet e cioccolato**

Gusto



**E' San Faustino, ecco i viaggi giusti per i single**

Evasioni



**Gerusalemme installa mangiatoie per gatti**

Nel Mondo

**Sydney, Opera House arruola cani anti-gabbiani**

Nel Mondo



**Musei, 20 ingressi gratis ogni anno**

Bellezza

### PRESSRELEASE



**Il Maestro Lucarelli: «Turismo e orchestre private? Reciproci vantaggi»**

Pagine Srl SpA



**Aeroporto di Venezia, BEI firma il finanziamento da 150 milioni per l'ampliamento**

FATTORETTO Srl

scoperte: "Fumo colorato sotto i ponti", installazione realizzata dagli artisti Hans e Madsen che si basa su un gioco di luci tra gli archi, l'aria e l'acqua sotto i ponti di Slotsholmen, dove con l'uso del fumo e dei colori si creano nuovi spazi urbani, dando libero sfogo all'immaginazione e alla curiosità. Sulla Kulturtårnet (la torre della cultura) si proiettano i video artistici "Flow" di Tokyo Blue con composizioni cromatiche astratte, mutevoli e lente, mentre City & Harbour ha previsto una grande installazione di Jakob Kvist per la nuova costruzione di Århusgadekvarteret: è una scultura luminosa composta da 16 fasci di luce raggruppati in un quadrato che creano una colonna di luce innalzata nel cielo, visibile da tutta Copenaghen. Sul lago del Tivoli, infine, si svolge la "Profezia di Vølven", uno spettacolo di suoni e luci, accompagnato da musica elettronica, che racconta la storia della mitologia nordica; il lago è illuminato da 33 lampade sospese create dall'artista dano-islandese Olafur Eliasson che galleggiano tra gli alberi, formando delle geometrie luminose e fluttuanti. Info: [www.visitdenmark.it](http://www.visitdenmark.it)

**Sauna a piedi nudi** - Se amate la montagna e avete bisogno di staccare la spina e di dedicarvi del tempo, il lussuoso Romantik Hotel Turm di Fiè allo Sciliar, in provincia di Bolzano, propone un'esperienza indimenticabile a contatto con la natura. All'interno della sauna dell'edificio duecentesco con vista sulle Dolomiti, una distesa soffice e profumata di pino mugò regala le stesse sensazioni di quando si passeggia nel bosco. Il pavimento ricoperto da strati di ramoscelli freschi, morbidi e calpestabili offre i benefici del trattamento kneipp, che stimola la circolazione, e delle proprietà balsamiche e rilassanti dell'aroma di pino mugò. Il suo olio essenziale, infatti, allevia i dolori muscolari e cura le vie respiratorie. All'uscita dalla sauna c'è un percorso kneipp che, con acqua fredda, restituisce energia e vitalità per affrontare dopo il meritato relax un'altra giornata sugli sci.

Per maggiori informazioni: [www.romantikhotels.com](http://www.romantikhotels.com)

**Al caldo del Mar Rosso** - E' il classico dei classici: il villaggio turistico consente di fare una vacanza in totale libertà ma senza sentirsi mai del tutto soli. Si fa sport, si assiste a spettacoli e si fanno escursioni di gruppo, lasciando a ognuno la libertà di scegliere ciò che preferisce. Partendo il 16 o il 23 febbraio è possibile recarsi al caldo del Mar Rosso per scoprire la barriera corallina o distendersi sulla sabbia bianca di Marsa Alam, Sharm el Sheikh o Marsa Matruh. Immane è l'escursione nel deserto a dorso di cammello. I tour operator [Veratour](#) e Eden Viaggi propongono diversi villaggi, ognuno adatto alle proprie esigenze.

**Alla maratona di Siviglia** - Si corre il 17 febbraio per le strade e i monumenti del capoluogo andaluso: il percorso è di 42 chilometri e 195 metri e si svolge lungo le vie della città, partendo e arrivando allo stadio Olimpico dell'isola della Cartuja. E' l'occasione per scoprire questa bellissima e accogliente città spagnola, partendo venerdì mattina e rientrando la domenica sera, dopo aver partecipato alla gara sportiva ([www.zurichmaratonsevilla.es](http://www.zurichmaratonsevilla.es)). Ecco, per chi ha poco tempo a disposizione, 7 cose immancabili da fare in città: visitare il palazzo reale, antica fortezza araba e mirabile esempio dell'architettura mudéjar con saloni, cortili e giardini; entrare alla Giralda, emblema della capitale andalusa, la torre campanaria della cattedrale gotica e rinascimentale insieme; passeggiare nel quartiere Triana sulla riva occidentale del Guadalquivir, che racchiude l'anima antica e quella moderna della città. Fotografarsi a plaza de España, la bellissima e scenografica piazza decorata con ceramiche e marmi all'interno del parco di Maria Luisa, e visitare Casa di Pilato, capolavoro dell'arte rinascimentale del XV secolo. Infine, assistere a uno spettacolo di flamenco e "tapear" nelle vie del quartiere ebraico fino a notte fonda.

**Bansky e la street art a Milano** - Irriverente, anticonformista e illegale: è la mostra sul writer Bansky, mai autorizzata dall'artista di Bristol, che il Mudec di Milano ha organizzato fino al 14 aprile. Nel museo di via Tortona nel capoluogo milanese sono esposte 70 opere dello street artist "senza volto", la cui reale identità è ancora sconosciuta. La mostra, intitolata "The Art of Bansky, a visual protest", raccoglie dipinti, sculture, stampe, fotografie e video che illustrano con uno sguardo retrospettivo il

lavoro dell'artista. Da sempre Banksy si dissocia dalle mostre didattiche e soprattutto a pagamento, quindi anche il Mudec per rispetto al writer ha già fatto sapere che l'esposizione di Milano "non è ufficiale né autorizzata".

Chi ama la street art ha a disposizione un tour tematico organizzato dall'associazione Another Scratch In The Wall, che anche il 15 febbraio parte alla scoperta delle opere d'arte di strada dei quartieri milanesi: il percorso dura circa due ore ed è disponibile in italiano e in inglese. E' consigliabile indossare scarpe comode per camminare e acquistare un biglietto per salire sugli autobus. Il costo del tour di 10 euro e 50 è interamente investito in progetti per fare crescere la cultura dei graffiti e della street art a Milano. Vicino al Mudec c'è anche la possibilità di imbarcarsi su un battello e navigare da qualche ora fino a un'intera giornata, ammirando lungo il corso dei Navigli progettati da Leonardo paesaggi inediti, per poi in bici o in carrozza scoprire sentieri naturalistici e storici. Venerdì 15 febbraio è possibile seguire la linea delle Conche, partendo dall'Alzaia Naviglio Grande 4 alle 15, alle 16.05, alle 17.10 e alle 18.15. Il biglietto costa 12 euro.

**Il cibo del mondo in una via di Londra** - Upper Street, nel quartiere Islington di Londra, nella parte nord della metropoli, ha un primato: è la strada d'Europa con il maggior numero di ristoranti. Su circa un chilometro di via, infatti, si può mangiare in 400 diversi locali: dall'italiano "Radici" al turco "Gallipoli", dall'indiano "Masala Zone" al giapponese "Tenshi", dallo scandinavo "Rok" al messicano "Wahaca". E' come fare un giro del mondo gastronomico in pochi passi ed è solo una delle numerose occasioni per visitare la capitale britannica e lasciarsi sedurre dalle sue tante proposte. In questo caso il cibo etnico è il protagonista del tour a Islington, quartiere residenziale, dove si va per vedere l'Arsenal che gioca, per fare shopping a Camden's Passage, delizioso mercatino del vintage, o per compiere un pellegrinaggio fino a Canonbury Square, dove George Orwell scrisse 1984. La vera attrazione del quartiere resta comunque Upper Street, dove i ristoranti offrono la cucina di tutto il mondo in una grande scorpacciata multietnica, con locali a buon mercato aperti fino a tardi e i marciapiedi affollati di gente fino alle ore piccole. Insomma, un luogo dove stare bene e non sentirsi affatto da soli.

RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright ANSA



Scrivi alla redazione Stampa

**TI POTREBBERO INTERESSARE ANCHE:**



**Inglese fluente in 2 ore**

Ann Langome



**Crociere: parte da Genova il primo**

ansa.it



**Crociere: Costa Luminosa parte da Venezia per il giro...**

ansa.it



**Sembra mal di schiena ma non lo è, 18.000 italiani...**

ansa.it



**Nel 2019 Mater(i)a si fa P(i)etra - ViaggiArt**

ansa.it



**Trovato un alieno nel lago di Garda - Ambiente &...**

ansa.it



**Le 9 mete più "instagrammabili" da visitare nel...**

ansa.it



**Celentano denuncia, io e Claudia...**

ansa.it

# A colpi di villaggio

Perché Nicolaus ha investito 5,2 milioni di euro per aggiudicarsi il marchio Valtur? Nessuna imprudenza o sconsiderata spavalderia, ma la certezza assoluta di fare un affare. Perché le vacanze in villaggio – con il loro confortante all inclusive – sono oggi più che mai una garanzia. E se nel tour operating vale la legge della concentrazione, nel segmento dei club si assiste

a una repentina moltiplicazione dei brand.

Tra le novità i nuovi CiaoClub di Eden e la doppietta KappaClub-Coralia dei francesi di Kappa Viaggi. New entry che non spaventano Veratour, forte dei suoi 200 milioni di euro di fatturato. «La concorrenza sana e di alta qualità è stimolante». Parola del direttore commerciale Massimo Broccoli.

> a pag. 4-6

## Sfida a colpi di villaggio testa a testa tra i player

**OPERATORI** Sempre più club negli scaffali: da Valtur ai nuovi CiaoClub. Il format all inclusive funziona e l'offerta lo dimostra

**G.M.-R.R.**

Villaggi, villaggi, villaggi. Più o meno lussuosi. Più o meno distanti. La sfida del travel italiano nel 2019 passa da qui. Vuoi per la percezione di sicurezza tra le sue mura, vuoi per il confortante all inclusive, il Club è l'asso nella manica dei t.o. in questa fase di incertezza sociale ed economica. Un prodotto salva-famiglie anche grazie agli sconti, talvolta alle gratuità, e all'assistenza garantita ai bambini. Un evergreen che, a colpi di promozioni, consente alle agenzie e ai network di portare a casa con largo anticipo grosse fette di fatturato.

**La prima, grande, notizia è il ritorno** in campo di Valtur sotto le insegne Nicolaus, che ha dato il via alle vendite della summer 2019 al grido #finalmente-

valtur. L'estate vedrà la bandiera del celebre (e finora travagliato) marchio "valorizzazione turistica" sventolare in cinque destinazioni: l'Italia con due strutture in Calabria e Sicilia, ma soprattutto il medio e lungo raggio con veri "gioiellini" in Turchia, Tunisia, Egitto e Maldive.

Dalla stessa famiglia Pagliara, è pronta a decollare la stagione dei Nicolaus Club – più orientati alle famiglie, in location a portata di mano – con alcune new entry importanti: il debutto sul Mar Rosso con tre club e l'esclusiva per il mercato italiano del Garden Toscana Resort, struttura ex Valtur.

Per entrambi i brand, più i lussuosi Raro, l'obiettivo è raggiungere quota 190 milioni di fatturato entro il 2021. «Una previsione attendibile – afferma il patron Giuseppe Pagliara – perché il ritorno del brand è impetuoso. Il cliente lo richiede, le agenzie ne hanno bisogno».

**Su un altro fronte, quello torinese** del polo Alpitour, la novità dell'anno è l'arrivo anche in Italia dei villaggi a marchio CiaoClub di Eden Viaggi, t.o. che

presiederà il segmento anche con gli Eden Village. Lo stesso Gruppo guidato da Gabriele Burgio opererà anche questa estate con la sua massiccia parata di Bravo Club. E se Alpitour France si fa largo Oltralpe proprio con il brand Bravo Club, dal mercato francese è sbarcato alcuni mesi fa in Italia Kappa Viaggi, parte del Gruppo Versailles Voyages, che a sua volta è sotto il cappello dell'importante holding Ng Travel di Olivier Kervella. Novità di stagione di "mister K" sono tre villaggi nel Mediterraneo: il Club Coralía Rasciada, a Castelsardo, in Sardegna; il Club Coralía Lipari, in provincia di Agrigento, in Sicilia; e il Club Coralía Chc Athina a Creta in Grecia.

**Nuovi brand che non sembrano spaventare** sua maestà Veratour, tra i re della villaggistica made in Italy, forte del suo fatturato di oltre 200 milioni di euro, del grande appeal sulla distribuzione e di un'armata composta da circa 40 tra Veraclub e Verare-sort, di cui tre nuovi ingressi 2019 a Marsa Alam, Sharm el Sheikh e nella tunisina Djerba. Veratour

sa il fatto suo e lo dimostra il direttore commerciale Massimo Broccoli che, pungolato sul ritorno di Valtur, risponde sereno: «Una concorrenza sana e di alto livello

è stimolante, tanto più ora che la domanda è favorevole e le agenzie di viaggi “cariche”».



080830



**We love Italia! + Bambino Gratis!**  
Supercommissione 16% Italia  
Italia Grecia e Spagna



## Veratour, Broccoli: «Ora cresciamo su tutti i target»



08 febbraio 07:00 2019

da Giulia Di Camillo  
Stampa questo articolo



È forte lo stimolo di una concorrenza «presente, sana» e di livello, come ad esempio quella della [Valtur firmata Nicolaus](#), in un momento in cui la domanda sul mercato «è particolarmente favorevole» e le [agenzie di viaggi](#) «sono piene e di conseguenza cariche». Merito anche «della qualità dei network».

Il tu per tu con **Massimo Broccoli**, direttore commerciale di **Veratour**, è sotto il segno dell'ottimismo e soprattutto della soddisfazione, con un 2018 che per il tour operator guidato da **Stefano Pompili** ha di certo superato i 200 milioni di fatturato e il nuovo anno che – già trainato dal 70% e più di early booking – potrebbe non solo portare a 30 il numero di bilanci utili consecutivi, ma far parlare di un nuovo record: «Ad oggi, siamo già al +35%, e da mesi favorevoli come aprile, mi riferisco ai ponti, mi aspetto grandi cose», aggiunge Broccoli.

### A dicembre c'è stata l'apertura di Antigua...

«È un Veracub, questo, che in realtà ci ha preso in contropiede. Non pensavamo a una partenza così positiva: è sempre pieno. Certo, stiamo parlando di una struttura che vanta una posizione invidiabile in quanto si trova su una delle più grandi e belle spiagge caraibiche, la Jolly Beach. Parlando comunque di una fase di startup, ovviamente, andranno apportati dei miglioramenti, in particolare per quanto riguarda il lato alberghiero».

### Nell'ultima Convention VeraStore, a Marsa Matrouh, si è parlato di scouting su destinazioni attualmente non servite e poco presenti nell'offerta dei competitor. Come procedono i lavori su questo fronte?

«Ora è davvero complicato dire un nome perché stiamo valutando di tutto e di più. Però, già se pensiamo ad Antigua, la destinazione rappresenta per gran parte un esempio in tal senso. Nel 2019, a parte i tre nuovi villaggi tra Egitto e Tunisia, non abbiamo altre novità in termini di aperture».

### Egitto e Tunisia. Ci sarà tanto Nordafrica nel 2019 di Veratour. Quanto vale per voi, ad oggi, questo mercato?

«Sì, uno degli obiettivi del nuovo anno è proprio quello di svilupparsi ancora di più in aree importanti come il Nordafrica, che grazie al suo prorompente ritorno sul mercato traina gran parte delle vendite. La domanda per [Egitto e Tunisia](#) è molto forte, e ci sono proprio queste due mete tra le più gettonate di quel 70% che ha optato per l'advanced booking».

### Nel mirino, poi, anche una maggiore differenziazione dei target.

«Sto approfondendo il profilo dei millennial, ma contemporaneamente anche quello degli over 18, con cui già lavoriamo molto e qui credo che siamo stati bravi a toccare un nervo abbastanza sensibile (un esempio di spicco è il Veracub Sunset Beach di Zanzibar, ndr), e della terza età. Dopo il 2019, le intenzioni sono anche quelle di ampliare le strutture dove siamo già presenti e targettarle».

### I rapporti con i network, invece, come sono?

«Noi abbiamo adottato una politica di concentrazione della distribuzione e sono contento del lavoro che facciamo con i network e anche con le adv VeraStore. Abbiamo siglato accordi, la maggior parte stretti, con tutte le principali reti di agenzie, e con ognuna abbiamo sinergie che possono definire assolutamente positive e diverse. Differenti perché i contratti che firmiamo sono ad hoc, commisurati ai loro progetti specifici. Nell'ultimo periodo i network hanno compiuto un salto qualitativo importante: l'evoluzione è significativa e con loro si creano opportunità concrete».

### Ultimo, non per importanza, il tema degli adeguamenti carburante. Alpitour, viste le continue oscillazioni del jet fuel, ha cambiato la sua policy. Quali sono le intenzioni di Veratour?

«Veratour manterrà la sua impostazione classica, considerando anche che ha un catalogo annuale molto lungo. È vero non è semplice rispettare i parametri anche se i cambi sono comunque marginali, ma abbiamo preferito non modificare nulla. Il nostro può essere definito anche arcaico come sistema, ma le nostre agenzie di viaggi sanno come muoversi, preparando bene il cliente. A parer mio, non ci sono grandi sistemi alternativi, se non rivedere i contratti con le compagnie aeree».

Articolo "taggato" come:

Massimo Broccoli Veratour

Iscriviti alla Newsletter

Registrati

discover the routes of life  
**MOLDOVA**

**SCOPRI LA MOLDOVA A BIT MILANO, 10-12 FEB**

Bit - Fieramilanocity - MICO Stand N. A113-B112 Pad. 4

www.moldova.travel

Entra su TravelID

Ultimi Contenuti Webinar

REDAZIONE - 07/02/2019

**"Il Grande Nord di Giver, tra aurora boreale e sole di mezzanotte": nuovo webinar il 21 febbraio**

Il Grande Nord nel webinar Giver Giver Viaggi e Crociere prosegue con la sua programmazione... [Continua >](#)

MONIA GIOVAGNOLI - 04/02/2019

**Caesar Tour - Bologna e Firenze**

Caesar Tour ricerca per la filiale di Bologna e per quella di Firenze Agente di Viaggio es... [Continua >](#)

MONIA GIOVAGNOLI - 04/02/2019

**Apprendista - Roma**

Le Ragazze Viaggi cerca apprendista biglietteria aerea, ferroviaria, marittima e prenotazi... [Continua >](#)

MONIA GIOVAGNOLI - 04/02/2019

**Contabile - Roma e provincia**

Agenzia viaggi giapponese ricerca un/una contabile per la propria sede di Roma. Candidato/... [Continua >](#)

KAMI - 03/02/2019

**Iran 2019**

Le iscrizioni sono aperte entro il 28 febbraio... [Continua >](#)

I più letti della **Settimana**

- 1 Valtur colonizza Milano con la campagna "Finalmente"
- 2 Gattinoni acquisisce la maggioranza di



### VIAGGI



## ZANZIBAR, LA SCELTA "COOL" PER L'INVERNO AL MARE

Grande successo anche nelle recenti vacanze natalizie per l'isola al largo della Tanzania

Zanzibar si riconferma la regina dell'inverno per le vacanze al mare. L'isola dell'Oceano Indiano situata al largo delle coste della Tanzania è una delle mete più apprezzate dai viaggiatori italiani. Anche quest'anno ha fatto registrare afflussi record con il tutto esaurito per le vacanze natalizie e resterà tra le destinazioni più gettonate per tutto il resto della stagione. Secondo il Centro Studi [Veratour](#) nel periodo da Novembre 2018 ad aprile 2019, farà segnare un complessivo +8% rispetto all'anno precedente in termini di volumi. Un risultato eccezionale dati i livelli già altissimi della scorsa stagione. Insomma si può dire che Zanzibar sia ormai a pieno titolo uno di quei posti da visitare assolutamente almeno una volta nella vita. La fama e la crescita degli ultimi anni è più che meritata. Crocevia di natura, storia e spiagge paradisiache, Zanzibar rappresenta la vacanza perfetta per alternare mare ed escursioni.

La città principale anch'essa chiamata Zanzibar (o Stone Town) è ricca di testimonianze architettoniche e storiche della cultura swahili, è stata dichiarata patrimonio dell'umanità UNESCO Zanzibar fu anche un luogo centrale del commercio di schiavi dell'Est dell'Africa, nonché della via delle spezie. Ancora oggi una parte significativa della sua economia si basa sulla produzione di chiodi di garofano, noce moscata, cannella, pepe e zenzero. Il piatto forte di Zanzibar sono sicuramente le spiagge. Grazie a una superficie molto estesa vanta una varietà di panorami unica: le spiagge bianche dal sapore maldiviano sono sicuramente le più apprezzate dal turista. Una delle gite più richieste è infatti quella all'isola di Nakupenda, una lingua di terra a una quarantina di chilometri dalla costa totalmente disabitata e senza vegetazione. Un lembo di sabbia strappato al mare dalle maree che ne fanno variare le dimensioni a seconda della luna. Oltre allo splendido mare, Zanzibar permette di apprezzare appieno il sapore più tradizionale dell'Africa. I caratteristici villaggi che sorgono abbarbicati alle strade principali sono costituiti per la maggior parte da case di fango; fatto salvo per le arterie principali che tagliano l'isola, le strade non sono asfaltate e l'economia locale è affidata alle coltivazioni e a improvvisate bancarelle. Considerata un piccolo paradiso dal punto di vista naturalistico negli ultimi anni ha visto crescere di molto l'arrivo di turisti stranieri. [Veratour](#) ha sull'isola due villaggi: il [Veraclub Zanzibar Village](#) a Kiwengwa e il [Veraclub Sunset Beach](#) a Nungwi entrambi nella categoria Atmospha Collection, linea dedicata a chi cerca un ambiente rilassante, curato nei particolari e con molta attenzione alla privacy e alla tranquillità.



### I PIU VISTI

NEWS

SPORT

LIFESTYLE

PANORAMATV:  
MOTORI

ICON

CURIOSITÀ

PANORAMA  
D'ITALIA



NOVITÀ

Viaggiare sicuri: l'elenco della Farnesina con i Paesi sconsigliat...



VACANZE

Finis terrae, viaggi alla fine del mondo



VACANZE

10 luoghi dove non è mai inverno

TRAVELLER , VACANZE

# A Marsa Matruh e El Alamein: vacanze in Egitto sì o no?

14 JAN, 2019

di ANTONIO LEGGIERI



La terra dei Faraoni sta lentamente tornando ad essere una delle mete desiderate dal turismo italiano. Ma è bene andarci? Siamo stati sul Mediterraneo africano, dove il turismo si fa «scortati», per toccare con mano la situazione attuale



All'aeroporto di **Marsa Matruh** bisogna tenere tutti i documenti personali e di viaggio bene in vista, per favorire i controlli del personale di sicurezza. A ogni angolo ci sono metal detector pronti a scansionare qualunque cosa gli passi accanto e autoctoni con addosso abiti neri dozzinali, autorizzati a ispezionare a fondo ogni valigia. Non è un caso che per la **sicurezza aeroportuale** l'Egitto abbia negli ultimi anni speso qualcosa come 60 milioni di euro: il che spiega anche l'affiancamento di **caccia militari** ad alcuni voli turistici.

La base di partenza di questo viaggio in Egitto è proprio Marsa Matruh, capoluogo del governatorato più grande del Paese. La città, l'ultimo centro abitato prima del confine libico, è **separata dal Sahara dalla lunghissima strada 40**, una lingua di asfalto bollente che divide la zona accessibile – le decine di chilometri di costa cementificati con un numero imprecisato, in continuo divenire, di villaggi turistici – da quella che è bene considerare *off-limits*. Diciamolo subito, soprattutto per i cuori più impavidi: è «vivamente sconsigliato» entrare nelle regioni desertiche egiziane in questo delicato momento storico anche se si è esperti, anche se si viaggia con una guida locale, anche se è forte la tentazione di raggiungere la non lontanissima **Oasi di Siwa**, uno degli **ultimi baluardi del popolo berbero**. Il motivo è semplice: nessuno (o quasi) sarà in grado di **garantire la vostra incolumità** se vi allontanate troppo dalla costa e vi avventurate nell'entroterra.

#### LEGGI ANCHE

[Viaggiare sicuri: l'elenco della Farnesina con i Paesi da evitare](#)

Restiamo sulla costa, dunque. Il tratto di **Mediterraneo africano** che va da Marsa Matruh a El Alamein è un tratto di acque dai riflessi turchesi, che guizzano su banchi di **sabbia sottilissima e setosa**. Oggettivamente bellissimo. A ridosso di queste acque, nell'Almaza Bay, spunta l'arabeggiante **Jaz Oriental Resort** di **Veratour**, protagonista di una stagione da tutto esaurito che alcuni addetti ai lavori hanno etichettato come la conferma della rinascita turistica della terra dei Faraoni. Tra questa folta schiera di ottimisti c'è **Stefano Pompili**, direttore generale del tour operator romano, che ha definito il 2018 «l'anno del rilancio dell'Egitto, dopo le fortissime battute d'arresto provocate dal terrorismo. Tutta l'area ha fatto registrare per noi una crescita del 120%, ponendo le basi per l'apertura di tre nuove strutture in Nord Africa». Si tratta del **Veraclub Utopia e del Montemare** – che saranno inaugurate nel marzo 2019 rispettivamente a Marsa Alam e

#### TOP STORIES



HOTEL

**13 chalet per far l'amore tra le Alpi**

di FABIANA SALSI

Sharm El Sheikh – e di un nuovo villaggio a Kelibia, in **Tunisia**, a maggio.

#### LEGGI ANCHE

[Una vita in vacanza a El Gouna, «città-resort» egiziana tra mare e deserto](#)

È dal quartier generale del Jaz Oriental che mi sposto diretto a est lungo la **polverosa carreggiata della 40**, una specie di palcoscenico alla **Fast & Furious in salsa egiziana**, dove i trabiccoli degli allevatori poveri vengono sorpassati a velocità estreme dai macchinoni dei beduini abbienti, che grazie al business della pastorizia si sono anche costruiti case in stile villoni anni '70.

A 180 chilometri da Marsa Matruh c'è la città di **El Alamein**, con il suo sacrario militare italiano e il Cimitero del Commonwealth, che accolgono i resti dei giovani caduti nello scontro tra Impero britannico e forze-italo tedesche durante la seconda guerra mondiale. Il percorso per giungere a El Alamein dura un paio d'ore e non permette di essere pienamente rilassati: **sulla strada ci sono alcuni posti di blocco e sul mio stesso pulmino, accanto all'autista, viaggia un energumeno con delle armi a portata di mano**. Non si tratta di un "privilegio" da giornalisti: il traffico privato di stranieri in Egitto è, di questi tempi, spesso accompagnato da scorte di polizia.

All'altezza di **El Dabaa** compare alla mia sinistra un muraglione di cui non si riesce a vedere la fine. La guida mi spiega che dall'altra parte della barricata si sta lavorando a un **progetto mastodontico**: la costruzione di una centrale nucleare in collaborazione con i russi, uno dei due partner politici e commerciali che sta pompando miliardi nelle vene dell'economia egiziana per permetterne la ripartenza. L'altro partner è rappresentato dal blocco formato da **Emirati Arabi Uniti e Arabia Saudita**: a partire dal 2013 entrambi questi Paesi hanno rimpolpato le casse della Banca centrale egiziana e investito sul territorio un paio di miliardi di dollari, usati anche per la cementificazione dei 300 chilometri di costa tra Marsa Matruh e Alessandria.

È però anche merito del turismo nostrano se l'Egitto sta provando a ingranare di nuovo la marcia. I numeri più recenti ci dicono che la **presenza italiana è tornata a crescere** sia nel 2017 – secondo i dati comunicati dal ministero del Turismo egiziano si è registrato un +94% rispetto all'anno precedente – che nel primo semestre del 2018 in cui, secondo Emad Fathy Abdalla, direttore dell'ente del turismo egiziano in Italia, ci sono stati «oltre 153mila arrivi dall'Italia, il 53% in più rispetto allo scorso anno». Certo, **[l'Egitto è tra le mete che la Farnesina sconsiglia di visitare e per le quali suggerisce di avere bene presente il contesto generale prima di prenotare un viaggio](#)**. Siamo quindi molto lontani dai risultati del 2010 quando il turismo valeva per l'Egitto **12,5 miliardi di dollari** e impiegava il 12% della



VACANZE

**Qatar, la forza che viene dal deserto**

di RAFFAELE PANIZZA



WEEKEND

**Sant'Antonio Abate: la notte degli animali che parlano e del fuoco che purifica**

di PAOLA MANFREDI

forza lavoro dell'intero paese. Sotto le piramidi ai tempi d'oro transitavano 14,7 milioni di visitatori, di cui un milione di italiani.

Nonostante i segnali incoraggianti – provenienti anche dalle località sul **Sinai** e sul **mar Rosso** – il 2019 sarà insomma un altro anno di transizione per l'Egitto, in attesa dell'inaugurazione nel 2020 del **Grand Egyptian Museum**, il più grande museo egizio del mondo e nella speranza che il contesto permetta alla terra dei Faraoni di tornare ad essere la meta turistica di una volta.

## MORE

### NOVITÀ

**I ponti del 2019:**  
quali prendere e  
dove andare

### VACANZE

**Oroscopo del**  
**viaggiatore: a ogni**  
**segno la sua meta**

### TEMPO LIBERO

**Inverno in camper:**  
destinazione terme  
naturali

VIAGGI RELAX



## FROM SOCIAL MEDIA



[Visualizza il profilo](#)

**ttc**  
Travel Trade Caribbean

**GAVIOTA TOURS CUBA**

QUALITY AND PROFESSIONALISM  
GUARANTEED FOR YOUR EVENT IN CUBA.

HOME TOURISM EVENTS BUSINESS TRANSPORTATION SPECIAL FEATURES GALLERIES BULLETIN GALLERY

Home » Noticias destacadas » TTC Special: Italian tourism rediscovers the Caribbean

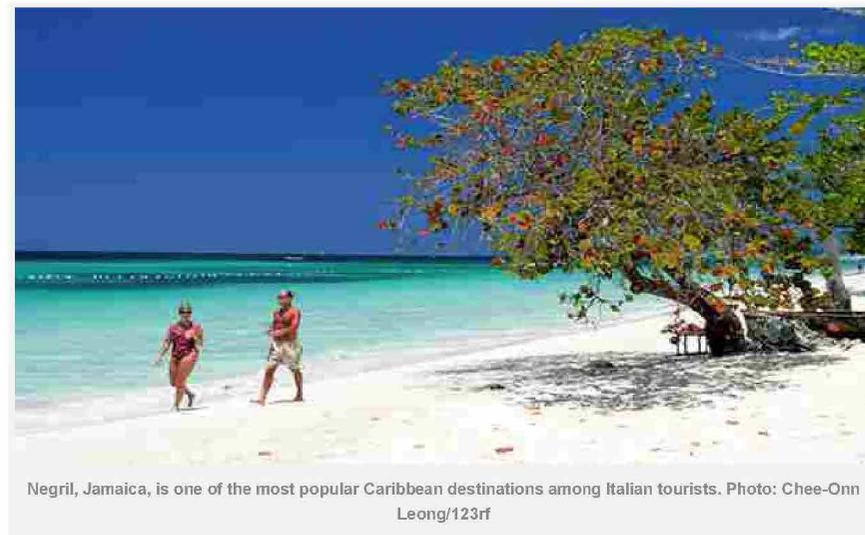
**delphinario**

**DONDE VIVE UN AMIGO**  
Varadero / Cienfuegos / Cayo Guillermo / Cayo Largo del Sur  
**PROXIMAMENTE**  
Delfinario de Santa Lucía, Camagüey

**VALMORCS**  
Cuba

## TTC Special: Italian tourism rediscovers the Caribbean

January 4, 2019 34 Views



By Frank Martin

Italian tourism is increasingly attracted to the Caribbean not only for holidays but also for business.

2019 can be an excellent time for Italians who watch with interest the Caribbean paradisiacal islands.

Examples of regional islands that raise the interest of Italian tourists and businessmen are Jamaica, Antigua and Cuba.

Over the last years Jamaica has becoming more popular for Italians.

According to official sources of Jamaican tourism, that island is becoming more and more popular for Italians with Negril and Montego Bay being the biggest draws.

### ADVERTISEMENT

**ttc** Next Edition:  
**Fitur 2019**  
Join Us!

### RECENT POSTS

- Barbados awarded by Expedia Group  
January 4, 2019
- Tourism: Sense of optimism in the Caribbean  
January 4, 2019
- Caribbean destinations reported growth in tourists arrivals  
January 4, 2019
- It's official: Health networks for touristic zones of Dominican Republic the Dominican Republic  
January 4, 2019
- Point of View: Russian-Cuban Projects May Triple Passenger Traffic On Island  
January 4, 2019
- TTC Special: Italian tourism rediscovers the Caribbean  
January 4, 2019
- Saint Vincent and the Grenadines decriminalizes marijuana  
December 29, 2018
- The Caribbean must awaken to sea-level rise threat — South Florida can help  
December 29, 2018

### SUBSCRIBE TO OUR NEWSLETTER

Email

Last year Jamaica's Tourism Minister Edmund Bartlett celebrated a meeting with Laurent Parent, Senior Executive for Alpitour World, Italy's largest Tour operator.

One result was that Alpitour which owner of the Italian airline, NEOS, decided to increase the number of seats into Montego Bay, Jamaica from Italy using a new Boeing 787 Dreamliner aircraft started in May of 2018.

Parent, a Senior Executive for Alpitour World, Italy's largest tour operator, noted in that moment that the new aircraft replaced existing scheduled for the Boeing 767 charter service between Milan and Montego Bay.

Bartlett noted that Italy is among the lead countries being targeted in Jamaica's ongoing European tourism growth strategy which in 2017 recorded 325,804 European tourists approximately 31,000 more than in the year 2016. Jamaica welcomed in 2016 near 14,000 Italians tourists that represented a 44.5 percent increase over 2015.

Antigua and Barbuda announced in December that will be receiving 6000 new visitors from Italy in 2019, as a result of an alliance with **Vera Tour** an Italian entity.

The Government of Italy has a long standing relationship with CARICOM, an organization of fifteen Caribbean islands established in 1973. Its major activities involve coordinating economic policies and development planning.

In the Caribbean and outside of Caricom, Cuba is a destination of growing interest for Italian tourists, and for small companies linked to that sector of the European nation.

Since the beginning of 2018 the Cuban tourism authorities started a promotional campaign in Italy during the 32nd edition of the Italian Tourism Bureau (BIT).

Last November Cuba's Minister of Tourism, Manuel Marrero participated in a tourism event in Milan.

Addressing bilateral agreements with Italian companies, Marrero talked in that occasion about recent negotiations with Blue Panorama for the addition of two Boeing 737 aircraft to fly international routes as well as support and improve domestic flights, which he called essential to maintain excursions and multi-center trips.

According to Marrero, Italy has always been among the ten top markets for Cuba's tourism industry, with the island having welcomed a total of 147,900 Italian tourists in 2018.

Even when this figure is a decrease from the same time last year, Marrero remains hopeful and trusts the newly established negotiations to help attract more Italian visitors in the winter season.

Choose your Language/s \*

- Receive in English
- Receive in Spanish
- Receive in Italian

Please upgrade to a [supported browser](#) to get a reCAPTCHA challenge.

[Why is this happening to me?](#)

Subscribe

SPECIAL OFFER



Related



Closure of Italian Embassy in Santo Domingo: Obscure Reasons



Adventure and risk tourism: Is it worth it? December 10 2012



TTC Special: Caribbean tourism found an ally, agriculture

## Sommaro Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
	Rubrica Veratour			
29	Il Sole 24 Ore	13/03/2019	TURISMO, NUOVO RECORD DI BILANCIO PER VERATOUR: FATTURATO +10,2%, UTILI A +48%	2
26	Affari&Finanza (La Repubblica)	18/03/2019	VERATUR, LA CRESCITA VIAGGIA A DUE CIFRE (P.Pilati)	4
13	MF - Milano Finanza	13/03/2019	VERATOUR	6
29	Italia Oggi	13/03/2019	BREVI - VERATOUR	7
36/37	Il Giornale	31/03/2019	UN ALTRO EGITTO: MARE E DESERTO TRA STORIA E CULTURA (C.Saporiti)	8
34/37	Dove	01/04/2019	RITORNO NEL BLU	10
	Ilgiornale.it	31/03/2019	UN ALTRO EGITTO: MARE E DESERTO TRA STORIA E CULTURA	14
	Ttgitalia.com	25/03/2019	VERATOUR, TRIS SUL MAR ROSSO	16
1	Travel Quotidiano	22/03/2019	VERATOUR; BILANCIO SEMPRE POSITIVO MENO FATTURATO, PIU' MARGINI	17
	Ttgitalia.com	21/03/2019	VERATOUR SUL MAR ROSSO: "TORNANO I GRANDI VOLUMI"	19

# Turismo, nuovo record di bilancio per Veratour: fatturato +10,2%, utili a +48%

Il tour operator italiano chiude il 2018 a 224 milioni di euro come volume d'affari, nei income per 12 milioni di euro. Per il 2019 punta a una crescita del 7-10%

La ricetta è semplice: attenzione al cliente, cura del prodotto, rispetto per i partner, Made in Italy e tanto impegno. Eppure si fa fatica a credere che questi pochi ingredienti bastino a Veratour per chiudere il bilancio record della sua storia con 224 milioni di euro di fatturato, +10,2% rispetto all'esercizio 2017, numeri che sono stati presentati ufficialmente in conferenza stampa a Milano. Per il tour operator italiano che dalla fondazione non ha mai chiuso in rosso, si tratta del 29° anno consecutivo in attivo, credenziali che hanno portato Veratour ad essere oggi il secondo player nazionale, leader nel settore villaggi e capace di raccogliere la sfida di un mercato non facile, quello turistico, caratterizzato da forte concorrenza e da alte aspettative da parte dei clienti.

"Nel tempo ci siamo evoluti ma non abbiamo mai messo in discussione i nostri valori e il nostro modo di fare impresa, - spiega Carlo Pompili amministratore delegato Veratour, - alle logiche del low cost e dei grandi numeri abbiamo preferito mantenere un approccio umano, una cura sartoriale verso i clienti e un rapporto onesto con i nostri partner. Su tutto lo dimostra la nostra politica commerciale: noi vendiamo il 100% del nostro prodotto tramite

agenzie di viaggio". Seppure la presenza sul web del tour operator sia incisiva e supportata da forti investimenti, la fase di acquisto di un qualsiasi prodotto Veratour può essere completata solo in agenzia di viaggio, partner che l'azienda non ha mai abbandonato in tempi dove la vendita diretta online ha rivoluzionato il nostro modo di viaggiare. Più che una scelta in controtendenza si tratta di un modello di business collaudato per Veratour, convinta che un cliente correttamente consigliato da un professionista sia un cliente soddisfatto. Un parametro misurabile attraverso l'enorme numero di cosiddetti *repeaters*: clienti che prenotano una seconda vacanza a meno di 12 mesi dalla precedente. In Veratour sono circa il 42%. Quali che siano gli elementi di successo di questa azienda, i numeri parlano chiaro. Guida-



Famiglia Pompili

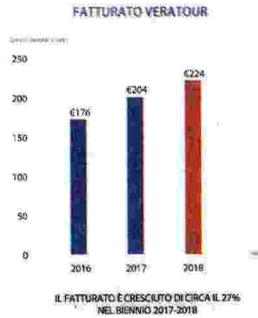


Grafico andamento bilanci Veratour

ta ancora dal fondatore Carlo Pompili, amministratore delegato, dai suoi due figli Stefano direttore generale e Daniele general manager divisione villaggi e dal direttore commerciale Massimo Broccoli, Veratour oltre al fatturato vede crescere l'Ebt del 28,45% (dai quasi 11,5 milioni del 2017 ai 14,7 milioni del 2018), e l'utile netto del 48,7% passando da poco più di 8 milioni a 12 milioni. Pur avvalendosi di alcune sopravvenienze determinate dalla Patent box, tassazione agevolata dei redditi derivati dall'utilizzazione di beni immateriali quali know-how,

marchi, brevetti, ecc. la crescita dell'Ebit del 13,95% (dai quasi 12 milioni ai 13,6 milioni di quest'anno) è dirimente: al di là delle contingenze fiscali si tratta di una solida crescita organica, ottenuta in un periodo storico non certo tra i più felici per l'economia italiana.

"La vacanza è ormai considerata essenziale per il benessere delle famiglie, la giusta ricompensa dopo un anno di lavoro, - continua Stefano Pompili - la prima cosa che una famiglia cerca è che la vacanza sia davvero un momento di comfort e relax: un bel resort e una spiaggia paradisiaca sono necessari ma non basta, oggi viene richiesta molta attenzione e cura da parte della struttura. Veratour si impegna per portare la qualità del Made in Italy nei settori chiave di assistenza, cucina e animazione: al personale residente nei villaggi

Veracub affianchiamo ogni anno oltre 800 collaboratori italiani".

Gli standard qualitativi non sono facili da mantenere date le profonde differenze geografiche e una distribuzione degli oltre 40 villaggi Veracub in tutto il mondo: Caraibi, Nord Africa, Oceano Indiano, Estremo Oriente e Mediterraneo per circa 4mila camere. Una diversificazione che permette una copertura della stagionalità per tutto l'anno. Gli investimenti fatti negli ultimi anni hanno permesso a Veratour di ampliare il numero di strutture offerte soprattutto nel Nord Africa, la ritrovata frontiera del turismo italiano (vedi approfondimento). Con la crescita degli ultimi anni sono state incrementate le partnership con le compagnie aeree, in particolare Neos. Alitalia e Blue Panorama che collegano gli aeroporti italiani con le principali destinazioni internazionali attraverso voli charter e di linea.

La ricetta del successo non sembra essere in discussione. Veratour punta a una crescita del 7-10% annuo nel medio periodo, a mantenere la leadership nel segmento villaggi e a incrementare l'offerta con nuove destinazioni e nuovi Villaggi Veracub.

	2016	2017	2018
Fatturato totale Veratour	176 MIL	204 MIL	224 MIL
<b>Incidenza destinazioni sul totale del fatturato</b>			
Caraibi & Usa	32%	26%	23%
Egitto & Tunisia	3,5%	8%	15%
Italia	13%	15%	15%
Mediterraneo (Grecia/Baleari)	26%	23%	22%
Isole Canarie	11%	10%	8%
Oceano Indiano	14%	18%	17%



## Veratour e quella scommessa sul Nordafrica

Gli esperti del settore turistico non hanno dubbi: oggi il protagonista è l'Egitto. Il Mar Rosso, come altre aree del Nord Africa, ha conosciuto grandi oscillazioni da quando è diventata meta ambita dai viaggiatori italiani: le fasi di crescita smodata dei primi anni 2000 sembravano inarrestabili, così come i crolli della domanda dopo il 2010. Da due anni la destinazione è nuovamente in crescita e permette agli analisti di fare previsioni al netto rialzo.

Un'idea di quale siano le preferenze dei viaggiatori italiani arriva guardando la distribuzione geografica del fatturato **Veratour** 2018. Alcune mete restano intramontabili come le Maldive o Zanzibar e fanno rimanere stabile già da diversi anni l'area dell'Oceano Indiano con un'incidenza del 17% sul fatturato. Costante anche l'Italia che aveva conosciuto un periodo di forte crescita negli anni scorsi perché percepita come più sicura, nel 2018 si aggiudica il 15% del totale. Calano invece i Caraibi -3% e il resto del Mediterraneo, -1%. Ribassi non eccezionali ma indicativi di una tendenza precisa: i viaggiatori tornano in Nord Africa, Egitto e Tunisia per **Veratour** raddoppiano l'incidenza sul fatturato per il secondo anno consecutivo. Da un valore



Veraclub Reef Oasis in Egitto

del 3,5% nel 2016, si è passati all'8% nel 2017 e al 15% del 2018.

“Per l'Italia non esiste un equivalente strategico del Nord Africa – spiega Daniele Pompili general manager del settore villaggi **Veratour** – alla vicinanza geografica si uniscono un'alta qualità del servizio e prezzi competitivi. Un mare meraviglioso e un clima che praticamente non conosce stagionalità, garantiscono temperature ottimali tutto l'anno. Per questo abbiamo deciso di investire nell'area, nel 2018 abbiamo aperto tre nuovi villaggi Veraclub: Sharm el Sheik e Marsa Alam per l'Egitto, dove oggi in totale abbiamo sei resort e Kelibia in Tunisia che si affianca a quelle già presenti di Djerba e Mahdia”.

Le passate festività natalizie testimoniano il grande ritorno di queste mete che hanno consentito a **Veratour** di prevedere per il 2019 una crescita dell'area di circa il 50%.

Strategie

# Veratour, la crescita viaggia a due cifre

PAOLA PILATI, ROMA

È ormai il secondo tour operator italiano alle spalle di Alpitour. Una espansione supportata da 30 milioni di liquidità

I consumi degli italiani ristagnano? Non quelli per le vacanze. Almeno secondo i conti di **Veratour**, il tour operator con 40 villaggi nel mondo, che negli ultimi anni non ha fatto altro che crescere, bilancio dopo bilancio. Quello del 2018 registra un nuovo record: 224 milioni di fatturato, con un più 10% sul 2017, 14,8 di ebit, e 12 di utile contro gli 8 milioni del precedente. «Gli italiani preferiscono più una bella vacanza

che comprare una nuova auto», è la spiegazione di Stefano Pompili, direttore generale, figlio del fondatore Carlo.

Nata nel 1990, la spa famiglia ha individuato la sua nicchia in un mercato assai competitivo, che nel tempo ha visto sparire molto operatori concorrenti. Spazzati dai fallimenti, o dal processo di aggregazione che ha fatto emergere un asso pigliatutto in Alpitour, quotata in Borsa. Ora che anche Eden Viaggi, il secondo operatore in Italia, è stato conquistato, tra il numero uno e **Veratour** è match diretto. Che assomiglia però all'incontro tra Davide e Golia: la "piccola" **Veratour** ha abbastanza munizioni per difendersi, e grinta per imporsi. Questo grazie a una riserva di liquidità di 30 milioni, e

una cura maniacale nel caratterizzare il suo brand. «Se ieri bastava una spiaggia e un ombrello

ne, oggi i clienti vogliono una travel experience», dice Pompili. E cioè? «Corsi di cucina, di sport particolari come il krav maga, di make-up per le bambine, di outdoor cycling».

Quello che non vogliono, i clienti italiani, è trovare un trattamento troppo esotico a tavola, e nel servizio. Dunque la formula **Veratour** è: cucina italiana con brigate di cuochi nostrani, animazione italiana per i ragazzi, confort e accoglienza italiani. «Un format che applichiamo a tutti i nostri villaggi, anche quelli in co-management, e in qualsiasi parte del mondo, come se fossimo una catena alberghiera», spiega il direttore generale. Funziona, visto che quattro ospiti su dieci decidono non solo di tornare in un **Veratour**, ma lo fanno entro i 12 mesi. «Abbiamo una clientela medio-alta, che ha speso in media 1.275 euro a persona nel 2018 per una settimana di vacanza, volo incluso», spiega Pompili: «Siamo attentissimi a tenercela stretta».

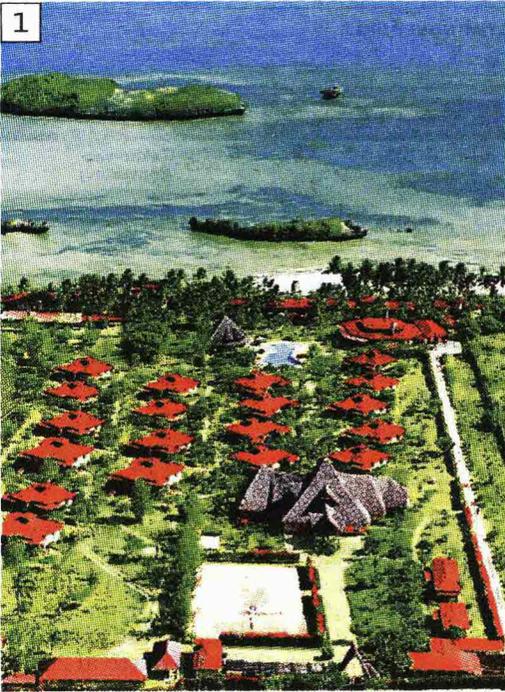
#### LEADER NEI VILLAGGI

Per ora ci sono riusciti, visto che sono leader del segmento villaggi. Ma l'espansione mette a rischio di passi falsi, che farebbero perdere risorse. «Ogni nuova struttura deve avere una spiaggia bianca bellissima e non più di 200 camere», racconta Pompili, che oggi è a caccia di una nuova location per arricchire il portafoglio di proprietà. Dei 40 villaggi, infatti, metà non sono gestiti direttamente, ma in co-management. Come accade nei sette villaggi in Grecia, per esempio, il cui proprietario deve rispettare il format **Veratour** e accettare l'af-

fiancamento del team italiano. Altri sono in affitto. Solo due sono i villaggi in proprietà diretta, e si trovano in Sardegna, dove i Pompili hanno acquistato il terreno e costruito, e che a questo punto dell'anno sono già al 70% prenotati per luglio e agosto. L'Italia infatti è sempre fortissima come destinazione estiva. Per l'inverno, i tre villaggi in Egitto e i tre in Tunisia hanno ricominciato a dare soddisfazioni dopo il crollo di qualche anno fa. Queste due destinazioni facevano il 34% del fatturato nel 2010, sono scese al 4% nel 2015. La ricerca di mete alternative ha spinto ad aprire villaggi a Zanzibar, Kenya, Mauritius, Madagascar e Canarie. Ma adesso il Mar Rosso e la Tunisia sono risaliti al 15% del fatturato. Tanto quanto pesa l'Italia. Le destinazioni nell'Oceano Indiano rappresentano il 17% del fatturato, i Caraibi il 23 e il resto del Mediterraneo il 22. Il resto del fatturato, il 10 circa, proviene dal ramo di attività chiamato "tailor made", cioè dai viaggi su misura.

«Un mercato potenzialmente infinito», dice Pompili. Dichiarazione sorprendente, visto il dilagare dei viaggi fai da te sul web. **Veratour** dimostra il contrario: la sua rete di vendita sono sempre le agenzie. Erano date per spacciate, e si sono in effetti ridotte del 30%, ma per i Pompili sono una interfaccia fondamentale con i clienti. «Siamo cresciuti grazie a loro, e restiamo lealmente agganciati a questa rete commerciale. Solo le agenzie riescono a raccontare come si deve il prodotto **Veratour**. E servono a rassicurare il compratore, che per una vacanza di due settimane con la famiglia spende sui 10 mila euro».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Stefano Pompili**  
dg di Veratour

1 Il villaggio **Veratour** di Watamu in Kenia, a 120 km dall'aeroporto di Mombasa e 25 km da Malindi



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

### VERATOUR

■ **Veratour** ha chiuso il 2018 con un volume d'affari di 224,3 milioni, in crescita del 10,2% e un utile netto a 12 milioni in aumento del 48,7%. Il gruppo prevede una crescita a 285 milioni di ricavi al 2021.



**Veratour** ha chiuso il 2018 con un giro d'affari di 224,3 milioni, in miglioramento del 10,2% su base annua. L'utile netto è cresciuto del 48,7% a 12,065 mln.

The thumbnail shows a financial page with the following sections:

- MEGLIATI E FINANZA** (top header)
- Finanziatori, depauperati** (headline)
- Armuti sbarca in Cina** (headline)
- helvetia** logo and data table
- CAPIALI** section with various market indicators
- INDICAZIONI** section with market forecasts
- CONFERENZE** section with event listings

**CONTRASTI**

Accanto, uno degli scorci di sabbia bianca e mare turchese nella baia di Almaza Beach. Nell'altra pagina, il famoso cippo con la frase commemorati va «Mancò la fortuna, non il valore» all'arrivo a El Alamein



**VACANZE MEDITERRANEE**

# Un altro Egitto: mare e deserto tra storia e cultura

*Le spiagge infinite, i toccanti sacrari di El Alamein e l'Oasi di Siwa, dove il tempo sembra essersi fermato ad Alessandro Magno*

**Camilla Golzi Saporiti**

È tutto giallo e azzurro attorno a Marsa Matrouh. Il giallo colora le dune del Sahara occidentale, le lunghe e ampie spiagge affacciate sul Mediterraneo, le strade polverose e le case delle cittadine della provincia, le architetture dei sacrari di El Alamein e le pietre dell'Oasi di Siwa. Mentre l'azzurro dipinge le onde del mare, le acque delle sorgenti e ogni punto del cielo. Tonalità diverse, ma entrambe così intense da colpire all'istante all'arrivo e da restare impresse a distanza di tempo al ritorno. Un po' come questa fetta di Egitto del Nord che si ritaglia uno spicchio di terra, deserto e costa tra Alessandria (300 chilometri a ovest) e il confine libi-

co (250 chilometri a est).

Meno battuto e più sconosciuto delle piramidi sul Nilo, del Cairo e del Mar Rosso, questo tratto di Egitto settentrionale scopre un volto del Paese che non è da trascurare. Perché è tranquillo - non è interessato ad alcuna segnalazione da parte della Farnesina - e sorprendente. Perché è vario e completo. Perché è comodo e vicino.

Lo si raggiunge in tre ore di volo diretto, atterrando a Marsa Matrouh che, servita da un piccolo aeroporto, consente

poi di raggiungere in mezz'ora scarsa il susseguirsi di lagune dalle acque color zaffiro separate dal mare nostrum da un cordone di sabbia e di rocce che si dipana per chilometri senza soluzione di continuità. E che da inizio maggio a fine settembre regala una lunga stagione estiva, con sole in superficie e caldo sott'acqua. I tour operator «vendono» questa zona come i Caraibi del Mediterraneo. Non hanno torto, anzi. Per chi ama spiaggia e mare qui trova pane per i suoi denti. Il litorale di Marsa Matrouh è

una sfilata di spiagge da sogno con sabbia fine e acque limpide. Non ci sono i fondali del Mar Rosso, ma chilometri di sabbia bagnati da acque che non ci si aspetta: sono un incrocio riuscito tra i colori di Formentera e i riflessi dei Caraibi. Tanto che ogni giorno si può scegliere dove stendersi al sole e tuffarsi in mare. E ogni giorno diventa una sorpresa, una bella sorpresa. Tra le più affascinanti spicca Almaza Beach, da molti considerata, senza esagerare, tra le più belle dell'intero Mediterraneo (e

080830



qui sorge una delle top strutture **Veratour**: il villaggio Jaz Oriental; info: [www.veratour.it](http://www.veratour.it); prenotazioni: nelle migliori agenzie di viaggio). Tra i suoi punti forti c'è quello di avere acque dalla temperatura di circa quattro gradi superiore alla media mediterranea. A pochi chilometri a nord-ovest continua lo spettacolo con la baia chiamata i Bagni di Cleopatra, nelle cui acque cristalline, secondo la leggenda, l'epica regina egiziana si bagnò; e poi la spiaggia di Romel, molto adatta ai bambini per il mare

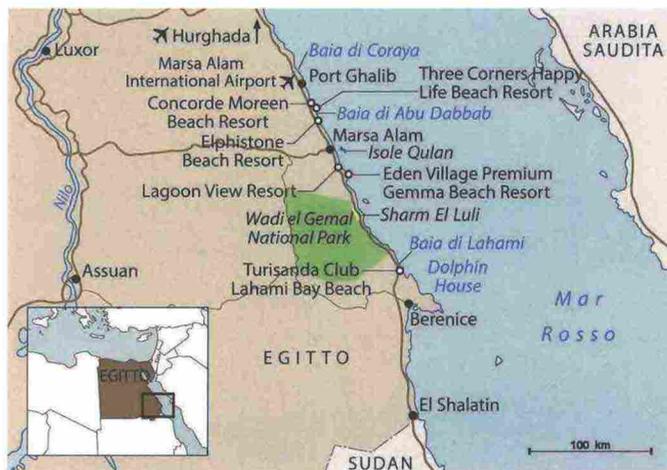
poco profondo, e la spettacolare Aghibaa, tutta punteggiata di grotte naturali. Qui la conformazione del litorale non offre soltanto un paesaggio da cartolina che merita di essere ammirato e immortalato in tutto il suo disarmante splendore, ma offre anche scenari e paesaggi di grande effetto, complice il contrasto tra scorci sinuosi e rocce ribelli erose dal vento.

Non solo sabbia e mare, però. Perché, se nella cittadina di Marsa Matrouh c'è ben poco da visitare, non si può dire al-

trettanto nell'Oasi di Siwa. Si trova nel Sahara occidentale, a una novantina di chilometri dal confine con la Libia, e si spinge sin quasi a toccare il Deserto Bianco, l'unico al mondo in cui la sabbia sembra neve e in cui particolari massi di pietra calcarea emergono dal suolo, come fossero sculture d'arte contemporanea. Dopo qualche ora di 4x4 da Marsa Matrouh, lungo una vecchia strada carovaniera, compaiono in mezzo alle dune, tra coltivazioni di datteri e olive tra i migliori in assoluto, casette di fango color ocra, villaggi fantasma e finalmente Siwa. È un'oasi dove la cultura e i costumi sono gli stessi da quando Alessandro Magno vi soggiornò nel 331 a.C. Si parla il siwi, un dialetto berbero, le donne indossano veli neri, le case sono di fango, sale e paglia e le attività ruotano attorno a 300mila palme e 70mila ulivi, alimentati da 300 sorgenti di acqua fresca. Completamente diversa l'atmosfera che si respira nei sacrari militari (italiano, tedesco e britannico) di El Alamein, tappa dovuta e toccante.

Info: Ente del turismo egiziano, [www.egypt.travel](http://www.egypt.travel).

## MAR ROSSO WEEKEND MARE



## RITORNO NEL BLU

Più sicura, ben collegata, economica. È il momento di riscoprire la destinazione egiziana. Con le lunghe spiagge e i fondali-spettacolo

di Ilaria Simeone

Dopo anni di turbolenze geopolitiche, il **Mar Rosso** torna a essere un'idea bella e praticabile per una fuga al mare di primavera. Nel 2018 gli italiani che hanno visitato l'Egitto sono stati 421.992, quasi il doppio rispetto al 2017 (dati del ministero del turismo locale). C'è un'accresciuta percezione di sicurezza, soprattutto nelle zone lontane dal Sinai e nei villaggi *all inclusive*.

## CATTEDRALI DI CORALLO

Prossimo al **Tropico del Cancro**, dove il mare incontra il deserto roccioso, **Marsa Alam**, villaggio di pescatori sfiorato da una ricchissima barriera corallina, coniuga una natura spettacolo e una collaudata ospitalità per ogni tipo di viaggiatore, dalla famiglia al *diver* a caccia di relitti sommersi, almeno da quando l'aeroporto, aperto nel 2003, ne ha fatto una meta accessibile e internazionale. Un'avverten-

za: sulle coste del sud il viaggio fai da te è possibile, ma poco praticabile per le rare soluzioni alternative ai villaggi, mentre la formula *all inclusive* non solo dà più affidabilità, ma è anche la più conveniente: una coppia o una famiglia spende la metà che in qualsiasi villaggio italiano, spagnolo, greco della stessa categoria. A chi sta stretta la vita da tutto compreso niente vieta di organizzare escursioni tra le meraviglie della costa, o provare una sera il ristorante di un'altra struttura o qualche locale autentico (basta prenotare un taxi in reception).

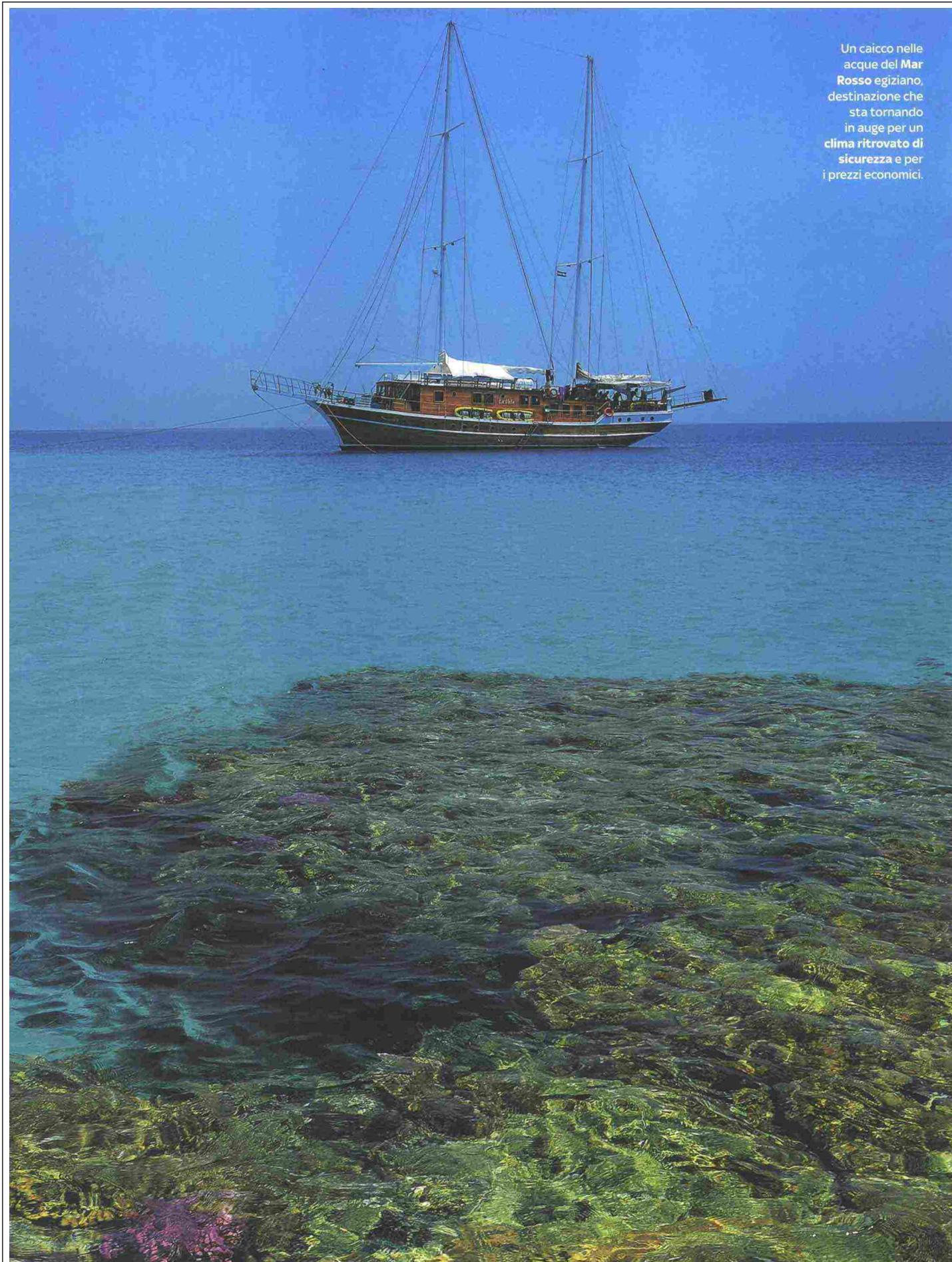
Il litorale è un susseguirsi di baie deserte e spiagge lunghe. I fondali sono un paradiso del corallo, grazie alla giusta salinità, alla temperatura costante, alle correnti da nordovest a sudest che aiutano lo scambio con il Mar Arabico. Qui ci sono alcuni tra i più bei punti d'immersione dell'area. Come l'**Elphistone Reef**, una cattedrale di corallo che emer-



AWL IMAGES

080830

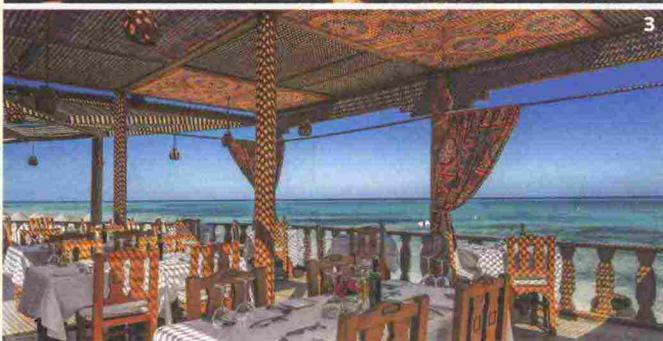
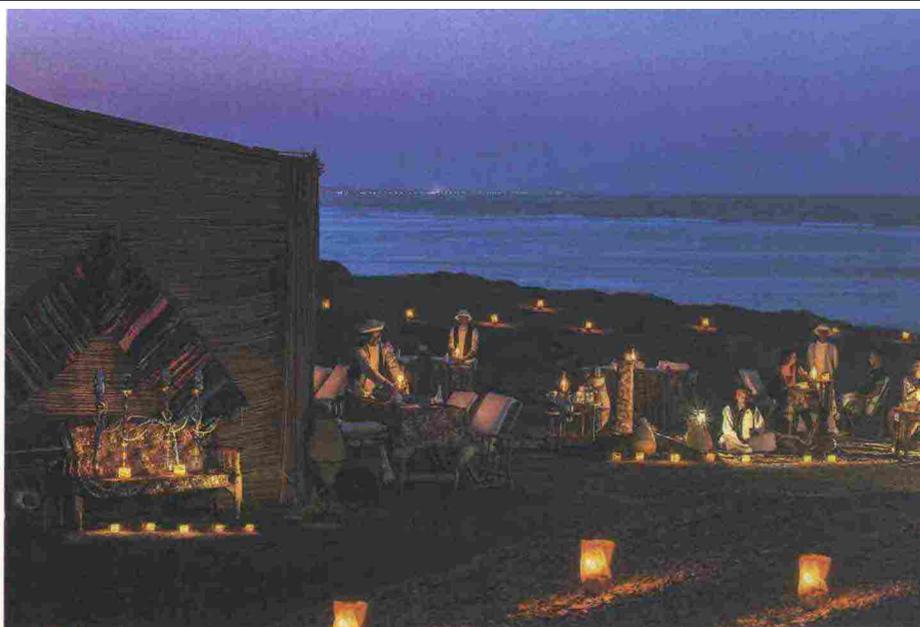
Un caicco nelle  
acque del Mar  
Rosso egiziano,  
destinazione che  
sta tornando  
in auge per un  
clima ritrovato di  
sicurezza e per  
i prezzi economici.



080830

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

## MAR ROSSO



1 | Uno scorcio della barriera corallina egiziana.  
2 | La Baraka Fisherman House del Concorde Moreen Beach Resort, a Marsa Alam.  
3 | Uno dei ristoranti del Veraclub Emerald Lagoon.  
4 | Il Turisanda Club Lahami Bay Beach resort, a Berenice, una delle località più incontaminate.

ge per qualche centinaio di metri, con pareti vestite di alcionari e una miriade di pesci leone, pappagallo, pagliaccio e farfalla. La barriera si raggiunge facilmente dall'Elphinstone Beach Resort, sulla spiaggia di fronte al reef, con grandi camere con terrazza e 475 metri di pontile per scavalcare i coralli fino al mare aperto. Poi, basta una maschera.

## BALLANDO CON I DELFINI

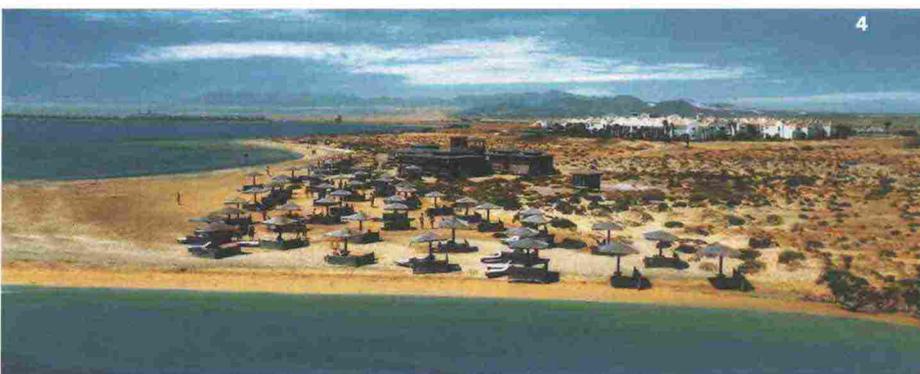
Più a sud, Dolphin House è il regno dei branchi delle stenelle dal lungo rostro, delfini acrobatici che, a maggio, quando sono più numerosi, si vedono nuotare con i bagnanti. Non mancano nemmeno incontri ravvicinati vicino alla costa. Nella baia di Abu Dabbab, pochi metri sott'acqua vive il dugongo, buffo mammifero che raggiunge i cinque quintali. Chi cerca un mare più solitario raggiunge in barca le Qulan, tre piccole isole de-

serte al largo di Marsa Alam, mentre sulla costa si allunga Sharm El Luli, spiaggia di sabbia fine e candida assediata da cime rocciose. Si trova nel parco nazionale di Wadi El Gemal: cinquemila chilometri quadri di zona protetta che comprendono tratti di costa ricoperti di palme e mangrovie, deserto tagliato dai wadi, scenografici canyon, memoria di antichi fiumi,

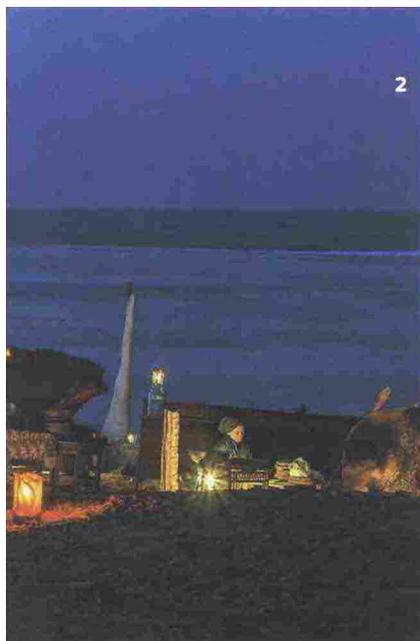
e oltre duemila chilometri di mare, con oltre 450 specie di corallo e più di 1.200 di pesci.

## UNA TERRAZZA SUL MARE

Sono lungocosta i resort migliori, a nord e a sud di Marsa Alam. Posizione invidiabile per il Veraclub Emerald Lagoon: quattro chilometri di spiaggia corallina davanti a una laguna, per nuotare dentro



2



la barriera. E una grande Spa con hamman e sauna. Nella baia di Coraya si trova il Sea Diamond Sensimar Alaya Beach Resort, complesso di archi e terrazze di un bianco abbagliante con spiaggia privata, cinque piscine (una riscaldata) e Spa. Il Three Corners, nuovo, vicino ad Abu Dabbab, è perfetto per avvistare dugonghi e tartarughe. Chi cerca la tranquillità può prenotare il Turisanda Club Lahami Bay Beach di Berenice, resort nell'avamposto più meridionale del Mar Rosso egiziano, dove il reef è spettacolare e il turismo discreto. I sub ammirano il corallo nero a Saint John Reef. A Dolphin Reef, a 15 metri di profondità, ecco una distesa di anfore romane e, poco più in là, il relitto della nave greca *Atlas*, affondata nel 1940 da un sottomarino italiano. Non è necessario immergersi per vedere pesci e coralli; basta la passeggiata sul *baby reef*, barriera che si forma nelle piscine naturali a bordo spiaggia. È in arrivo persino un serial a celebrare il mito del Mar Rosso: *The Red Sea Diving Resort*, spy story ambientata in un villaggio italiano degli anni Ottanta (Netflix ne ha appena acquistato i diritti). La star è Chris Evans. E se perfino il Capitano America degli Avengers fa snorkeling qui...

GETTY IMAGES

## Le nostre scelte

Per una vacanza tipo di sette notti, formula *all inclusive*, nei villaggi, il costo è di circa 800 euro € a persona

### Come arrivare

**In aereo.** Neos Air ([neosair.it](http://neosair.it)) collega senza scali Marsa Alam a Milano, Bologna, Verona, Roma, Napoli da 259,98 € a/r. Air Cairo ([flyaircairo.com](http://flyaircairo.com)) vola da Malpensa con tariffe da 271,38 € a/r.

### Dormire

**SEA DIAMONDS SENSIMAR ALAYA BEACH RESORT**  
Nuova struttura Alpitour con cinque piscine, spiaggia privata, pontile sul mare, ristorante libanese, italiano, asiatico e solo pesce. 290 camere: le *Swim-up* hanno l'accesso alla piscina | **Indirizzo:** Coraya, Marsa Alam | **Web:** [alpitour.it/francorosso](http://alpitour.it/francorosso) | **Prezzi:** sette notti in camera superior *all inclusive*, con volo, da 1.100 € a persona

**ELPHISTONE BEACH RESORT**  
Sulla celebre spiaggia di Abu Dabbab, camere spaziose, piscine e il diving a due passi | **Web:** [edenviaggi.it/margo](http://edenviaggi.it/margo) | **Prezzi:** sette notti in doppia *all inclusive*, con volo a/r dall'Italia, da 595 € a persona

**BLUE REEF SWAN CLUB**  
Rinnovato da poco, sulla spiaggia di Shagara, in uno dei punti dove la barriera è più ricca e vicina. Gestione italiana | **Web:** [alpitour.it/swantour](http://alpitour.it/swantour) | **Prezzi:** sette notti *all inclusive*, con volo a/r dall'Italia da 714 € a persona

**EDEN VILLAGE PREMIUM GEMMA BEACH RESORT**  
Grande, ideale per chi ha bambini. Sconti dedicati, camere family fino a sei persone, piscine per i piccoli e tanta animazione | **Web:** [edenviaggi.it/ciao-club](http://edenviaggi.it/ciao-club) | **Prezzi:** sette notti in doppia formula *all inclusive*, con volo a/r dall'Italia, da 727 € a persona

**THREE CORNERS HAPPY LIFE BEACH RESORT**  
Ha 300 camere, tre ristoranti, due piscine, con scalette che portano a piccole baie dalla spiaggia sassosa. Se c'è bassa marea si passeggia tra i pesci | **Web:** [edenviaggi.it/ciao-club](http://edenviaggi.it/ciao-club) | **Prezzi:** sette notti in doppia *all inclusive*, con voli, da 602 € a persona

**TURISANDA CLUB LAHAMI BAY BEACH RESORT**  
Sulla baia di Lahami, a Berenice, dove la costa è selvaggia e i resort meno invasivi. Cuoco italiano | **Web:** [turisanda.it](http://turisanda.it) | **Prezzi:** sette notti in doppia *all inclusive* con volo a/r, da 915 €

**VERACLUB EMERALD LAGOON**  
Nel complesso Lagoon View Resort, a 90 chilometri dall'aeroporto, è a gestione italiana. Spiaggia di sabbia corallina. Da provare i trattamenti della Spa e, a pagamento, il corso di kitesurf | **Web:** [veratour.it/villaggi/vera-club-emerald-lagoon](http://veratour.it/villaggi/vera-club-emerald-lagoon) | **Prezzi:** sette notti in doppia formula *all inclusive* con volo a/r dall'Italia, da 812 €

### Mangiare

**BARAKA FISHERMAN HOUSE**  
Sulla spiaggia privata del Concorde Moreen Beach Resort. Per cene romantiche | **Indirizzo:** 92 Marsa Alam, El Qusair Road Abu Dabbab | **Tel.** 0020.65.37.40.101 | **Web:** [marsaalam.concorde-eg.com/it/dining](http://marsaalam.concorde-eg.com/it/dining) | **Prezzo medio:** 25 €

**DIVINO PORT GHALIB**  
Vera cucina italiana nel porticciolo di Port Ghalib | **Indirizzo:** Port Ghalib, Marsa Alam | **Tel.** 0020.10.01.91.99.99 | **Web:** [DivinoPortGhalib](http://DivinoPortGhalib) | **Prezzo medio:** 30 €

**SULTAN RESTAURANT AND CAFE ORIENTAL**  
Tavoli con vista sul porto turistico e raffinata cucina orientale. Provare l'anatra con un buon vino Omar Khayyam | **Indirizzo:** Port Ghalib Marina, Marsa Alam, Al Bahr Al Ahmar | **Tel.** 0020.10.14.70.77.76 | **Fb:** [alsultan.portghalib](http://alsultan.portghalib) | **Prezzo medio:** 25 €

**HAKUNA MATATA**  
Cene, musiche e danze egiziane. Anche per colazioni con succhi, caffè e croissant e pranzi veloci | **Indirizzo:** Port Ghalib Marina, Marsa Alam | **Tel.** 0020.10.01.07.92.47 | **Fb:** [HakunaMatatarestaurantcafe](http://HakunaMatatarestaurantcafe)

### Per saperne di più

**AUTORITÀ EGIZIANA DEL TURISMO**  
**Web:** [egypt.travel.it](http://egypt.travel.it)

**DOVECLUB** tel. 02.89.73.07.95

Con **DoveClub**, a maggio, otto giorni/sette notti *all inclusive* al Jaz Lamaya Resort di Marsa Alam, con spiaggia privata e parco acquatico (a pagamento), in doppia Superior, con volo diretto, da 1.000 € a persona. Plus DoveClub: per chi prenota volo + hotel, assicurazione medico/baglio/annullamento è offerta.



Fotografa il QR e scarica sul tuo smartphone queste informazioni utili

NESCAFÉ GRAN AROMA



il Giornale.it viaggi

RIMBORSO FINO A 10€ se vengono segnati 4 o più goal



SCOPRI DI PIÙ

Home Politica Mondo Cronache Blog Economia Sport Cultura Milano LifeStyle Speciali Motori Abbonamento Cerca

Condividi:



Commenti:



# Un altro Egitto: mare e deserto tra storia e cultura

Le spiagge infinite, i toccanti sacrari di El Alamein e l'Oasi di Siwa, dove il tempo sembra essersi fermato ad Alessandro Magno

Redazione - Dom. 31/03/2019 - 06:00



commenta

Mi piace 0

Camilla Golzi Saporiti

È tutto giallo e azzurro attorno a Marsa Matrouh. Il giallo colora le dune del Sahara occidentale, le lunghe e ampie spiagge affacciate sul Mediterraneo, le strade polverose e le case delle cittadine della provincia, le architetture dei sacrari di El Alamein e le pietre dell'Oasi di Siwa. Mentre l'azzurro dipinge le onde del mare, le acque delle sorgenti e ogni punto del cielo. Tonalità diverse, ma entrambe così intense da colpire all'istante all'arrivo e da restare impresse a distanza di tempo al ritorno. Un po' come questa fetta di Egitto del Nord che si ritaglia uno spicchio di terra, deserto e costa tra Alessandria (300 chilometri a ovest) e il confine libico (250 chilometri a est).

Meno battuto e più sconosciuto delle piramidi sul Nilo, del Cairo e del Mar Rosso, questo tratto di Egitto settentrionale scopre un volto del Paese che non è da trascurare. Perché è tranquillo - non è interessato ad alcuna segnalazione da parte della Farnesina e sorprendente. Perché è vario e completo. Perché è comodo e vicino.

Lo si raggiunge in tre ore di volo diretto, atterrando a Marsa Matrouh che, servita da un piccolo aeroporto, consente poi di raggiungere in mezz'ora scarsa il susseguirsi di lagune dalle acque color zaffiro separate dal mare nostrum da un cordone di sabbia e di rocce che si dipana per chilometri senza soluzione di continuità. E che da inizio maggio a fine settembre regala una lunga stagione estiva, con sole in superficie e caldo sott'acqua. I tour operator «vendono» questa zona come i Caraibi del Mediterraneo. Non hanno torto, anzi. Per chi ama spiaggia e mare qui trova pane per i suoi denti. Il litorale di Marsa Matrouh è una sfilata di spiagge da sogno con sabbia fine e acque limpide. Non ci sono i fondali del Mar Rosso, ma chilometri di sabbia bagnati da acque che non ci si aspetta: sono un incrocio riuscito tra i colori di Formentera e i riflessi dei Caraibi. Tanto che ogni giorno si può scegliere dove stendersi al sole e tuffarsi in mare. E ogni giorno diventa una sorpresa, una bella sorpresa. Tra le più affascinanti spicca Almaza Beach, da molti considerata, senza esagerare, tra le più belle dell'intero Mediterraneo (e qui sorge una delle top strutture Veratour: il villaggio Jaz Oriental; info: [www.veratour.it](http://www.veratour.it) prenotazioni: nelle migliori agenzie di viaggio). Tra i suoi punti forti c'è quello di avere acque dalla temperatura di circa quattro gradi superiore alla media mediterranea. A pochi

Inserisci le chiavi di ricerca

Cerca

Info e Login



login



registrazione



edicola

chilometri a nord-ovest continua lo spettacolo con la baia chiamata i Bagni di Cleopatra, nelle cui acque cristalline, secondo la leggenda, l'epica regina egiziana si bagnò; e poi la spiaggia di Romel, molto adatta ai bambini per il mare poco profondo, e la spettacolare Aghibaa, tutta punteggiata di grotte naturali. Qui la conformazione del litorale non offre soltanto un paesaggio da cartolina che merita di essere ammirato e immortalato in tutto il suo disarmante splendore, ma offre anche scenari e paesaggi di grande effetto, complice il contrasto tra scorci sinuosi e rocce ribelli erose dal vento.

Non solo sabbia e mare, però. Perché, se nella cittadina di Marsa Matrouh c'è ben poco da visitare, non si può dire altrettanto nell'Oasi di Siwa. Si trova nel Sahara occidentale, a una novantina di chilometri dal confine con la Libia, e si spinge sin quasi a toccare il Deserto Bianco, l'unico al mondo in cui la sabbia sembra neve e in cui particolari massi di pietra calcarea emergono dal suolo, come fossero sculture d'arte contemporanea. Dopo qualche ora di 4x4 da Marsa Matrouh, lungo una vecchia strada carovaniere, compaiono in mezzo alle dune, tra coltivazioni di datteri e olive tra i migliori in assoluto, casette di fango color ocra, villaggi fantasma e finalmente Siwa. È un'oasi dove la cultura e i costumi sono gli stessi da quando Alessandro Magno vi soggiornò nel 331 a.C. Si parla il siwi, un dialetto berbero, le donne indossano veli neri, le case sono di fango, sale e paglia e le attività ruotano attorno a 300mila palme e 70mila ulivi, alimentati da 300 sorgenti di acqua fresca. Completamente diversa l'atmosfera che si respira nei sacrali militari (italiano, tedesco e britannico) di El Alamein, tappa dovuta e toccante.

Info: Ente del turismo egiziano, [www.egypt.travel](http://www.egypt.travel).

Raccomandato da 



**Novità tecnologica: la protezione n.1 per il computer ora è gratis**

[AntivirusTop10.com](http://AntivirusTop10.com)

**Speciale:** Viaggi

**POTREBBE INTERESSARTI ANCHE**



**Da Velasca a te: le scarpe artigianali senza costi extra**  
 (Velasca)



**Pensi che la tua casa in affitto possa rendere di più? Ecco come**  
 (sweetguest.com)



**Sai perché sentiamo il bisogno di dormire? Scoprillo subito**  
 (uwell.it)



**Occhiali HD Glasses rivoluzionari amati da tutti gli autisti! Ricevi 1 + 1**  
 (Official HD Glasses)



**Rispondi alla chiamata più**



**Scegli Qualità 10+. Pollo allevato a**



**Editoriali**

**Ho visto il Medioevo Non è poi così male**

di **Alessandro Sallusti**



**Calendario eventi**



- 19 Mar Festa del papà
- 23 Mar Milano-Sanremo
- 24 Mar Elezioni Regionali Basilicata
- 27 Mar David di Donatello
- 31 Mar Ora legale**
- 09 Apr - 14 Apr Salone del Mobile 2019
- 09 Maggio - 13 Maggio Salone del libro di Torino
- 14 Maggio - 18 Maggio Eurovision Song Contest
- 06 Maggio - 19 Maggio Internazionali BNL d'Italia
- 14 Maggio - 25 Maggio Festival di Cannes
- 23 Maggio - 26 Maggio Elezioni Europee 2019
- 26 Maggio Elezioni Comunali

Tutti gli eventi 

[clicca qui](#)

**Trapianto di capelli**  
 L'importanza di una corretta ricrescita dei capelli

**L'opinione**



**Humour negroide**

**Augusto Bassi**



**L'eterna frattura tra il...**

## Veratour, tris sul Mar Rosso



DI MARTINA TARTAGLINO

TOUR OPERATOR 25/03/2019 15:52

di M. Pizzi

Leggi anche: Veratour

Il catalogo Veratour 2019 si arricchisce con l'Utopia Beach di Marsa Alam, segno dell'impegno di Veratour sul fronte del Mar Rosso. La struttura ha aperto i battenti lo scorso 23 marzo, affiancandosi all'Emerald Lagoon e al nuovo Veratour Montemar a Sharm El Sheik, anche questo inaugurato a marzo.

### ARTICOLI DI APPROFONDIMENTO

TOUR OPERATOR 25/03/2019 08:58

#### Veratour sul Mar Rosso: "Tornano i grandi volumi"

di ANITA TARTAGLINO

TOUR OPERATOR 23/03/2019 10:08

#### Tutti sul Mar Rosso L'incognita dei prezzi

di ISABELLA CATTORA

PAROLA

di M. Pizzi

Leggi anche: Veratour

TI INTERESSA QUESTA NOTIZIA? ISCRIVITI A TTG REPORT, I NEWS LETTER QUOTIDIANA

### COMMENTI DI FACEBOOK

**TTG** 25.03.2019

### NOTIZIE PRINCIPALI

TOUR OPERATOR 25/03/2019 08:35

#### Storie: Viaggi di Atlantide Retrosena della vendita

di M. Pizzi



"Un trampolino di lancio verso un futuro brillante" così Pierre Rodot (nella foto), a di de i Viaggi di Atlantide, commenta così l'operazione che, da vista...

TOUR OPERATOR 25/03/2019 08:38

#### L'America western di Davide Catania

di M. Pizzi

Una passione nata davanti alla televisione guardando i film western, quando avveniva solo pochi canali a disposizione e si sembrava di avere comunque tutto? Davide Catania racconta così il suo...

TRAVEL NEWS 25/03/2019 08:40

#### Anche Wow Air è a rischio chiusura: prime cancellazioni

di M. Pizzi

TRAVEL NEWS 25/03/2019 08:42

#### Oggi scoppiano del trasporto aereo: 97 rotte annullate per Alitalia

di M. Pizzi

AGENZIE VIAGGI 25/03/2019 08:04

#### Criber Travel, l'agenzia di viaggi che si trasformò in un brand

di CRISTINA DE VITO

**TTG REPORT** SCRIVIMI  
 RECEVI OGNI GIORNO VIA EMAIL LE NOTIZIE DI TTG

**TTG AGENTI SEGRETI**  
 STORIE E NOMI DI CHI STA CAMBIANDO IL MERCATO

**TTG LAB**  
 WEBINAR SCOPRI I NOSTRI WEBINAR  
 E-LARNING DIVENTA ESPERTO CON I NOSTRI E-LEARNING

### PIÙ LETTE

Oggi 25/03/2019

- 1 Anche Wow Air è a rischio chiusura: prime cancellazioni
- 2 Storie: Viaggi di Atlantide Retrosena della vendita
- 3 Voti cancellati e ritorsioni: i viaggiatori pagano gli agenzieri
- 4 Ryanair vola da Bergamo sull'Alitalia, a ottobre il debutto
- 5 Criber Travel, l'agenzia di viaggi che si trasformò in un brand
- 6 Banca, Bilanciare e il mito di "qualità senza distinzioni"
- 7 Usa e Canada: reazioni del settore dell'aviation
- 8 Thailandia da scoprire, le strategie dei tour operator
- 9 L'America western di Davide Catania

### IL COMMENTO DEL DIRETTORE

PIRELLA GÖTTSCHE LOWE

20/03/2019 12:30 **L'anima svizzera di Alitalia**  
 Tanto, tantissimo, parole e azioni sul possibile soci. E intanto arriva un...

16/03/2019 18:44 **Il viaggio in metropolitana di Ezio Birondi**  
 Sottolinea su alla carica del popolo della metropolitana di Milano. La società...

15/03/2019 12:32 **Storie di compagnie aeree**  
 A volte passano come d'incanto e in altri casi scuotono il mercato...

Vedi tutti >

### DIGITAL EDITION

### TRAVEL GUIDE

Contra il solito Rosso  
**Mar Rosso**

# VERATOUR: BILANCIO SEMPRE POSITIVO

## Meno fatturato, più margini

MILANO ■ Veratour chiude il ventinovesimo bilancio consecutivo in nero, con profitti netti pari a oltre 12 milioni di euro. Quasi un record per il settore, il cui segreto, a detta del fondatore del to

romano, Carlo Pompili, risiede nel non aver seguito la politica dell'espansione del fatturato a ogni costo, riuscendo in questo modo a preservare le marginalità.

A PAGINA 2



# Veratour



## I fantastici quattro

Ecco il gruppo dirigente che guida l'operatore romano. Da sinistra Daniele Pompili Massimo Broccoli Stefano Pompili e, infine, il fondatore e amministratore delegato, Carlo Pompili

## Le nuove aperture 2019



- Veracub Utopia - Marsa Alam (Egitto)
- Veraresort Sunrise Montemare - Sharm El Sheikh (Egitto)
- Veracub Kelbia Beach - Kelbia (Tunisia)
- Veracub Iliade - Djerba (Tunisia)
- Veraresort Aldemar Royal Mare - Creta (Grecia)
- Veraresort Falconara - Sicilia (Italia)

## Trend vendite gennaio-febbraio

Egitto:	+120%
Tunisia:	+120%
Grecia:	+3%
Italia:	+13%
Baleari:	+14%
Canarie:	-12%
Oceano Indiano, Emirati Arabi, Kenya e Zanzibar:	+7%
Caraibi:	+32%
Viaggi con voli di linea:	+22%
<b>Media:</b>	<b>+26%</b>

“  
I primi due mesi del 2019 confermano la tendenza di crescita  
Stefano Pompili

“  
Abbiamo qualcosa in cantiere nelle Baleari  
Daniele Pompili

“  
L'idea è quella di spingere ulteriormente sul concept Verastore  
Massimo Broccoli

# Veratour: 29 bilanci positivi consecutivi

di MASSIMILIANO SARTI

MILANO - Alla soglia del suo trentennale, **Veratour** chiude il ventinovesimo bilancio consecutivo in nero, con profitti netti pari a oltre 12 milioni di euro. Quasi un record per il settore, il cui segreto, a detta del fondatore del tour operator romano, Carlo Pompili, risiede nel non aver seguito la politica dell'espansione del fatturato a ogni costo, riuscendo in questo modo a preservare la marginalità.

Un approccio al mercato che ha aiutato **Veratour** ad attraversare anche i momenti più complessi, su tutti la recente crisi delle destinazioni nordafricane.

E da un paio di anni a questa parte, l'operatore capitolino ha visto finalmente tornare a crescere anche il proprio giro d'affari complessivo, che nel 2018 ha oltrepassato quota 224 milioni di euro, rispetto ai 204 milioni del 2017 e ai 176 milioni del 2016. Un balzo in avanti tradottosi in un aumento più che proporzionale dei margini operativi lordi (ebitda), saliti in 12 mesi del 13,34% fino a quasi 14 milioni di euro. Ancora meglio sono andati poi l'indice ebt (profitti prima delle imposte) e l'utile netto, cresciuti rispettivamente del 28,45% e del 48,7%. Ma in questo caso il dato sconta in positivo sopravvenienze non ricorrenti per

**224 mln€**

Giro d'affari complessivo 2018, rispetto ai 204 milioni del 2017 e ai 176 milioni del 2016

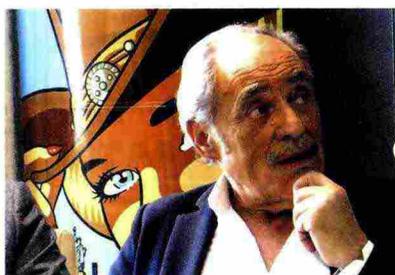
**12 mln€**

Profitti netti alla chiusura del bilancio, il 29° consecutivo in nero

	Estimativo 2018 (in milioni di euro)	2017 (in milioni di euro)	Differenza percentuale
Valore della produzione	224,3	201,043	+10,2%
Ebitda	13,834	12,194	+13,34%
Ebt (risultato ante-imposte)	14,765	11,495	+28,45%
Utile netto	12,065	8,114	+48,70%

oltre 1,5 milioni di euro, accumulate tra il 2015 e il 2017 e legate al regime di Patent box, ossia ad alcune forme di tassazione agevolata relativa ai redditi derivati dall'utilizzazione di beni immateriali quali know-how, marchi, brevetti...

Dati positivi su tutti i fronti, in-



hanno in questo momento più di una perplessità. Sempre quest'anno vedrà poi l'apertura di ben sei resort, di cui due non a caso in Egitto e altrettanti in Tunisia, a cui si aggiungono le inaugurazioni europee di Creta e Sicilia. **Veratour** sta poi guardando anche alla Grecia e alla Spagna, «dove abbiamo qualcosa in cantiere alle Baleari - rivela il general manager divisione villaggi, Daniele Pompili -. Così come cerchiamo in Croazia, sia sulla terraferma, sia sulle isole, nonché in Italia, soprattutto in Sardegna, Puglia e Sicilia». Gli obiettivi di sviluppo di medio periodo parlano quindi di una crescita del fatturato compresa tra il 7% e il 10% annuo, per chiudere il 2021 a quota 285 milioni di euro. Inalterata rimane infine la politica distributiva, che vede sempre le agenzie di viaggio uniche protagoniste delle strategie **Veratour**. L'idea, sottolinea il direttore commerciale Massimo Broccoli, è quella di spingere ulteriormente sul concept Verastore, «che attualmente coinvolge il 6%-8% delle adv tricolori e che puntiamo arrivi presto a pesare per il 60% del nostro fatturato complessivo. Ma naturalmente continueremo anche a lavorare con i grandi network, insieme a cui riusciamo a costruire proposte ad hoc per le agenzie delle loro reti».

## Veratour sul Mar Rosso: "Tornano i grandi volumi"

DI MARTINA TARZIALELO

TOUR OPERATOR | 21/03/2019 | 06:39

Me piace 0 | Tweet

Leggi anche: [Mar Rosso, Veratour](#)

Aprire al pubblico sabato 23 marzo il Veratour-Utopia Beach, il nuovo villaggio Veratour a Marsa Alam. Per festeggiare e condividere i risultati più che positivi del 2018, l'operatore ha portato 170 agenzie nel nuovo villaggio sul **Mar Rosso**, con il quale salgono a 6 le strutture sul Paese.

### ARTICOLI DI APPROFONDIMENTO

TOUR OPERATOR | 12/03/2019 | 13:51  
**Veratour a segno più il made in Italy vince**

TOUR OPERATOR | 21/03/2019 | 12:52  
**Silenziosamente Veratour**

PAROLAS

A fare gli onori di casa, il direttore generale di **Veratour** Stefano Pompili e il fratello Daniele, general manager della divisione villaggi.

"Sull'Egitto stiamo rivedendo i volumi antecedenti al 2011, prima che le primaverie arabe e una serie di attentati facessero pensare la meta come non sicura. E' un profeta che ci dà molto e mette d'accordo tutti per il suo rapporto qualità-prezzo, ma non per questo dobbiamo cannibalizzarlo" ha detto Stefano Pompili.

La partenza della nuova struttura conferma la "voglia di Egitto" del mercato italiano. Nei primi weekend di apertura sono già 125 gli ospiti che hanno prenotato a Utopia. Ma in generale, l'inizio del 2019 presenta un andamento positivo per il l.o.

Essendo lo cifre, l'anno si è aperto con una crescita del 20 per cento delle prenotazioni, dato che consentirebbe all'azienda di raggiungere un aumento di fatturato a fine anno di 10 punti percentuali.

Me piace 0 | Tweet

Leggi anche: [Mar Rosso, Veratour](#)

TI INTERESSA QUESTA NOTIZIA? ISCRIVITI A TTG REPORT, LA NEWSLETTER QUOTIDIANA.

### COMMENTI DI FACEBOOK

**TTG** 21.03.2019

#### NOTIZIE PRINCIPALI

NOTIZIE VIAGGI | 21/03/2019 | 04:36

### Nessuno tocchi i gds: la distribuzione e l'Ndc

DI CLAUDIANA DI CESARE | 0 | 0

"Ndc non ucciderà i gds, ma permetterà l'evoluzione del sistema distributivo, su ogni singolo canale". David Ruffini, Ndc regional implementation manager di Italia, racconta lo...

TOUR OPERATOR | 21/03/2019 | 04:10

### Veratour sul Mar Rosso: "Tornano i grandi volumi"

Aprire al pubblico sabato 23 marzo il Veratour-Utopia Beach, il nuovo villaggio Veratour a Marsa Alam. Per festeggiare e condividere i risultati più che positivi del 2018, l'operatore ha...

NOTIZIE VIAGGI | 21/03/2019 | 04:02

### Responsabilità civile e tutela legale: agenti in prima linea

0 | 0

TRAVEL REPORT | 21/03/2019 | 04:01

### Air France-Kim, più voli verso l'Italia per l'estate

0 | 0

TOUR OPERATOR | 21/03/2019 | 04:00

### La nuova legge cancella il fallimento. Arriva la liquidazione giudiziale

0 | 0

f | t | s | in | g+

**TTG REPORT** [ISCRIVITI](#)  
 SELEVI OGNI GIORNO VIA EMAIL LE NOTIZIE DI TTG

**TTG AGENTI SEGRETI**  
 STORIE E NOMI DI CHI STA CAMBIANDO IL MERCATO

**TTG LAB**  
 WEBINAR [SCOPRI I NOSTRI WEBINAR](#)  
 E-LEARNING [DIVENTA ESPERTO CON I NOSTRI E-LEARNING](#)

#### PIU' LETTE

0402 | 07/03/2019

### 1 La nuova legge cancella il fallimento. Arriva la liquidazione giudiziale

0 | 0

### 2 Volotee e l'avvicinata italiana

0 | 0

### 3 Ryanair, l'Europa non basta le low cost volerà in Armenia nel 2020

0 | 0

### 4 La nascita dei villaggi: un modello senza crisi

0 | 0

### 5 Il piano per Alitalia: pronto il nuovo business. La proposta di Bilalou Per

0 | 0

### 6 Responsabilità civile e tutela legale: agenti in prima linea

0 | 0

### 7 Air France-Kim, più voli verso l'Italia per l'estate

0 | 0

### 8 L'azienda svizzera di Alitalia

0 | 0

### 9 Nessuno tocchi i gds: la distribuzione e l'Ndc

0 | 0

#### IL COMMENTO DEL DIRETTORE

FRANCESCO VANGIESTA

20/03/2019 | 14:32  
**L'anima svizzera di Alitalia**  
 Tanto, tardissimo, parole e analisi sui possibili soci. E l'arrivo arriva... | 0 | 0

16/03/2019 | 14:44  
**Il viaggio in metropolitana di Ezio Biondi**  
 Settemila vs alla carica del popolo della metropolitana di Milano. La società... | 0 | 0

13/03/2019 | 12:41  
**Storie di compagnie aeree**  
 A volte piacciono sotto silenzio e in altri casi scuotono il mercato... | 0 | 0

#### DIGITAL EDITION

#### TRAVEL GUIDE

2019 | Il tuo viaggio

## Sommarrio Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
	Rubrica Veratour			
	Youfeed.it	19/03/2019	VERATOURE, UNA REALTA' SOLIDA DEL TURISMO ITALIANO	2
	Advtraining.it	14/03/2019	IL NUOVO RECORD DI VERATOURE E' CARLO POMPILI, FONDATORE E AMMINISTRATORE DELEGATO [...]	3
	Italiaatavola.net	14/03/2019	PER VERATOURE SI CHIUDE UN 2018 RECORD UTILE NETTO IN CRESCITA DEL 48,7%	5
	Focus-Online.it	13/03/2019	VERATOURE: PER IL TOUR OPERATOR, LEADER NEL SEGMENTO VILLAGGI, CONTINUA LA SUA CRESCITA	8
	Gist.it	13/03/2019	VERATOURE, FATTURATO E UTILI IN CRESCITA, UN TREND DI RISULTATI POSITIVI	10
24	Il Resto del Carlino	13/03/2019	VERATOURE RADDOPPIANO GLI UTILI	12
	Guidaviaggi.it	12/03/2019	VERATOURE, IL MADE IN ITALY PIACE E FA IL PIENO IN CASSA	13
	Milanofinanza.it	12/03/2019	VERATOURE: UTILE 2018 A 12,065 MLN (+48,7% A/A)	15
	Travelnostop.com	01/03/2019	VERATOURE: IN ONDA LA CAMPAGNA DEDICATA AI VILLAGGI VERACLUB	17
11	TREND	01/03/2019	VERATOURE APRE BENE IL NUOVO ANNO	19

YF Informativa Login | Registrati | Info | Fai x

Questo sito o gli strumenti terzi da questo utilizzati si avvalgono di cookie necessari al funzionamento ed utili alle finalità illustrate nella cookie policy. Se vuoi saperne di più o negare il consenso a tutti o ad alcuni cookie, consulta la [cookie policy](#).

Chiedendo questo banner, scorrendo questa pagina, cliccando su un link o proseguendo la navigazione in altra maniera, acconsenti all'uso dei cookie.

## Veratour, una realtà solida del turismo italiano

viaggi - 19/03/2019 15:44 - [travelling.travelsearch.it](http://travelling.travelsearch.it)



Fatturato e utili in crescita, sei nuove strutture in apertura nei prossimi sei mesi, risorse per 30 milioni di euro a disposizione per lo sviluppo futuro: è la realtà solida di **Veratour**, da 29 anni in crescita costante.

Il fatturato, con una crescita del 10,2%, ha toccato nuovi record così come l'utile netto, che ha superato i 12 milioni di euro, in aumento del 48,7% rispetto all'anno precedente.

“Siamo unici e... [Continua a leggere](#)

Se non ti interessa l'articolo guarda tra le [Notizie Correlate](#);

Condividi: [RSS](#) [Facebook](#) [Twitter](#) [Google+](#)

Guarda Anche le altre info su:

[forex italiano](#) > [croazia turismo](#) > [puglia turismo](#) > [bmw serie 3 gran turismo](#) >

### Chiudi le notizie correlate

#### Turismo l'oro italiano: ma come viaggiano i giovani?

CANALI TV Seguici su CERCA Login Gestisci profilo Logout Completa la registrazione icon arrow Gestisci profilo Logout cerca icon arrow minini Corriere in Corriere nel sito in Corriere Viaggi nel Dizionario POWERED BY Tutte le parole Data Seguici su CERCA Login Gestisci profilo Logout Completa la ...

#### Villeneuve in Ferrari, il canadese correrà con la Rossa nel Campionato Italiano Gran Turismo

parte al Campionato Italiano Gran Turismo Il canadese, campione del mondo di Formula 1 con la Williams nel 1997, anno in cui sconfisse proprio il una monoposto del Cavallino, allora ...



#### A Montecarlo il primo campionato del mondo Fia Gran Turismo, decimo posto per l'italiano Mangano

finale mondiale del Fia Gran Turismo Sport Championship. ...



YouFeedit!  
Copyright © 2019  
Clicca qui per info  
o Contattaci

#### Cos'è YouFeedit!

YouFeed It è un aggregatore personalizzabile dove puoi inserire i feed RSS o Atom dei siti che frequenti. Puoi assegnarli a una delle 10 categorie per organizzarli al meglio. Al resto pensa il sito, puoi navigare per i tag assegnati al post, puoi scegliere se visualizzare le news in ordine cronologico o per le più lette, puoi navigare per le news correlate.

Una volta che hai finito di organizzare i tuoi feed puoi accedere attraverso un lettore RSS o Atom ai tuoi feed, attraverso i più famosi gestori di feed o, perchè no, da outlook o thunderbird e tutti gli altri programmi che visualizzano gli RSS.

YouFeed it è il modo più semplice per gestire tutte le news dei siti che segui abitualmente. Che aspetti? Registrati!

#### YouFeedit socials



Questo sito utilizza cookie, anche di terze parti, per inviarti pubblicità e servizi in linea con le tue preferenze. Se vuoi saperne di più o negare il consenso a tutti o ad alcuni cookie [clicca qui](#). Chiudendo questo banner o cliccando qualunque suo elemento acconsenti all'uso dei cookie. 



USA IL CODICE TURISMO190  
PER ACQUISTARE IL TUO TICKET  
A 190 EURO ANZICHÉ 275 EURO

Home Chi siamo News Turismo & Attualità > AdV Training > Contatti  Iscriviti alla Newsletter

Cerca nel sito 



News online | Rivista online | Reportage | Piano Editoriale | Turismo [tema](#) | [login/Report registrati](#) | L'intervista | Destinazioni | Start-up

## Il nuovo record di Veratour

di Elisabetta Canoro | 14 Marzo 2019 |     



È Carlo Pompili, fondatore e amministratore delegato di Veratour ad aprire la conferenza stampa organizzata a Milano negli spazi dell'Excelsior Hotel Gallia. "In un mondo globalizzato ci rende a nostro avviso 'speciali' essere riusciti a tenere l'azienda nelle mani della famiglia", dichiara, prima di raccontare la storia del to, passato da 4 VeraClub in catalogo nel 1996 ai 44 odierni. "A premiarci è stato voler crescere per gradi e fare investimenti oculati. Chiudiamo il 29esimo bilancio in positivo, con 14.765.000 euro prima delle imposte, un risultato molto soddisfacente".

È un nuovo record per il gruppo: il bilancio 2018 tocca un volume d'affari di 224,3 milioni di euro, pari al 10,2% in più rispetto all'anno precedente e utili per 12 milioni (+48,7%). Positivo anche il trend d'inizio 2019, che registra un +26% di vendite (torna l'Egitto duplicando il fatturato rispetto all'anno precedente) e un obiettivo di crescita ulteriore, stimato tra il 7 e 10%, come prevede il piano triennale di sviluppo. Una corsa cominciata trent'anno fa e che non si arresta, quindi. "È il miglior risultato di sempre", fa eco al padre Stefano Pompili, direttore generale Veratour, introducendo i primi goal del nuovo anno.

"Sul lungo raggio, dopo l'eccellente inverno che ha registrato il 96% di occupazione nei villaggi, abbiamo un +32% di vendite nei Caraibi, trainate dall'apertura del VeraClub Antigua. Buone anche le performance nell'Oceano Indiano, Emirati Arabi, Kenya e Zanzibar, che ottiene un +7%, ottima quella che riguarda i voli di linea (+22%), soprattutto con il prodotto combinato cultura e mare", ha detto.



N° 4

MARZO 2019

SFOGLIA ONLINE

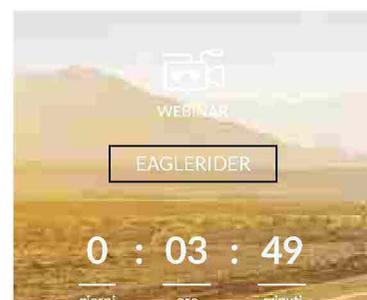


INCONTRA  
L'ESPERTO



Accessibilità  
Bed&Care

IL TURISMO SECONDO BED&CARE





"Serietà, trasparenza e fideizzazione sono i nostri punti di forza", ha aggiunto, "a questo si aggiunge una politica di sviluppo 'passo dopo passo'. Cerchiamo nuove strutture e nuove destinazioni, facendo investimenti mirati, sviluppando il format Made in Italy, sviluppando l'offerta dei viaggi di linea con il tailor made, rafforzando la partnership con le compagnie aeree - lavoriamo molto bene con Neos ed Emirates per esempio. Il tutto con una politica distributiva chiara e coerente e targhettizzando l'offerta". In tema di investimenti nella comunicazione, vengono riconfermati i tre canali: digital, con campagne advertising, video, display, open web e social; radio con il sodalizio con Radio Italia e Tv, puntando sul prime time: il primo spot tv on air verrà trasmesso sulla piattaforma Sky, su La7 e in 950 sale cinematografiche.

È Daniele Pompili, general manager divisione villaggi Veracub, ad entrare nel dettaglio del prodotto e delle novità della prossima stagione: "I nostri driver sono la cucina, l'assistenza e l'animazione Made in Italy, che portiamo in tutto il mondo", ha esordito. "Sono 7 le nuove proposte in catalogo per la stagione 2019: due in Egitto, due in Tunisia e poi ci sono Creta, Sicilia e Antigua". Salgono così a 37 i villaggi VeroClub 100% italiani e a 7 i VeroClub internazionali, 4 e 5 stelle caratterizzati da un tocco d'internazionalità. Non solo nuove strutture. "Non smettiamo mai di migliorare i nostri club, basti pensare che il 30% sono stati rinnovati".

Il vero valore aggiunto sono però le persone, l'equipe firmata Veratour: 100 persone dello staff sono impegnate nelle brigate di cucina, 100 nell'assistenza e 250 nell'animazione. Infine la strategia di sviluppo, studiata e seguita da Massimo Broccoli, direttore commerciale: "Chiarezza e trasparenza in primis in tema di tariffe sono i valori su cui puntiamo da sempre", ha detto. "Così come la politica di early booking con sconti fissi e fruibile dalle famiglie, che restano il nostro target di riferimento. Allo stesso modo rimaniamo fedeli alla nostra politica distributiva che vede le agenzie come unico canale di vendita. Oltre alle nostre fideizzate, lavoriamo bene con i principali network di adv, mettendo a sistema la nostra e la loro attività di promozione e vendita", ha aggiunto.

Commenti: 0

Ordina per Meno recenti ▾



Aggiungi un commento...

Plug-in Commenti di Facebook

REPORT [visualizza tutti](#)



Edizioni Contatto Srl si impegna costantemente ad offrire i migliori servizi ai propri lettori e utenti. Per questo motivo abbiamo modificato alcune delle nostre politiche per rispondere ai requisiti del nuovo Regolamento Europeo per la Protezione dei Dati Personali (GDPR). In particolare abbiamo aggiornato la Privacy Policy e la Cookie Policy.

OK

NORMATIVA SUI COOKIE

# Italia a Tavola



Seleziona lingua

Powered by Google Traduttore

Quotidiano di enogastronomia, turismo, ristorazione e ospitalità  
Giovedì 14 Marzo 2019 | aggiornato alle 10:48 | 57982 articoli in archivio

PROFESSIONI ATTREZZATURE ALIMENTI OLIO VINO BIRRA BEVANDE SALUTE LOCALI EVENTI TURISMO MEDIA RICETTE LIFESTYLE

LA SQUADRA NETWORK ABBONAMENTI CONTATTI **EURO-TOQUES** **PARTNER** CERCA PER CODICE O PAROLA CHIAVE



HOME [TURISMO](#) [TENDENZE e SERVIZI](#)

## Per **Veratour** si chiude un 2018 record Utile netto in crescita del 48,7%

Publicato il 14 Marzo 2019 | 10:10

**I**l turismo cresce e cresce anche la domanda dei servizi legati al settore. Per il tour operator **Veratour** il 2018 è stato un anno record, con un volume d'affari di 224,3 milioni, in crescita del 10,2% rispetto al 2017. Ma a crescere è soprattutto l'utile netto (12,065 milioni di euro), in aumento del 48,7%. «La solidità e le capacità di crescita di questa azienda sono eccezionali», ha detto il fondatore e amministratore delegato di **Veratour**, **Carlo Pompili**, presentando il bilancio 2018. «A breve - ha aggiunto - festeggeremo i nostri trent'anni e da una piccola realtà tra tante, oggi siamo tra i principali tour operator italiani grazie all'impegno e alla passione che ci mettiamo ogni giorno».



Il trend positivo è confermato anche nei primi due mesi del 2019, con le vendite in crescita del 26%, trainate soprattutto da uno straordinario ritorno del Nord Africa che duplica i volumi rispetto allo stesso periodo del 2018.

A supportare lo sviluppo, i forti investimenti messi in campo dal tour operator: oltre al Veraclub Antigua inaugurato nel dicembre 2018, si aggiungono altri sei resort in apertura nei primi sei mesi dell'anno: due in Egitto, il Veraclub Utopia a Marsa Alam e il Veraresort Sunrise Montemare a Sharm El Sheik; due in Tunisia, i Veraclub Kelibia beach e Iliade a Djerba, e due in Europa, i Veraresort Aldemar Royal Mare a Creta in Grecia e Falconara in Sicilia.

AUTOTORINO



AUTOTORINO

HAI DOTI  
COMMERCIALI  
E CAPACITÀ  
RELAZIONALI?



CANDIDATI

sky per i bar

Dai gas al tuo business  
con la nuova stagione dei motori.



179€/MESE

FINO AL 31 LUGLIO 2019

Chiamaci  
800 024420

SCOPRI DI PIÙ

**SCONTI FINO  
AL 90% SU  
SKIPASS, HOTEL  
SCUOLE SCI  
PACCHETTI  
VACANZA...**



«Reperire nuove strutture non è facile - spiega Daniele Pompili general manager divisione villaggi Veratour - devono rispettare gli alti standard di qualità a cui sono abituati i nostri clienti. Puntiamo a crescere e ad ampliare la gestione diretta, senza trascurare i villaggi già in catalogo: nel solo 2018 oltre il 30% delle strutture ha beneficiato di interventi di miglioramento straordinari, innumerevoli quelli ordinari».

Per informazioni: [www.veratour.it](http://www.veratour.it)



TURISMO

TOURISM

TOUR OPERATOR

VERATOUR

VIAGGI

BILANCIO

VACANZE

VILLAGGI VACANZE

## ARTICOLI RECENTI



Castello, il borgo rinasce con la castagna  
3 giovani riscoprono la Jouna del  
Perfeno.



Diabete, lo chef Heinz Beck spiega  
come si può combattere anche a tavola



Mandarin Oriental apre a Doha  
un hotel di lusso con 9 ristoranti



Le Marche in mostra a Tipicità  
In tre giorni oltre 10mila visitatori



Sommelier da tutto il mondo  
A lezione di tappo da Vinventions



La sugar artist Francesca Speranza  
«Ci vuole estro e alchimia emozionale»



## Viaggio in Islanda

### Lo Spettacolo della Natura

Un viaggio ai confini del mondo tra  
ghiacciai, vulcani, cascate, balene,  
lagune, geyser

[turismoculturale.org](http://turismoculturale.org)

APRI

Commenti: 0

Ordina per Meno recenti



Aggiungi un commento...

Plug-in Commenti di Facebook

### COMMENTA

Esprimi liberamente il tuo commento scrivendo nella finestra, indica nome, cognome ed indirizzo e-mail e il campo alfanumerico di sicurezza.

Milano Temp. Max... :



Associato ANETT - Associazione Nazionale Editori Telematici Tempolbero


 APRI LE RUBRICHE

HOME

CHI SIAMO

ARCHIVIO

CONTATTI

LINK

REGISTRATI

TU SEI QUI

Home → News



## Veratour: per il tour operator, leader nel segmento Villaggi, continua la sua crescita

13/03/2019

Ieri, martedì 12 aprile, il tour operator **Veratour**, fondato a Roma nel 1990 dalla famiglia **Pompili**, che tutto lo gestisce, ha presentato i dati economici 2018, dimostrando che da allora la sua crescita è continua.

Ad oggi **Veratour** conta su un'offerta di 44 villaggi, di cui 37 **Villaggi Veraclub**, 100% italiani, e 7 **VeraResort International**, con un tocco di italianità, che diffondono il Made in Italy negli angoli più belli del mondo. Dovunque, infatti, le tradizioni locali si fondono con l'inconfondibile gusto italiano nei settori chiave di cucina, assistenza ed animazione.

I dati di bilancio 2018 dimostrano che **Veratour** ha segnato un nuovo record, raggiungendo un volume d'affari di 224,3 milioni di euro, in crescita del 10,2% rispetto al 2017. Le marginalità completano il quadro estremamente positivo con EBT (Utile prima delle imposte) a 14,765 milioni di euro (+28,45%) e utile netto a 12,065 milioni di euro in aumento del 48,7% rispetto a un anno fa. Pur avvalendosi di alcune sopravvenienze determinate dalla Patent box, tassazione agevolata dei redditi derivati dall'utilizzazione di beni immateriali quali know-how, marchi, brevetti, ecc. la crescita dell'Ebit del 13,95% (dai quasi 12 milioni ai 13,6 milioni di quest'anno) è dirimente: al di là delle contingenze fiscali si tratta di una solida crescita organica, ottenuta in un periodo storico non certo tra i più felici per l'economia italiana. Per il 2019 **Veratour** punta ad una crescita del 7-10%.

*La solidità e le capacità di crescita di questa azienda sono eccezionali.* - ha dichiarato Carlo Pompili, fondatore ed amministratore delegato - *Festeggeremo, a breve, i nostri trent'anni e da una piccola realtà tra tante oggi siamo tra i principali tour operator italiani grazie all'impegno e alla passione che ci mettiamo ogni giorno.*

Il trend positivo è confermato anche nei primi due mesi del 2019 con le vendite in crescita del 26%, trainate soprattutto da uno straordinario ritorno del Nord Africa, che duplica i volumi rispetto allo stesso periodo del 2018.

Supportano lo sviluppo anche i forti investimenti messi in campo dal tour operator.

Al **Veraclub Antigua**, inaugurato nel dicembre 2018, infatti, si aggiungono altri sei resort in apertura nei primi sei mesi dell'anno: due in Egitto, il **Veraclub Utopia** a Marsa Alam e il **Veraresort Sunrise Montemare** a Sharm el Sheik; due in Tunisia, i **Veraclub Kelibia beach** e **Iliade** a Djerba, e due in Europa, i **Veraresort Aldemar Royal Mare** a Creta in Grecia e Falconara in Sicilia.

*Reperire nuove strutture non è facile* - ha spiegato Daniele Pompili, general manager divisione villaggi Veraclub - *devono rispettare gli alti standard di qualità a cui sono abituati i nostri clienti. Puntiamo a crescere e ad ampliare la gestione diretta, senza trascurare i villaggi già in catalogo: nel solo 2018 oltre il 30% delle strutture ha beneficiato di interventi di miglioramento straordinari, innumerevoli quelli ordinari.*

Sostanziose sono anche le risorse per la comunicazione.

Al centro della strategia c'è il nuovo spot tv nato dalla collaborazione con Fox Factory e in onda su Sky e La7 nel periodo marzo ed aprile. Tra le altre iniziative segnaliamo pure la collaborazione con Radio Italia per la settimana speciale dedicata al Made in Italy. Decisivo risulta anche lo sviluppo del digital con advertising su piattaforme social e motori di ricerca.

*Il marchio Veratour è sinonimo di qualità e affidabilità per milioni di persone e grazie a queste campagne raggiungeremo tantissime altre famiglie italiane.* - ha detto Stefano Pompili, direttore generale Veratour - *con i Veraclub portiamo il meglio del Made in Italy nel mondo grazie ai driver di cucina, animazione e assistenza e ne siamo orgogliosi. Continuiamo a crescere e a battere i nostri record, questi per noi sono anni importanti, andremo avanti rispettando i nostri valori e la nostra identità.*

Nel corso della conferenza stampa Veratour ha confermato anche la sua politica distributiva: la vendita del 100% del prodotto avviene, infatti, tramite le agenzie di viaggio.

*Il rapporto consolidato con le agenzie e i network funziona* - ha aggiunto Massimo Broccoli, direttore commerciale Veratour - *riteniamo che un cliente correttamente consigliato da un professionista sia un cliente soddisfatto, per questo tutte le nostre iniziative di marketing puntano a portare sempre più persone in agenzia di viaggi.*

Info, villaggi, prenotazioni: [www.veratour.it](http://www.veratour.it)

Torna



Iscriviti alla nostra pagina



NEWS RECENTI

LE PIU' VISTE



La guida Tavole DOC Liguria 2019

13/03/2019



Veratour per il tour operator, leader nel segmento Villaggi, continua la sua crescita

13/03/2019



Il cuore del Salento batte forte anche a Berlino

12/03/2019



UN'INTERA GIORNATA  
DEDICATA ALL'OSPITALITÀ  
ISCRIVITI GRATIS



9 OTTOBRE 2018  
PALACONGRESSI RIMINI

IL GIST GREEN TRAVEL AWARD INFORMATION CAMPAIGN AWARD TRAVEL FOOD AWARD ARTICOLI CONFERENZE  
FIERE ED EVENTI ANNUARIO PUBBLICITÀ

Home > News in pillole > Veratour, fatturato e utili in crescita, un trend di risultati positivi

News in pillole

## Veratour, fatturato e utili in crescita, un trend di risultati positivi

By Elena - Mar 12, 2019

33 0

 Search


di Ada Mascheroni

Sono con un netto segno + i risultati del 2018 di Veratour, i migliori di sempre nella storia quasi trentennale dell'azienda, racconta alla stampa Carlo Pompili, fondatore e amministratore delegato, con una punta di orgoglio. Orgoglio non solo per la storia di questo tour operator, la cui proprietà e gestione fanno capo alla famiglia, ma anche per il suo futuro, visto che anche il piano triennale 2019-2012 è all'insegna della crescita e dello sviluppo.

Se il primo catalogo del 1996 offriva 4 villaggi, oggi sono 44 i Veraclub nel mondo. Di questi, sette strutture sono VeraResort International, aperti a una clientela multinazionale, ma sempre con quel tocco di "italianità" garantito da Veratour.

Anche se reperire nuove strutture non è facile, visti gli standard di qualità elevati richiesti dalla proprietà, sono sei le novità, per il 2019, dopo l'apertura a dicembre 2018 del Veraclub di Antigua, affacciato sulla bianca spiaggia di Jolly Beach: due nuovi villaggi in Egitto a Marsa Alam e a Sharm el Sheick, due in Tunisia, uno in Grecia e uno in Sicilia.

Tutto ciò senza trascurare i resort già in catalogo, che hanno subito numerosi

interventi di miglioramento, sia ordinari che straordinari.

La ripresa del turismo italiano in Nord Africa ha contribuito al successo del 2018, il cui **fatturato di 224,3 milioni di euro** si distribuisce tra Mediterraneo (30%), Caraibi e Usa (23%), Oceano indiano, Medio ed Estremo Oriente (17%), Nord Africa (15%) e Italia (15%).

Bene anche i viaggi *tailor made*, che offrono vacanze personalizzate, e il comparto *incentive*.

Sostanzioso anche l'investimento nella **comunicazione**, con un nuovo spot sulle reti Sky e La, il proseguimento della collaborazione con Radio Italia e l'advertising su piattaforme social e motori di ricerca.

Resta invece inalterata la scelta di avere come canale commerciale le **agenzie di viaggio**, ritenute il partner migliore e il più efficace per offrire ai clienti un servizio informato e personalizzato.

Una bella storia di successo di un'azienda interamente italiana che ha, come *mission*, la diffusione del made in Italy nel mondo del turismo, sfruttando, per soddisfare e fidelizzare i clienti, tre fattori chiave: cucina, animazione e assistenza.

TAGS Carlo Pompili Tour Operator Veraclub Veratour

Mi piace 0

Previous article

Nuova Lounge di Star Alliance all'aeroporto di Amsterdam-Schiphol

Next article

Croazia 2019: un nuovo resort arriva sull'isola di Krk

Elena

RELATED ARTICLES MORE FROM AUTHOR

**VERATOUR** Raddoppiano gli utili

**Veratour** (in foto l'ad **Pompili**) ha chiuso il 2018 con ricavi in crescita del 10,2% a 224,3 milioni di euro e un utile netto di 12 milioni (+48,7%) e non prevede uno sbarco in Piazza Affari.



**ECONOMIA IN BREVE**

**FRONTIERE - PROIEZIONI**

Paese	2018	2019	2020
Italia	1,8%	1,8%	1,8%
Francia	1,8%	1,8%	1,8%
Germania	1,8%	1,8%	1,8%
Spagna	1,8%	1,8%	1,8%
Portogallo	1,8%	1,8%	1,8%
Regno Unito	1,8%	1,8%	1,8%
Stati Uniti	1,8%	1,8%	1,8%
Giappone	1,8%	1,8%	1,8%
India	1,8%	1,8%	1,8%
Brasile	1,8%	1,8%	1,8%
Russia	1,8%	1,8%	1,8%
China	1,8%	1,8%	1,8%

**COME CORRERE UNA MARATONA.**

Da venerdì 15 marzo in edicola a € 9,90 in più



**USA IL CODICE GUIDAV190  
PER ACQUISTARE IL TUO TICKET  
A 190 EURO ANZICHÉ 275 EURO**

EDITORIA - EVENTI - SERVIZI DAL 1972 AL SERVIZIO DEL TURISMO PROFESSIONALE

HOME [Ultime notizie](#) [Rubriche](#) [Lavoro](#) [Eventi](#) [Magazine](#) [Focus](#) [AboutHotel](#)

SEARCH



HOME > Notizie

## Veratour, il made in Italy piace e fa il pieno in cassa

12/03/2019 14:44

*La formula villaggio della famiglia Pompili vola con il miglior fatturato di sempre oltre i 224 milioni di euro e utili a 12 milioni, in crescita di quasi il 49 per cento*



Lifestyle italiano, standard elevati, prezzi trasparenti e cento per cento di vendita dei prodotti attraverso le agenzie di viaggi. Semplice quanto efficace, chiara, senza incertezze, la ricetta di Veratour si conferma ancora una volta vincente con il bilancio migliore di sempre.

“Il ventinovesimo positivo”, commenta il fondatore e amministratore delegato Carlo Pompili. “Anno da record, quello appena trascorso, con volume d'affari di 224,3 milioni di euro, in crescita del

10,2 per cento rispetto al 2017. Le marginalità completano il quadro positivo con l'Ebt (l'utile prima delle imposte, ndr) a 14,765 milioni di euro (+28,45%) e l'utile netto a 12,065, in aumento del 48,7 per cento. Certo vanno considerate alcune sopravvenienze derivanti dalla Patent box (tassazione agevolata dei redditi derivati dall'utilizzazione di beni immateriali quali know-how, marchi, brevetti eccetera, ndr) ma l'aumento dell'Ebit del 13,95 per cento, dai quasi 12 milioni ai 13,6 milioni di quest'anno, conferma una solida crescita. Nel 2019 puntiamo a un segno positivo tra i sette e i dieci punti percentuali”.

“Vogliamo andare avanti - dice il direttore generale Stefano Pompili - rispettando questa filosofia, i nostri valori e la nostra identità italiana. Siamo orgogliosi che il



Email \*

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

Tweets di @GvLive

nostro marchio sia sinonimo di qualità e affidabilità per milioni di persone. Oggi contiamo su un'offerta di 37 villaggi Veraclub e sette VeraResort International, che diffondono l'italian style negli angoli più belli del mondo grazie ai driver di cucina, animazione e assistenza".

Che il tour operator sia intenzionato a proseguire nella striscia positiva lo dimostra il trend di gennaio e febbraio, con le vendite, trainate soprattutto dal ritorno del Nord Africa, Egitto in particolare, che duplica i volumi rispetto allo stesso periodo del 2018, in crescita del 26 per cento.

A supportare lo sviluppo, i forti investimenti e sei new entry. Al Veraclub Antigua, inaugurato nel dicembre 2018, se ne aggiungono due in Egitto - Veraclub Utopia a Marsa Alam e Veraresort Sunrise Montemare a Sharm el Sheik -, altrettanti in Tunisia - Veraclub Kelibia Beach e Iliade a Djerba - e due in Europa, i Veraresort Aldemar Royal Mare a Creta, in Grecia, e Falconara in Sicilia.

"Non è semplice individuare nuove strutture con gli elevati standard da noi richiesti", spiega Daniele Pompili, general manager Divisione villaggi Veraclub. "Puntiamo a crescere e ad ampliare la gestione diretta ma non vogliamo assolutamente trascurare i villaggi già in catalogo. Solamente nel 2018 oltre il 30 per cento delle strutture è stata infatti interessata da importanti miglorie".

Confermata la distribuzione solo ed esclusivamente tramite le agenzie di viaggio, politica che ha portato in vacanza oltre tre milioni e mezzo di italiani. A supporto della comunicazione, anche un nuovo spot tv in onda su Sky e La7.

"È un rapporto consolidato che funziona benissimo, come dimostrano anche le cifre, - spiega Massimo Broccoli, direttore commerciale Veratour - e riteniamo che un cliente ben consigliato da un professionista sia un ospite soddisfatto perché ha acquistato esattamente la vacanza desiderata".

"Festeggeremo a breve i nostri trent'anni - conclude Carlo Pompili - con solidità e potenzialità eccezionali. Abbiamo a disposizione 30 milioni di euro, pronti per gli investimenti futuri Quotazione in borsa? Non ci abbiamo mai pensato. È un'operazione che fa chi ha grandi progetti e soldi insufficienti per affrontarli. Senza falsa modestia, non è il nostro caso". p.o.



[Guarda tutte ▶](#)

**TAGS**



**Leggi gli approfondimenti sul nostro magazine**



Sottoscrivi l'abbonamento al magazine cartaceo

Video Rubriche&Approfondimenti



**Interviste**

Il varo di Msc Bellissima a Southampton, madri...



**Interviste**

Giorgio Bianchi di Pkf hotelexperts presenta Hotel & Tourism Foru...



**Interviste**

Andrea Gargiullo, responsabile Marketing Austria Turismo...



**Interviste**

Damiano De Crescenzo, direttore generale Planetaria...



**Interviste**

Giorgio Palmucci, presidente Confindustria Albergh...



**Interviste**

Marco Ruggini, responsabile movimento treni...

080630

**MF DOW JONES**

12/03/2019 **15:22**

**\*Brexit: May, assicurate modifiche migliori possibili su backstop**

12/03/2019 **15:20**

**Birra Peroni: in 2018 record produzione, oltre 6 mln ettolitri**

MILANO (MF-DJ)--Un anno da record per Birra Peroni. Nel 2018, per la prima volta nella sua storia, il birrifico italiano, nato nel 1846, ha superato quota 6 milioni di ettolitri prodotti, un aumento del 6,4% rispetto al 2017 quando la produzione si era attestata sui 5,6 milioni di ettolitri. In quattro anni, dunque, la produzione complessiva e' aumentata del 19,46% a fronte di una riduzione della CO2 emessa dell'11,94%. Degli oltre 6 milioni di ettolitri prodotti nel corso dell'ultimo anno, spiega una nota, piu' di 2,1 milioni sono stati destinati all'export (in aumento dell'11% rispetto al 2017) nei 71 mercati internazionali in cui Birra Peroni e' presente con i suoi brand. Primo tra questi e' la Gran Bretagna che assorbe circa il 60% delle esportazioni complessive. "Il record raggiunto nel corso dell'ultimo anno e' un risultato storico per la nostra azienda", ha detto Roberto Cavalli, Integrated Supply Chain Director Italy and Europe di Birra Peroni. "A distanza di oltre 170 anni dalla fondazione, Birra Peroni continua a rappresentare una grande esperienza industriale italiana capace di essere presente e distinguersi non solo sul mercato domestico, ma anche sulla scena internazionale. Le nostre performance industriali vanno di pari passo con il rispetto dell'ambiente e la sempre maggiore sostenibilita' dei nostri stabilimenti di Roma, Bari e Padova. Vogliamo continuare a creare lavoro e sviluppo economico per le comunita' e nei territori nei quali siamo presenti ed operiamo e, attraverso investimenti mirati, vogliamo farlo in modo sempre piu' attento e sostenibile". In particolare, nel 2018 lo stabilimento di Roma ha registrato il piu' forte incremento di produzione degli ultimi anni superando per la prima volta la soglia dei 2,5 milioni di ettolitri, un aumento del 10,7% rispetto al 2017. Anche lo stabilimento di Bari ha conosciuto il piu' grande aumento della produzione degli ultimi anni: il sito pugliese, infatti, ha per la prima volta superato la quota di 1,8 milioni di ettolitri, in crescita del 5,6% rispetto allo scorso anno. Produzione in crescita anche per lo stabilimento di Padova, dove nel 2018 sono stati prodotti quasi 1,7 milioni di ettolitri (+1,2% rispetto al 2017). L'aumento della produzione registrato nel corso degli ultimi anni coincide con un deciso miglioramento delle performance ambientali, a cominciare dalla riduzione della CO2 emessa dai tre stabilimenti per ogni ettolitro di birra prodotto. Nello specifico, anche grazie ai recenti investimenti realizzati nei tre siti produttivi, Birra Peroni ha diminuito la CO2 complessivamente emessa, passando dai 5,19 Kg CO2/HL del 2015 a 4,57 Kg CO2/HL del 2018 (-11,94%). Positivi i risultati anche per quanto riguarda i consumi di energia elettrica, energia termica e di acqua negli ultimi 4 anni. In particolare, lo stabilimento di Roma ha fatto registrare -16,9% di energia elettrica prodotta, -25,6% di energia termica e -14,1% per il consumo di acqua. A Bari la diminuzione dell'energia elettrica e' stata dell'8,7%, quella dell'energia termica pari al 27,9% e il consumo di acqua e' diminuito del 14,1%. A Padova, infine, il consumo di energia elettrica e' scesa del 2,4%, l'energia termica del 2,6% e il consumo di acqua ha

**Le News più lette** [Tutte](#)

1. Unicredit, bond perpetuo che rende l'8% 12/03/2019
2. Banca Ifis, Colombini al posto di Bossi 11/03/2019
3. Société Générale, cinque buy e cinque sell in Europa 12/03/2019
4. FtseMib future: spunti operativi per martedì 12 marzo 12/03/2019
5. Piazza Affari vira al ribasso con Tim e Banco Bpm 12/03/2019

**Le News piu' commentate** [Tutte](#)

1. FtseMib future: spunti operativi per giovedì 7 marzo 07/03/2019
2. FtseMib future: spunti operativi per giovedì 28 febbraio 28/02/2019
3. FtseMib future: spunti operativi per mercoledì 13 febbraio 13/02/2019
4. FtseMib future: spunti operativi per giovedì 14 febbraio 14/02/2019
5. FtseMib future: spunti operativi per mercoledì 6 marzo 06/03/2019

**Le News piu' votate** [Tutte](#)

1. FtseMib future: spunti operativi per venerdì 1 marzo 01/03/2019
2. FtseMib future: spunti operativi per martedì 12 marzo 12/03/2019
3. FtseMib future: spunti operativi per venerdì 22 febbraio 22/02/2019

registrato una diminuzione del 2,7%. com/fus marco.fusi@mfdowjones.it (fine) MF-DJ NEWS ))

12/03/2019 15:19

### \*Brexit: May, accordo dara' certezza a cittadini e imprese

12/03/2019 15:17

### Imprese: Cominardi, con portale Incentivi rimuoviamo ostacoli

ROMA (MF-DJ)--"Nell'ultimo decennio dal 30% al 40% degli incentivi messi a disposizione dal Ministero dello Sviluppo Economico e Ministero del Lavoro sono rimasti inutilizzati perche' poco conosciuti, inattuali o inaccessibili. Su un totale di 105 miliardi, il calcolo e' presto fatto. Ogni anno circa 3-4 miliardi preziosissimi per le imprese italiane, in particolare per quelle di piccole e medie dimensioni, restano fermi o bloccati. Con il progetto realizzato dal Mise e dal Ministero del Lavoro rimuoviamo un altro pesante ostacolo allo sviluppo e alla crescita del nostro tessuto produttivo". Cosi' il sottosegretario per il Lavoro Claudio Cominardi commenta in una nota la nascita di "Incentivi.gov.it", presentato stamane dal ministro Luigi Di Maio. "E' per ottimizzare le risorse pubbliche, razionalizzare gli interventi e unire l'offerta di sviluppo di 12 enti che nasce oggi il portale 'Incentivi'. In modo chiaro e semplice, il sistema indichera' ai cittadini, alle imprese e a chi vuole avviare un'attivita' la tipologia di incentivo piu' adatta a loro abbattendo tempi e oneri burocratici. Presto il numero delle pubbliche amministrazioni coinvolte nell'iniziativa crescerà e questa si evolverà grazie all'intelligenza artificiale", spiega Cominardi. "Porte aperte dunque alle imprese che vogliono crescere insieme a noi nel segno dell'innovazione e soprattutto lealmente. Fermo restando che toccherà alla magistratura appurare le responsabilità dei dirigenti, gli odierni risvolti della vicenda Blutech confermano l'importanza di favorire le imprese nell'accesso alle risorse pubbliche, nonché di prevenire e contrastare pesantemente qualsiasi tentativo di utilizzo improprio delle stesse", conclude. liv (fine) MF-DJ NEWS ))

12/03/2019 15:16

### \*Brexit: May, accordo merita sostegno di tutti i parlamentari

12/03/2019 15:16

### BORSA: indici Ue deboli, WS avvio cauto

MILANO (MF-D)--Gli indici europei proseguono deboli dopo l'avvio di Wall Street: Ftse Mib -0,07%, Dax -0,03%, Cac-40 +0,04%, Ftse-100 +0,16%. Partenza cauta per l'azionario americano con il Dow Jones che segna un -0,08%, mentre l'S&P guadagna lo 0,27%, in attesa di sviluppi sull'accordo di divorzio tra Regno Unito e Unione europea. Nel dettaglio, alle 20h00 la Camera dei Comuni sarà chiamata a votare sulla Brexit e il mercato teme che l'accordo verrà bocciato nuovamente. Infatti, il Procuratore generale britannico, Geoffrey Cox, ha affermato che "il rischio giuridico" del Regno Unito di restare bloccato nel backstop irlandese "resta invariato" anche con le concessioni fatte dall'Ue a Londra. Sul fronte macro, l'inflazione negli Stati Uniti a febbraio è salita dello 0,2% a livello mensile ed è cresciuta dell'1,5% su base annuale, in linea con il consenso degli economisti per quanto riguarda la lettura congiunturale e leggermente inferiore sul dato annuale. Inoltre, l'indice dei prezzi al consumo core,

4. FtseMib future: spunti operativi per mercoledì 20 febbraio

20/02/2019

5. FtseMib future: spunti operativi per lunedì 11 marzo

11/03/2019

**Travelexp** Borsa globale dei Turismo 5/7 Aprile 2019 - XXI edizione  
Città del mare Resort Viaggio - Terrasini (PA)

**CLICCA QUI** per saperne di più

**in Roadshow** Travelexp  
Abruzzo, Basilicata, Calabria, Campania  
Emilia Romagna, Marche, Puglia e Sicilia il workshop itinerante del turismo

Home > News > Tour operator > **Veratour** in onda la campagna dedicata ai Villaggi Veraclub

## Veratour: in onda la campagna dedicata ai Villaggi Veraclub

01 MARZO 2019, 13:37 | TOUR OPERATOR



Parte dalla tv la strategia di comunicazione di **Veratour** per promuovere i villaggi Veraclub. In onda dal 5 marzo fino a fine aprile, lo spot ha per protagonisti alcune delle figure chiave dell'ospitalità **Veratour**, quali animatori, assistenti e chef. Potrà contare su oltre 1.200 passaggi sul circuito Sky e diversi passaggi su La7. Coperti il prime time, i programmi di punta, la Serie A e la Champions League.

Lo spot è stato ideato e realizzato da Fox Factory la business unit di Fox Networks Group Italy dedicata alle iniziative speciali e al branded entertainment e prodotto da Briciola Tv. È stato girato parte in Italia e parte nei resort del tour operator.

“Era il momento giusto per investire in un progetto ambizioso – spiega Stefano Pompili, dg

**vueling** AIRLINES  
Scopri la nostra nuova tariffa **TIMEFLEX**  
Per chi apprezza il tempo più di qualsiasi altra cosa... [+ INFO](#)

### CERCANELLENEWS

Tipo:

News

Parole chiave:

Inserisci i termini di ricerca...

Categoria:

Regione:

Data (da):

Data (a):

2019-03-01

**AVVIA LA RICERCA**

Veratour - La decisa crescita degli ultimi anni e la soddisfazione espressa dai nostri clienti ci dice che stiamo andando nella direzione corretta. Con questa iniziativa raccontiamo le peculiarità dei nostri villaggi dove offriamo il meglio del Made in Italy attraverso i driver di cucina, animazione e assistenza; i professionisti di Fox Factory sono riusciti a esaltare al meglio lo stile **Veratour**”.

“Siamo orgogliosi di aver contribuito alla realizzazione del primo spot in tv di **Veratour** - dice Emanuele Landi, Executive Director of Media Sales & Partnership di Fox Networks Group Italy - Fox Factory ha dimostrato ancora una volta di saper rispondere con creatività e prontezza alle esigenze dei clienti realizzando uno spot che sottolinea i punti di forza dell'accoglienza offerta da **Veratour** nel mondo”.

Lo spot si iscrive in un più vasto progetto di comunicazione per **Veratour** che, in avvicinamento alla stagione estiva, prevede forti investimenti tra tv, digital, circuiti radiofonici e cinema con lo scopo di consolidare la leadership nel segmento villaggi, aumentare la brand awareness del marchio e portare sempre più clienti in agenzia di viaggi, da sempre unico canale di vendita del TO.



TAGS: FOX FACTORY • VERATOUR

News Correlate



**Veratour** apre 2019 con +28% di prevendite. Crescita record per l'Egitto

22 FEBBRAIO 2019, 12:47



Nuova campagna **Robintur-Veratour**, buoni sconto fino a 200 euro nelle adv

10 GENNAIO 2019, 11:41



**Veratour**: Egitto meta al top per le vacanze invernali

12 DICEMBRE 2018, 11:03



Crescono i numeri di **Veratour** sui social, tra le destinazioni al top c'è Zanzibar

09 NOVEMBRE 2018, 12:27



**Veratour** apre nuovo Veraclub ad Antigua, prime partenze dal 21 dicembre

19 LUGLIO 2018, 13:19



**Veratour**: +15% di prenotazioni per l'estate 2018, Mediterraneo in cima alle richieste

15 MAGGIO 2018, 13:08

COLLEGAMENTI GIORNALIERI

SALERNO ↔ MESSINA  
 MESSINA ↔ VILLA S. GIOVANNI  
 ISOLE EOLIE  
 ISOLE EGADI  
 ISOLE PELAGIE  
 USTICA  
 PANTELLERIA

ALBERGHI IN ITALIA  
 IN EUROPA, NEL MONDO



le tariffe nette  
 più basse del web

0 Commenti travelnostop

1 Accedi

Consiglia



Ordina dal più recente



Inizia la discussione...

ENTRA CON

o REGISTRATI SU DISQUS



Nome

Commenta per primo

## Veratour apre bene il nuovo anno

**Veratour** apre il suo 2019 nel migliore dei modi: i volumi indicano una crescita del 28% sulle prenotazioni. Un dato che alla fine dell'anno potrebbe portare il fatturato a superare il +10%, mantenendo gli indici di redditività. Stefano Pompili, direttore generale **Veratour** spiega: «Sono ancora i dati iniziali, vedremo alla fine dell'anno. La cosa importante è che stiamo lavorando bene, che i clienti riconoscono il nostro impegno e ci premiano con le loro scelte. Anche le nuove strutture inaugurate stanno funzionando in linea con le nostre previsioni, tutto il team **Veratour** sta facendo un gran lavoro». Ottime le prestazioni dei nuovi arrivi, soprattutto il Veraclub Kelibia in Tunisia e i due nuovi villaggi in Egitto, Sharm el Sheikh e Marsa Alam. Questi ultimi in particolare beneficiano di una forte crescita di tutta l'area che al 15 febbraio raddoppia rispetto all'anno scorso. Quasi tutte le destinazioni confermano il trend di crescita: con Caraibi al +32% rispetto al 2018, Oceano Indiano al +7%, Estremo Oriente +10% e le sole Canarie in flessione (-12%). Bene anche i primi dati di vendita sul Mediterraneo con la Grecia al +3%, Baleari +14% e Italia +13% che tuttavia mostreranno il loro potenziale dalla primavera in poi. «Cresciamo su quasi tutte le destinazioni, quindi a funzionare è la nostra strategia, - aggiunge Massimo Broccoli direttore commerciale **Veratour** - il +28% sul preveduto è merito della trasparenza sulle politiche di pricing che invitano i clienti alla prenotazione anticipata. La nostra vera forza è data dalla collaborazione con le agenzie di viaggi, con il circuito Verastore e i network. Vendiamo il 100% del nostro prodotto tramite agenzia e i risultati sono eccezionali, segno inequivocabile che la scelta di **Veratour** di distribuire esclusivamente su questo canale è vincente».



Stefano Pompili



# Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
	Rubrica		Veratour	
10	TTG Italia (Travel Trade Gazette)	29/04/2019	VERATOURE CRESCE	2
	Ecodibergamo.it	23/04/2019	MARE E MOTORATE NOTTURNE L'ALTRA MARSALAM	3
24	L'Eco di Bergamo	23/04/2019	BAGNI CON LE TARTARUGHE E MOTORATE NEL DESERTO L'ALTRA MARSALAM	5
24	L'Eco di Bergamo	23/04/2019	IN GIRO PER TUTTO IL MONDO MA CON LA CUCINA ITALIANA	6
1	Travel Quotidiano	19/04/2019	VERATOURE PUNTA SUL NORD AFRICA POMPILI: "UNA DESTINAZIONE TOP" (T.Bernabe')	7
16	Daily Media	17/04/2019	EVENTI MADE IN ITALY TRA MUSICA E VIAGGI: VERATOURE E RADIO ITALIA COLLABORANO ANCORA INSIEME	9
	Radioitalia.it	16/04/2019	VERATOURE 2019	10
	Agendaviaggi.com	02/04/2019	PER VERATOURE TRENTANNI DI SUCCESSI	12
5	GUIDA VIAGGI	01/04/2019	MADE IN ITALY, 30 ANNI DI SUCCESSI	14
49/59	Media Key	01/03/2019	AZIENDE E COMUNICAZIONE	15

# Veratour cresce

Tra le new entry la Sicilia con il Falconara

▶ Non c'è solo l'Egitto nella summer di **Veratour**, che riserva anche una sorpresa italiana. Oltre a proporre il nuovo Veraclub, l'Utopia di Marsa Alam e un VeraResort, il Sunrise Montemare a Sharm el Sheikh, il t.o. fa rotta sulla Sicilia dove apre il VeraResort Falconara, 65 camere, con un ristorante, diversi bar e un centro benessere.



## Il Mar Rosso

Fresco di taglio del nastro è il rinnovato Veraclub Utopia Beach di Marsa Alam con 125 camere suddivise in tipologie Standard, Deluxe e Family Deluxe. Il resort mette a disposizione un ristorante Veraclub con servizio a buffet, 2 ristoranti à la carte, vari bar, 3 piscine e un centro benessere. Ma l'operatore lancia anche il VeraResort Sunrise Montemare a

Sharm el Sheikh, con una formula 'adult only' a partire dai 16 anni.

## Tunisia e Grecia

Due le strutture per l'estate in Tunisia: a Kelibia il Veraclub Kelibia Beach con 251 camere, ristorante principale con servizio a buffet, 2 ristoranti à la carte, lobby bar, pool bar, bar teatro, piscine per adulti e bambini. A Djerba il t.o. apre il Veraclub Iliade, con 312 camere, 3 ristoranti, vari bar, piscina

con zona bambini, campi da tennis, discoteca e centro benessere.

Infine, completa l'offerta estiva il VeraResort Aldeamar Royal Mare a Creta, con 391 camere e la presenza di stanze 'Family Suite' che si differenziano per la maggior metratura, il doppio sofà bed, servizi privati con jacuzzi e doccia separata. A disposizione dei clienti un'ampia scelta di ristoranti con servizio a buffet e à la carte e un centro benessere.





## MENU

HOME / BERGAMO CITTÀ / MARE E MOTORATE NOTTURNE L'ALTRA MARSALA ALAM



Martedì 23 Aprile 2019 (0)

[Facebook](#) [Twitter](#) [Mi piace](#) [Condividi](#)

## Mare e motorate notturne L'altra Marsa Alam

*Basta fare pochi metri in acqua, qualche secondo sulla sabbia fine della lunga spiaggia bianca, per inoltrarsi in un mondo colorato tra coralli e pesci che raccontano un ecosistema ancora tra i più incredibili al mondo.*

**Veratour** investe di nuovo sull'Egitto e, dopo anni critici e di grande insicurezza causati dalla Primavera araba che ha allontanato il turismo internazionale nel Mar Rosso, torna su un territorio dal grande patrimonio culturale e naturale, ma soprattutto facilmente accessibile al pubblico italiano. Per la vicinanza (solo 4 ore di volo aereo), ma soprattutto per la sua bellezza: c'è il mare caldo e popolato da flora e fauna, ci sono a poche ore di distanza tesori archeologici tra i più belli al mondo, c'è una nuova struttura completamente rinnovata e all'insegna del made in Italy con una formula all inclusive.

**Dopo i cinque villaggi in Egitto, ha inaugurato da poche settimane il Veraclub Utopia, a 30 minuti di distanza dall'aeroporto di Marsa Alam e posizionato in una delle baie più belle della zona, con la barriera corallina accessibile dalla spiaggia bianca. Un villaggio che è nato dalla ristrutturazione di un complesso avviato da una famiglia egiziana: «Nostro padre aveva un sogno ed è partito da una piccola imbarcazione attraccata in questo mare - raccontano i due giovani fratelli egiziani che si sono affidati al progetto di**

**Veratour** - Grazie all'imprenditorialità italiana, l'idea di una struttura turistica avviata e sviluppata è diventata realtà».

Un progetto che ha permesso di realizzare una struttura di 125 camere, tra cui 23 che si affacciano direttamente sulla spiaggia. La struttura ha inoltre tre ristoranti, una grande area piscina e spazi per le attività sportive. Non manca l'animazione e l'assistenza italiana, sempre presente, per un villaggio che è dedicato proprio al turismo made in Italy. Dal cibo fino all'organizzazione di tutte le attività, con anche numerose escursioni che partono direttamente dal villaggio: c'è Luxor ma anche la possibilità di una motorata nel deserto al tramonto, fino ad un'avventura a Shalateen, antica città famosa per il suo mercato di cammelli. E poi ancora: una gita alla celebre baia di Abu Dabbab con la sua acqua cristallina, le tartarughe e la possibilità di avvistare il tanto famoso dugongo.

Per i più pigri, solo un consiglio: godersi la spiaggia dell' Utopia e la bellezza della sua barriera. I ritmi lenti delle vacanze saranno solo scanditi dalle attività del villaggio, i pranzi in terrazza con il pane appena sfornato e la pasta fatta a mano dagli chef, una passeggiata tra le bungaville violacee. La sera? C'è l'animazione e la musica per chi ha voglia di fare festa e per le famiglie un servizio di miniclub e di organizzazione attività per i ragazzi. Ma se puntate solo esclusivamente sul relax, fate anche un salto nell'area benessere. Un massaggio, dopo una giornata di mare, farà al caso vostro.

**Fabiana Tinaglia**

Giornalista de L'Eco di Bergamo



© RIPRODUZIONE RISERVATA

#### Tags

#Bergamo

#Tempo libero

#Vacanze

#Abu Dabbab

#Primavera

#### Altri articoli



Martedì 23 Aprile 2019

**Incendio alla «Valcart», il titolare - Video «Non posso credere che sia doloso»**



Lunedì 22 Aprile 2019

**Il ponte Capriate-Trezzo chiude per lavori Dal 23 al 28, escluso il 25 aprile**

Domenica 21 Aprile 2019

**Valle Imagna al rallentatore Traffico per il cantiere (e il semaforo)**

Turisti e bergamaschi furibondi in Valle Imagna a causa delle lunghe code provocate a Strozza dal semaforo che regola i lavori per la sistemazione della ...

Domenica 21 Aprile 2019

**Ha toccato il fondo vivendo per strada ma con il pane la sua vita è lievitata**

Sabato 20 Aprile 2019

**Camminata nerazzurra, dal 6 le iscrizioni La novità: lo sconto per Corner**



# Bagni con le tartarughe e motorate nel deserto

## L'altra Marsa Alam

**Egitto.** Le escursioni del Veraclub Utopia inaugurato da poche settimane in una delle baie più belle della zona Avvistamenti del dudongo e gite al mercato dei cammelli

Basta fare pochi metri in acqua, qualche secondo sulla sabbia fine della lunga spiaggia bianca, per inoltrarsi in un mondo colorato tra coralli e pesci che raccontano un ecosistema ancora tra i più incredibili al mondo. **Veratour** investe di nuovo sull'Egitto e, dopo anni critici e di grande insicurezza causati dalla Primavera araba che ha allontanato il turismo internazionale nel Mar Rosso, torna su un territorio dal grande patrimonio culturale e naturale, ma soprattutto facilmente accessibile al pubblico italiano. Per la vicinanza (solo 4 ore di volo aereo), ma soprattutto per la sua bellezza: c'è il mare caldo e popolato da flora e fauna, ci sono a poche ore di distanza tesori archeologici tra i più belli al mondo, c'è una nuova struttura completamente rinnovata e all'insegna del made in Italy con una formula all inclusive.

Dopo i cinque villaggi in Egitto, ha inaugurato da poche settimane il Veraclub Utopia, a 30 minuti di distanza dall'aeroporto

di Marsa Alam e posizionato in una delle baie più belle della zona, con la barriera corallina accessibile dalla spiaggia bianca. Un villaggio che è nato dalla ristrutturazione di un complesso avviato da una famiglia egiziana: «Nostro padre aveva un sogno ed è partito da una piccola imbarcazione attraccata in questo mare - raccontano i due giovani fratelli egiziani che si sono affidati al progetto di **Veratour** -. Grazie all'imprenditorialità italiana, l'idea di una struttura turistica avviata e sviluppata è diventata realtà».

Un progetto che ha permesso di realizzare una struttura di 125 camere, tra cui 23 che si affacciano direttamente sulla spiaggia. La struttura ha inoltre tre ristoranti, una grande area piscina e spazi per le attività sportive. Non manca l'animazione e l'assistenza italiana, sempre presente, per un villaggio che è dedicato proprio al turismo made in Italy. Dal cibo fino all'organizzazione di tutte le attività, con anche numerose escursioni che

partono direttamente dal villaggio: c'è Luxor ma anche la possibilità di una motorata nel deserto al tramonto, fino ad un'avventura a Shalateen, antica città famosa per il suo mercato di cammelli. E poi ancora: una gita alla celebre baia di Abu Dabbab con la sua acqua cristallina, le tartarughe e la possibilità di avvistare il tanto famoso dugongo.

Per i più pigri, solo un consiglio: godersi la spiaggia dell'Utopia e la bellezza della sua barriera. I ritmi lenti delle vacanze saranno solo scanditi dalle attività del villaggio, i pranzi in terrazza con il pane appena sfornato e la pasta fatta a mano dagli chef, una passeggiata tra le bungaville violacee. La sera? C'è l'animazione e la musica per chi ha voglia di fare festa e per le famiglie un servizio di miniclub e di organizzazione attività per i ragazzi. Ma se puntate solo esclusivamente sul relax, fate anche un salto nell'area benessere. Un massaggio, dopo una giornata di mare, farà al caso vostro.

**Fabiana Tinaglia**



Il tratto di barriera corallina dove è dislocato il nuovo villaggio Utopia è tra i migliori di Marsa Alam



## La curiosità

## In giro per tutto il mondo ma con la cucina italiana

Un progetto culinario dedicato all'Italia. In fondo non poteva che essere così: da sempre **Veratour** ragiona da struttura italiana per gli italiani e anche a Marsa Alam c'è lo zampino di Massimo Sgobba, lo chef che gira ed «educa» il settore ristorazione di tutti i villaggi del tour operator romano. Con grandi riscontri: l'attenzione al food è tra le priorità di **Veratour** che punta a un menù internazionale dove la cucina italiana ha sempre un ruolo da



Massimo Sgobba al lavoro

protagonista. Pugliese di Castellana Grotte, si definisce un «cittadino del mondo»: «Vado su e giù dagli aerei per organizzare tutte le cucine e dare le direttive a tutti i nostri chef: quando c'è da aprire un nuovo villaggio, riallestire una cucina, cambiare un menù o riorganizzare una brigata di cucina, prendo il primo aereo e volo a destinazione». Ha fatto così anche a Marsa Alam dove c'è anche una chicca culinaria tutte le sere, al ristorante centrale (sono tre i ristoranti del villaggio, ndr): un piatto sofisticato e curato in ogni dettaglio sempre diverso, di pesce o di carne, per offrire un servizio d'eccellenza.



**Operatori**

**Veratour** punta sul Nord Africa  
Pompili: «Una destinazione top»

MARSA ALAM — Apre a Marsa Alam l'Utopia Beach Club, il sesto Veraclub egiziano. «La previsione per il 2019 sul Nord Africa è di 49 milioni di fatturato - dichiara Stefano Pompili, direttore generale **Veratour** -. Nel prossimo ponte lungo si contano circa mille voli prenotati a Sharm e oltre 600 a Marsa Alam». Grazie al nuovo arrivo sul Mar Rosso, salgono quindi a 37 i Veraclub 100% italiani nel catalogo 2019 del tour operator capitolino, a cui si devono poi aggiungere sette Veraresort International commercializzati in esclusiva sul mercato tricolore.

A PAGINA 3

**Veratour** inaugura l'Utopia Beach Club a Marsa Alam  
In arrivo presto ulteriori investimenti in Grecia, Italia, Spagna e Croazia

# Apre il sesto Veraclub egiziano

di TERESA BERNABÈ

MARSA ALAM - **Veratour** non arresta la sua corsa e inaugura il sesto Veraclub in Egitto, l'Utopia Beach Club a Marsa Alam. «In primis abbiamo visto il mare e conosciuto i proprietari della struttura, quindi abbiamo deciso di investire su di loro e loro su di noi», racconta Daniele Pompili, general manager divisione villaggi **Veratour**. Nasce così la struttura che va a incrementare il numero di quelle messe a catalogo nel 2019: 37 Veraclub 100% italiani e sette Veraresort International commercializzati in esclusiva nel mercato italiano.

«La previsione per il 2019 sul Nord Africa è di 49 milioni di fatturato - dichiara Stefano Pompili, direttore generale **Veratour** -. Nel prossimo ponte lungo si contano circa mille voli prenotati a Sharm e oltre 600 a Marsa Alam». Il piano generale di sviluppo del gruppo, invece, per il triennio 2020-2021 prevede una crescita media dei volumi del 7/10% annuo, con 245 milioni di fatturato attesi per il 2019, 265 nel 2020 e 285

nel 2021. «Risultati ambiziosi che non possiamo raggiungere senza la totale ed esclusiva commercializzazione del prodotto tramite agenzia, la nostra filosofia da sempre». Fondamentali saranno anche la partnership siglata con Neos e la nuova campagna di comunicazione via web e in collaborazione con Radio Italia, oltre ai mille 800 passaggi di spot tra Sky, La7 e 950 sale cinematografiche. In arrivo inoltre nuovi investimenti in Grecia, Italia, Spagna e Croazia, dove il gruppo avvierà due importanti progetti che verranno svelati nel 2020.

«La nostra politica commerciale muove dalla forte passione di una squadra in perfetta sinergia, il valore aggiunto che ci permette di fare grandi numeri - racconta Massimo Broccoli, direttore commerciale **Veratour** -. Il mio compito è quello di conoscere e raccogliere le proposte, i bisogni e le critiche, recandomi di

persona presso ciascuna delle adv nostre fiduciarie: una metodologia anacronistica per il mercato italiano». I punti di forza del piano marketing **Veratour** restano il pricing coerente con la capacità di spesa del cliente e un listino semplice con prezzi chiari e fissi. La distribuzione coinvolge circa 2 mila 500 agenzie, tra cui 750 Verastore, con un'incidenza stimata nel 2019 pari al 60% del fatturato totale. La crescita nell'ultimo triennio è stata mediamente del 50%.

L'azienda, infine, allarga nel 2019 il novero delle agenzie Verastore coinvolte nel progetto "Digital travel agent", nato lo scorso anno a marzo. Tramite l'accesso a una piattaforma professionale gli agenti possono in questo modo acquisire ulteriori competenze per la gestione dei canali Instagram e Facebook, avendo a disposizione ogni giorno contenuti a costo zero con cui arricchire i social e farsi conoscere da nuovi target, quindi da potenziali nuovi clienti.



*Io visito di persona  
ciascuna delle adv  
nostre fiduciarie*

**Massimo Broccoli**

Con la struttura sul Mar Rosso salgono a 37 i Veracub nel catalogo 2019, a cui si aggiungono sette Veraresort International



**600**

I voli prenotati a Marsa Alam per il prossimo ponte lungo. Mille invece quelli per Sharm

*La previsione per il 2019 sul Nord Africa è di 49 milioni di fatturato*

**Stefano Pompili**



**1.800**

I passaggi spot previsti su Sky e La7. Ma la campagna promozionale Veratour include anche il web, Radio Italia e 950 cinema



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

# Eventi Made in Italy tra musica e viaggi: Veratour e Radio Italia collaborano ancora insieme per un'altra settimana da ricordare

Il 2 giugno l'esibizione in esclusiva di Paola Turci dal Veraclub Kelibia Beach in Tunisia. Dal 3 al 9 giugno, gli speaker Marco Maccarini e Marina Minetti trasmetteranno dal Veraclub Suneva Wellness & Golf in Sardegna

I colori dell'estate sono quelli del Made in Italy. Per il sesto anno consecutivo prosegue la partnership tra Veratour e Radio Italia, che quest'anno conta due appuntamenti in due delle più belle strutture del tour operator: i Veraclub Kelibia Beach in Tunisia e Suneva Wellness & Golf in Sardegna. In programma due eventi ricchi di musica che celebrano l'inizio della stagione estiva. Si comincia con l'esibizione live in esclusiva di Paola Turci, la sera del 2 giugno al Veraclub in

Nord Africa. L'esibizione si terrà in occasione della new opening della struttura Kelibia Beach, in Tunisia e sarà trasmessa in differita sulle frequenze di Radio Italia solomusicaitaliana il 4 giugno alle 21:00. Dal 3 al 9 giugno parte dello staff di Radio Italia si trasferirà al Veraclub Suneva Wellness & Golf in Sardegna dove gli speaker Marco Maccarini e Marina Minetti trasmetteranno in diretta da lunedì a venerdì dalle 16:00 alle 18:00 da una postazione allestita nella struttura. Alessandro Vo-



Paola Turci

lanti, Direttore Marketing Radio Italia: "Riconfermiamo con piacere la collaborazione con Veratour, un sodalizio tutto italiano dei quali siamo molto orgogliosi!". Il progetto celebra il meglio del Made in Italy grazie alle strutture Veratour e alla musica di Radio Italia. "Ormai è un appuntamento tradizionale – aggiunge Stefano Pompili Direttore Generale Veratour – tanto importante che quest'anno raddoppiamo gli eventi: non solo gli speaker in Sardegna con i nostri clienti, ma anche l'esibizione di Paola Turci per l'inaugurazione del Kelibia".

DailyMedia  
Il quotidiano della commissione  
17-04-2019  
Pagina 16

**Eventi Made in Italy tra musica e viaggi: Veratour e Radio Italia collaborano ancora insieme per un'altra settimana da ricordare**

Il 2 giugno l'esibizione in esclusiva di Paola Turci dal Veraclub Kelibia Beach in Tunisia. Dal 3 al 9 giugno, gli speaker Marco Maccarini e Marina Minetti trasmetteranno dal Veraclub Suneva Wellness & Golf in Sardegna

**MANAGER ASSISTANT 4.0**  
Nuovo software di gestione del personale



Effettua il login



ORA IN ONDA

MARINA MINETTI &amp; MARCO MACCARINI

TROVA LA TUA FREQUENZA ISERNIA (IS) 96.300

ASCOLTA  
RadioitaliaGUARDA  
Radioitalia TV

WEBRADIO



RADIO ITALIA

RADIO ITALIA LIVE

MUSICA &amp; NEWS

TOUR &amp; CONCERTI

SPECIALI

MULTIMEDIA

VINCI

RADIO ITALIA RAP

HOME / PARTNERSHIPS / VERATOUR 2019 /

**Radio Italia**

**Veratour**  
Apri gli occhi e sogna.

**Veratour a tutto volume con Radio Italia**

**TUNISIA 1-3 giugno**  
**Veraclub Kelibia Beach**  
New opening con esibizione di Paola Turci.

**SARDEGNA 2-9 giugno**  
**Veraclub Suneva**  
Wellness & Golf  
Radio Italia in diretta dal Villaggio.

La partnership mensile firmata da Veratour e Radio Italia continua a tutto volume. Anche quest'anno il viaggio dello stile Made in Italy per eccellenza. Coinvolgimento, buona musica e ospitalità per raccontare le tue vacanze in nostra compagnia.

radioitalia.it veratour.it

## VERATOUR 2019

IL MEGLIO DEL MADE IN ITALY TRA MUSICA E VIAGGI: **VERATOUR** E RADIO ITALIA DI NUOVO INSIEME PER LA SETTIMANA SPECIALE, SPEAKER IN DIRETTA DALLA SARDEGNA ED ESIBIZIONE DI PAOLA TURCI IN TUNISIA

I colori dell'estate sono quelli del Made in Italy. Per il sesto anno consecutivo prosegue la partnership tra **Veratour** e **Radio Italia** che quest'anno conta **due appuntamenti** in due delle più belle strutture del tour operator: i **Veraclub Kelibia Beach in Tunisia** e **Suneva Wellness & Golf in Sardegna**. In programma due eventi ricchi di musica che celebrano l'inizio della stagione estiva.

Si comincia con l'esibizione live in esclusiva di **Paola Turci**, la sera del **2 giugno**. L'artista si esibirà in occasione del new opening della struttura **Kelibia Beach**, in Tunisia. L'esibizione di Paola Turci sarà inoltre trasmessa in differita sulle frequenze di Radio Italia solomusicaitaliana il 4 giugno alle ore 21.

Dal **3 al 9 giugno** parte dello staff di Radio Italia si trasferirà al **Veraclub Suneva Wellness & Golf in Sardegna** dove gli speaker Marina Minetti e Marco Maccarini trasmetteranno in diretta dal lunedì al venerdì dalle ore 16 alle ore 18 da una postazione allestita nella struttura.

### PHOTOGALLERY: VERA CLUB KELIBIA BEACH - TUNISIA



+ 6

### PHOTOGALLERY: VERA CLUB SUNEVA & GOLF - SARDEGNA



+ 4

© 2007 RADIO ITALIA S.p.A. P.IVA 06832230152

Tutti i diritti riservati. Per le opere dell'ingegno contenute nel sito sono stati assolti gli obblighi derivanti dalla normativa dei diritti d'autore e dei diritti connessi.

Sede Legale:  
Via Savona 52, 20144 Milano.

Sede Amministrativa:  
Viale Europa 49, 20093 Cologno Monzese  
(Mi) - Tel. +39 02 254441 Fax +39 02  
25444220.

Capitale Sociale € 580.000,00  
interamente versato. Iscr. Reg. Imprese  
Milano - C.F. e n° Iscrizione 06832230152.  
Iscritta al R.E.A. di Milano al n° 1125258.  
Testata giornalistica Registrata n°2863 -  
3 Aprile 1987.

Chi siamo

Lavora con noi

Regolamenti

Contattaci

Pubblicità

Privacy

# Agenda Viaggi

DESTINAZIONI | ITINERARI | WEEKEND | TURISMO | INTERVISTE & VIDEO | TOPTEN | CHI SIAMO | ACCESSI

Home > Appuntamenti > Per **Veratour** Trent'anni di successi



## PER VERATOUR TRENT'ANNI DI SUCCESSI

Scritto da Carlo Ingegno on 02/04/2019. Postato in Appuntamenti



**UN APPUNTAMENTO SPECIALE IN UNA LOCATION SUGGERITIVA. LA CONFERENZA STAMPA SI È TENUTA NELL'ELEGANTE EXCELSIOR HOTEL GALLIA DI MILANO, DOVE VERATOUR HA PRESENTATO RECORD, NOVITÀ E BILANCI, IN NOME DI UN MADE IN ITALY SEMPRE PIÙ IN ASCESA.**

### Milano, Italia.

I dati parlano chiaro, **Veratour** vive di ottima salute, eloquenti i risultati del 2018 con + 224 milioni di euro. Una scia positiva che punta ad una crescita per il 2019 del 7-10%. Prevista l'apertura di sei nuove strutture durante i primi sei mesi dell'anno, ma soprattutto c'è la consapevolezza di un trend positivo che dura oramai da trent'anni.

A conferma dei risultati, un budget di 30 milioni di euro, disponibili per tutte le iniziative che possano accrescere l'azienda.

### Raggiante la dichiarazione del fondatore e amministratore **Carlo Pompili**:

*"La solidità e le capacità di crescita di questa azienda sono eccezionali, festeggeremo a breve i nostri trent'anni e da una piccola realtà tra tante oggi siamo tra i principali tour operator italiani grazie all'impegno e alla passione che ci mettiamo ogni giorno".*

Con i dati di bilancio 2018, **Veratour** fa segnare un nuovo record, soprattutto considerando un periodo storico non certo tra i migliori per l'economia del nostro paese.

In primo piano il volume d'affari con 224,3 milioni di euro, in crescita del 10,2% rispetto al 2017.

La conferma dell'ascesa per **Veratour** resta evidente anche nei primi due mesi del 2019 con le vendite in crescita del 26%, con il successo del Nord Africa che duplica addirittura i volumi rispetto allo stesso periodo del 2018. A valorizzare lo sviluppo, i notevoli investimenti messi in campo dal tour operator.

Seguono le novità, oltre al **Veraclub Antigua** inaugurato nel dicembre 2018, si aggiungono altri sei resort in apertura nei primi sei mesi dell'anno: due in **Egitto**, il **Veraclub Utopia a Marsa Alam** e il **Veraresort Sunrise Montemare a Sharm el Sheik**; due in **Tunisia**, i **Veraclub Kelibia beach** e **Iliade a Djerba**, e due in **Europa**, i **Veraresort Aldemar Royal Mare a Creta** in **Grecia** e **Falconara in Sicilia**.

**Daniele Pompili** general manager divisione villaggi Veraclub, sottolinea nella sua dichiarazione le priorità a cui si affida la società, grazie anche ad efficiente scouting che garantisce alla clientela certezze nella scelta:

*"Reperire nuove strutture non è facile, devono rispettare gli alti standard di qualità a cui sono abituati i nostri clienti. Puntiamo a crescere e ad ampliare la gestione diretta, senza trascurare i villaggi già in catalogo: nel solo 2018 oltre il 30% delle strutture ha beneficiato di interventi di miglioramento straordinari, innumerevoli quelli ordinari".*

In evidenza inoltre le strategie di comunicazione. Un percorso fondamentale che annuncia la collaborazione strategica con **Fox Factory** per un nuovo spot in onda su **Sky** e **La7** nel periodo marzo-aprile. Confermate le iniziative con **Radio Italia** per la settimana speciale dedicata al Made in Italy; fondamentale inoltre lo sviluppo del digital con advertising su piattaforme social e motori di ricerca.

A conclusione viene sottolineato da **Veratour** il suo immancabile stile Made in Italy in Italia e nel mondo, così lo stretto rapporto con le agenzie di viaggio una scelta che identifica professionalità e dedizione al cliente.

"Il marchio **Veratour** è sinonimo di qualità e affidabilità per milioni di persone e grazie a queste campagne raggiungeremo tantissime altre famiglie italiane – dice Stefano Pompili direttore generale **Veratour** – con i Veraclub portiamo il meglio del Made in Italy nel mondo grazie ai driver di cucina, animazione e assistenza e ne siamo orgogliosi.

CERCA...

COPPIA  
FAMIGLIA  
SINGLE

VIDEO

IL MUSEO DEL PRADO - LA CORTE DELLE MERAVIG



Continuiamo a crescere e a battere i nostri record, questi per noi sono anni importanti, andremo avanti rispettando i nostri valori e la nostra identità".

Confermata la politica distributiva che per **Veratour** vuol dire vendita del 100% del prodotto tramite agenzie di viaggio. "Il rapporto consolidato con le agenzie e i network funziona – aggiunge Massimo Broccoli direttore commerciale **Veratour** – riteniamo che un cliente correttamente consigliato da un professionista sia un cliente soddisfatto, per questo tutte le nostre iniziative di marketing puntano a portare sempre più persone in agenzia di viaggi".

[Trackback dal tuo sito.](#)



#### CARLO INGEGNO

Nato a Napoli, trasferitosi per amore a Buenos Aires dove la bella Patricia gli regala ben 4 figli. Negli anni '80 torna in Italia, a Milano, questa volta per lavoro in Rcs dove si occupa di immagine e grafica. Inoltre viaggia, fotografa e scrive storie dal mondo con approccio esplorativo sempre attento ai dettagli. Oggi dirige Agenda Viaggi con un gruppo di persone molto speciali. Vive da qualche anno con sua moglie Raffaella e la gatta Misha a Verzimo, un paesino del XI sec. in provincia di Vercelli, in una casa piccola, soleggiata, per metà ristrutturata, un giardino incolto e mobili tutti diversi per epoche e stili, come la vecchia tavola da surf testimone di lunghe cavalcate sulle onde in California o come l'eccentrico menù del caffè Granola a Copenaghen, la foto scattata alla cisterna di vetro colorata a Dumbo, Brooklyn, dell'artista Tom Fruin, e le belle stampe che immortalano la piacevole solitudine sulla spiaggia di Margate nella contea del Kent in Inghilterra.



Tweet



Like 1

Agenda Viaggi - [info@agendaviaggi.com](mailto:info@agendaviaggi.com)

Copyright © 2012 Agenda Viaggi Registrazione Tribunale Monza n. 7/2013 | [Informativa privacy & Cookies](#)

Utilizziamo i cookie per essere sicuri che tu possa avere la migliore esperienza sul nostro sito. Se continui ad utilizzare questo sito noi assumiamo che tu ne sia felice.

# Made in Italy, 30 anni di successi

La formula villaggio di **Veratour** fa registrare un fatturato record di oltre 224 mln di euro



Daniele Pompili, Massimo Broccoli, Stefano Pompili, Carlo Pompili

**“Il ventinovesimo bilancio positivo”, dichiara il fondatore e amministratore delegato di Veratour Carlo Pompili.**

“Anno da record, quello appena trascorso, con volume d'affari di 224,3 milioni di euro, in crescita del 10,2 per cento rispetto al 2017. Le marginalità completano il quadro positivo con l'Ebt (l'utile prima delle imposte, ndr) a 14,765 milioni di euro (+28,45%) e l'utile netto a 12,065, in aumento del 48,7 per cento. Certo vanno considerate alcune sopravvenienze derivanti dalla Patent box (tassazione agevolata dei redditi derivati dall'utilizzazione di beni immateriali quali know-how, marchi, brevetti eccetera, ndr) ma l'aumento dell'Ebit del 13,95 per cento, dai quasi 12 milioni ai 13,6 milioni di quest'anno, conferma una solida crescita. Nel 2019 puntiamo a un segno positivo tra i sette e i dieci punti percentuali”. Lifestyle italiano, standard elevati, prezzi trasparenti e cento per cento di vendita dei prodotti attraverso le adv. Semplice quanto efficace, chiara, senza incer-

tezze, la ricetta di **Veratour** si conferma ancora una volta vincente. “Vogliamo andare avanti - dice il **direttore generale Stefano Pompili** - rispettando questa filosofia, i nostri valori e la nostra identità. Siamo orgogliosi che il nostro marchio sia sinonimo di qualità e affidabilità per milioni di persone. Oggi contiamo su un'offerta di 37 villaggi Veraclub e sette VeraResort International, che diffondono l'italian style negli angoli più belli del mondo grazie ai driver di cucina, animazione e assistenza”.

Che il t.o. sia intenzionato a proseguire nella striscia positiva lo dimostra il trend di gennaio e febbraio, con le vendite, trainate soprattutto dal ritorno del Nord Africa, Egitto in particolare, che duplica i volumi rispetto allo stesso periodo del 2018, in crescita del 26%. A supportare lo sviluppo, i forti investimenti e sei new entry. Al Veraclub Antigua, inaugurato nel dicembre 2018, se ne aggiungono due in Egitto - Veraclub Utopia a Marsa Alam e Veraresort Sunrise Montemare a

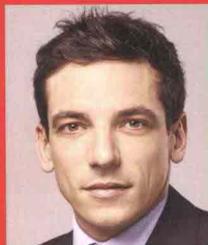
Sharm el Sheik -, altrettanti in Tunisia - Veraclub Kelibia Beach e Iliade a Djerba - e due in Europa, i Veraresort Aldemar Royal Mare a Creta, in Grecia, e Falconara in Sicilia.

“Non è semplice individuare nuove strutture con gli elevati standard da noi richiesti”, spiega **Daniele Pompili, general manager Divisione villaggi Veraclub**. “Puntiamo a crescere e ad ampliare la gestione diretta ma non vogliamo assolutamente trascurare i villaggi già in catalogo. Solamente nel 2018 oltre il 30 per cento delle strutture è stata infatti interessata da importanti migliorie”. Anche per quest'anno è confermata la distribuzione solo ed esclusivamente tramite le agenzie, politica che ha portato in vacanza oltre tre milioni e mezzo di italiani. “È un rapporto consolidato che funziona benissimo, come dimostrano anche le cifre, - spiega **Massimo Broccoli, direttore commerciale Veratour** - e riteniamo che un cliente ben consigliato da un professionista sia un ospite soddisfatto”. P.O.





**THOMAS SILLER,**  
DIRETTORE COMMERCIALE  
E MARKETING DI  
BAYERNLAND



**GIOVANNI COPPO,**  
MARKETING & RETAIL SALES  
DIRECTOR DI SAMBONET



**MARINA MASTROMAURO,**  
AMMINISTRATORE  
DELEGATO DI  
PASTIFICIO ATTILIO  
MASTROMAURO  
GRANORO



**FABIANA SCAVOLINI,**  
AMMINISTRATORE DELEGATO  
DI SCAVOLINI



**NICOLETTA PIRRO  
RUGGIERO,**  
HEAD OF MARKETING  
AND COMMUNICATION  
DI KFC ITALIA



**STEFANO POMPILI,**  
DIRETTORE GENERALE  
DI **VERATOURL**



**EMIDIO MANSI,**  
DIRETTORE  
COMMERCIALE ITALIA  
DI PASTIFICIO LUCIO  
GAROFALO



**FEDERICA BIGIOGERA,**  
MARKETING MANAGER  
DI VITAVIGOR

# AZIENDE E COMUNICAZIONE



# BAYERNLAND

THOMAS SILLER,  
DIRETTORE COMMERCIALE E MARKETING

**NELL'ULTIMO ANNO È AUMENTATA LA FIDUCIA DEI CONSUMATORI. QUALI SONO LE STRATEGIE SU CUI PUNTATE PER INCENTIVARE I CONSUMI?**

La fiducia in BLD è aumentata specialmente con il successo del packaging relaunch e del media mix 2017-2018, in particolare, a coronamento di quest'ultimo, con la campagna televisiva che ci ha presentati come azienda familiare e vicina al consumatore italiano.

La strategia ha come base la vicinanza al consumatore, e dunque la comunicazione dei valori di sicurezza, salubrità e qualità dei nostri prodotti, argomenti sempre più cari ai responsabili d'acquisto. Lo scopo è anche di entrare nelle case degli italiani comunicando specialmente la bontà dei nostri latticini che si sposano in modo ottimale con la tradizionale cucina italiana ed anche con la semplicità e la praticità richiesta dal moderno vivere quotidiano.

**PER RISPONDERE AL MEGLIO ALLE RICHIESTE DI AZIENDE/CLIENTI, COME DEVE OPERARE OGGI UN'AGENZIA DI COMUNICAZIONE?**

Per noi è fondamentale che l'agenzia sia flessibile, crossmediale ma soprattutto abbia una reale capacità di mettere a fuoco i valori aziendali per condividerli con il pubblico. Siamo un brand bavarese che opera nella patria del food: l'agenzia deve essere in grado di individuare lo stile e il tono di comunicazione ideali per entrare in sintonia con gli italiani.

**INTERNET E TECNOLOGIA HANNO RADICALMENTE CAMBIATO IL MONDO DELLA COMUNICAZIONE. IN CHE MISURA TUTTO CIÒ HA INFLUITO PER L'AZIENDA?**

Negli ultimi anni web e nuovi media hanno cambiato – e stanno cambiando – le regole del gioco. Il target si è trasformato in varie community dalle caratteristiche molto precise, la comunicazione in interazione, la persuasione in dialogo one-to-one. È un po' come se noi stessi, da brand, ci stessimo trasformando in una persona. Per interagire, alla pari, con altre persone. Grazie al supporto dell'agenzia di comunicazione che ci segue cerchiamo di andare in questa direzione e di instaurare un rapporto personale con tutte le persone con cui entriamo in contatto.

**CI PUÒ PARLARE DELL'ULTIMA CAMPAGNA DELLA SUA SOCIETÀ E DELL'AGENZIA CON CUI L'HA REALIZZATA?**

La nuova campagna Tv è stata ideata da Milk adv, agenzia scelta dopo una consultazione. L'agenzia lavora a livello nazionale e internazionale e presenta case histories importanti nel settore del food, anche questo è stato un motivo di scelta. Dopo la realizzazione dello spot e gli ottimi risultati ottenuti presso i target di riferimento, abbiamo deciso di affidare a Milk adv la comunicazione a 360° della nostra azienda per il 2019. Lo spot nasce dalla nostra volontà di aumentare l'awareness del marchio Bayernland. Rendere familiare un nome tedesco e dalla pronuncia difficile come Bayernland, entrare in sintonia con il pubblico grazie ad un jingle che appartiene alla cultura nazionale, mostrare le svariate opportunità di utilizzo di una gamma ricchissima: questi i punti di forza della nuova comunicazione.

**QUALI NOVITÀ E INIZIATIVE SONO PREVISTE PER IL 2019?**

Nel 2019 continueremo la pianificazione dello spot in tv e sfrutteremo maggiormente le opportunità offerte da social e web. Data la forza della musica in questa comunicazione, stiamo pianificando una nostra presenza forte anche in radio.

Un canale importante su cui concentreremo le nostre energie nel 2019 è la Gdo, lavoreremo dal punto di vista commerciale e di comunicazione per avere una maggior penetrazione e forza. **MK**

SOTTO, LA NUOVA CAMPAGNA TV REALIZZATA DALL'AGENZIA MILK ADV.





# PASTIFICIO ATTILIO MASTROMAURO GRANORO

MARINA MASTROMAURO,  
AMMINISTRATORE DELEGATO

## NELL'ULTIMO ANNO È AUMENTATA LA FIDUCIA DEI CONSUMATORI. QUALI SONO LE STRATEGIE SU CUI PUNTATE PER INCENTIVARE I CONSUMI?

Da sempre l'obiettivo primario di Granoro è quello di garantire una qualità elevata dei prodotti, utilizzando semole di alta qualità, certificando l'intera produzione dal campo al prodotto finito e rispettando l'ambiente. Infatti, con la linea 'Granoro Dedicato', l'azienda offre ai consumatori pasta ottenuta dalla selezione delle migliori varietà di grano duro coltivate esclusivamente in Puglia – regione da sempre nota come il granaio d'Italia e vocata alla produzione di grani duri di qualità – garantita da partner che condividono questo progetto fornendo una materia prima di altissima qualità certificata e tracciata dal campo alla Tavola 100% Puglia. Oltre l'alta qualità della materia prima, Granoro, con la linea 'Granoro Dedicato' gode di una doppia certificazione: UNI EN ISO 22005:08, rilasciata da DNV (Det Norske Veritas) – uno dei principali organismi di certificazione a livello mondiale che garantisce la rintracciabilità lungo tutta la filiera produttiva del prodotto – e il marchio collettivo 'Prodotti di Qualità Puglia' – concesso dalla Regione Puglia, che riconosce l'autenticità della filiera e del prodotto finito. Non solo. Già dal 1998 Granoro produce pasta biologica 100% italiana, utilizzando un metodo di produzione che prevede l'assenza di impiego di pesticidi, concimi chimici, utilizzando metodiche agricole naturali, nel rispetto dell'ambiente.

## PER RISPONDERE AL MEGLIO ALLE RICHIESTE DI AZIENDE/CLIENTI, COME DEVE OPERARE OGGI UN'AGENZIA DI COMUNICAZIONE?

Un'agenzia di comunicazione, per promuovere l'immagine e i valori delle aziende clienti, deve innanzitutto individuare i punti di forza dell'azienda, tradurre tali punti di forza in messaggi e immagini coerenti, focalizzarli sulle esigenze del target e veicolarli sui mezzi di comunicazione idonei per massimizzare il ritorno economico.

## INTERNET E TECNOLOGIA HANNO RADICALMENTE CAMBIATO IL MONDO DELLA COMUNICAZIONE. IN CHE MISURA TUTTO CIÒ HA INFLUITO PER L'AZIENDA?

Internet è diventato un fattore preponderante per un'azienda per essere competitiva sul mercato e per accedere a diverse opportunità offerte proprio dal web. Il primo grande vantaggio offerto da Internet è rappresentato dai siti internet. Granoro, infatti, attraverso il proprio sito aziendale ([www.granoro.it](http://www.granoro.it)) presenta agli utenti la propria storia, i prodotti, i propri valori e offre anche la possibilità di effettuare acquisti tramite il canale e-commerce. Quest'ultimo, infatti, ha un peso importante per l'azienda poiché consente a tutti gli utenti di acquistare tutti i prodotti Granoro, anche quelli non presenti negli assortimenti dei nostri clienti.

## CI PUÒ PARLARE DELL'ULTIMA CAMPAGNA DELLA SUA SOCIETÀ E DELL'AGENZIA CON CUI L'HA REALIZZATA?

L'ultima campagna è relativa alla realizzazione del nuovo sito internet della linea 'Granoro Dedicato', nato per raccontare la filiera della pasta

ottenuta da grano duro 100% pugliese e tutti gli altri prodotti della linea (olio, legumi, pomodori e derivati). Con il nuovo sito internet [www.granorodedicato.it](http://www.granorodedicato.it), Granoro ha puntato sul digital storytelling ripercorrendo tutti gli step della filiera: la coltivazione e la selezione dei migliori grani duri di Puglia, decorticati a pietra e macinati lentamente (da cui deriva solo semola a grana grossa); la fase dell'impasto, con acqua pura dalle sorgenti di Caposele e di Cassano Irpino; la trafilatura al bronzo, che dona alla pasta la giusta rugosità; l'essiccazione lenta, a bassa temperatura, che ne preserva il colore giallo oro e il profumo. Oltre il racconto del grano e di come nasce la pasta 'Granoro Dedicato', ampio spazio è stato riservato alla filiera raccontata, attraverso contributi video, dagli stessi agricoltori che coltivano il grano che utilizziamo per produrre la pasta.

## QUALI NOVITÀ E INIZIATIVE SONO PREVISTE PER IL 2019?

Per il 2019, Granoro punterà alla valorizzazione dei prodotti 100% italiani, in particolare alla promozione della linea 'Granoro Dedicato – filiera 100% Puglia' e 'BioGranoro', le linee di prodotti biologici 100% italiani. La promozione riguarderà l'utilizzo di mezzi di comunicazione sia tradizionali (stampa, Tv, radio, cinema, ecc.) sia digital (siti internet, social network, ecc.) In affiancamento alla promozione, saranno organizzate anche attività offline (attività in store, sponsorizzazioni di eventi, concorsi a premi, ecc.) e online (collaborazioni con influencer sui social network, ecc.)

**MK**



SOPRA, LA NUOVA CAMPAGNA DEDICATA ALLA FILIERA E ALLA PRODUZIONE LOCALE DEL GRANO DURO, 'GRANORO DEDICATO'.



# KFC ITALIA

NICOLETTA PIRRO RUGGIERO,  
HEAD OF MARKETING AND COMMUNICATION

## NELL'ULTIMO ANNO È AUMENTATA LA FIDUCIA DEI CONSUMATORI. QUALI SONO LE STRATEGIE SU CUI PUNTATE PER INCENTIVARE I CONSUMI?

Oggi abbiamo 31 ristoranti in 11 regioni, e nel 2018 abbiamo servito 7,5 milioni di clienti. È un risultato di cui siamo orgogliosi in un mercato così competitivo per il food come l'Italia, dove siamo arrivati da pochissimi anni. Portare il nostro pollo fritto sempre più vicino ai consumatori italiani è la nostra priorità, per questo i nostri sforzi sono volti all'apertura di nuovi ristoranti. Allargare la nostra presenza sul territorio ci consente senz'altro di incentivare i consumi, soprattutto fra i giovani che attraverso i social ci reclamano là dove ancora non siamo presenti. E poi puntiamo sulle novità nell'offerta, introducendo, circa ogni due mesi, nuovi prodotti pensati partendo da ciò che più amano i nostri clienti, cercando comunque di stupirli ogni volta. Ne è un esempio il Double Down in limited edition, il 'panino senza pane' che abbiamo lanciato lo scorso anno a gennaio.

## PER RISPONDERE AL MEGLIO ALLE RICHIESTE DI AZIENDE/CLIENTI, COME DEVE OPERARE OGGI UN'AGENZIA DI COMUNICAZIONE?

Creatività fuori dagli schemi e grande solidità operativa è il binomio imprescindibile per KFC. Per noi è importante trasferire i valori della marca alla nostra audience principale, i giovani, in maniera ironica e divertente, inaspettata e coinvolgente. Parallelamente abbiamo bisogno di un partner che ci affianchi nell'ideazione e nell'esecuzione dei materiali che vengono utilizzati nei ristoranti, che devono accompagnare i nostri clienti nell'esperienza dentro i locali, aiutarli a scegliere i prodotti e a cogliere l'opportunità di una promozione, ad esempio.

## INTERNET E TECNOLOGIA HANNO RADICALMENTE CAMBIATO IL MONDO DELLA COMUNICAZIONE. IN CHE MISURA TUTTO CIÒ HA INFLUITO PER L'AZIENDA?

Per KFC il pubblico di riferimento sono i giovani, e per comunicare con loro la tecnologia e i canali digital sono imprescindibili, come è noto. La nostra comunicazione in Italia è sostanzialmente nata con il mondo digitale. A questi canali è infatti dedicato l'80% del nostro budget media e questa è una strategia che continueremo a utilizzare,

per un'efficace comunicazione con la nostra audience principale, che riusciamo in questo modo a raggiungere anche in maniera geolocalizzata. Inoltre, la nostra presenza sul territorio, non giustifica ancora l'utilizzo, ad esempio, di un mezzo mainstream di portata nazionale come la televisione.

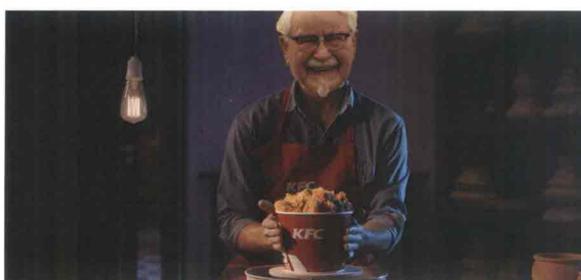
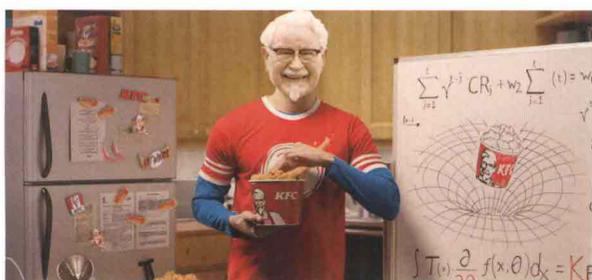
## CI PUÒ PARLARE DELL'ULTIMA CAMPAGNA DELLA SUA SOCIETÀ E DELL'AGENZIA CON CUI L'HA REALIZZATA?

La campagna più recente di KFC Italia è stata realizzata in occasione di San Valentino per promuovere il bucket da 20 Hot Wings, le alette di pollo piccanti, uno dei prodotti iconici del brand. La campagna è una multisoggetto composta da tre video dedicati alle tre facce dell'amore, di cui viene ironicamente rappresentato l'aspetto stereotipato: la mania social e l'irresistibile tendenza a instagrammare ogni cosa, il romanticismo svenevole e sdolcinato, e l'anticonformismo forzato che a sua volta diventa conformismo. I 3 video hanno come protagonista il Colonnello Sanders, fondatore e storico frontman del brand. La creatività è stata sviluppata da Isobar, agenzia creativa del gruppo Dentsu Aegis Network, e la direzione creativa esecutiva è di Lavinia Garulli, mentre la pianificazione è a cura di Simple Agency, sempre parte del gruppo Dentsu Aegis Network.

## QUALI NOVITÀ E INIZIATIVE SONO PREVISTE PER IL 2019?

L'espansione sul territorio è la nostra priorità. Per il 2019 contiamo di aprire 20 nuovi ristoranti, consolidando la nostra presenza in alcune regioni e soprattutto raggiungendo territori dove il Colonnello ancora non è approdato e dove è molto atteso, come ci confermano i suoi fan attraverso i social network. Per quanto riguarda la comunicazione, continueremo a lavorare parallelamente sui canali digital e sul coinvolgimento di prossimità attraverso l'out of home, nel territorio di riferimento di ciascun ristorante, che è sempre uno strumento importante per un business retail come il nostro. **MK**

SOTTO, IL COLONNELLO SANDERS, FONDATORE DI KFC E PROTAGONISTA DELL'ULTIMA CAMPAGNA MULTISOGGETTO DEL BRAND.





# PASTIFICIO LUCIO GAROFALO

EMIDIO MANSI,  
DIRETTORE COMMERCIALE ITALIA

**NELL'ULTIMO ANNO È AUMENTATA LA FIDUCIA DEI CONSUMATORI. QUALI SONO LE STRATEGIE SU CUI PUNTATE PER INCENTIVARE I CONSUMI?**

Purtroppo siamo in un settore che non incrementa i consumi, che sono calanti. Il nostro approccio è intervenire sull'idea che la pasta e il nostro prodotto in particolare, sono portatori di benessere, gioia e convivialità.

**PER RISPONDERE AL MEGLIO ALLE RICHIESTE DI AZIENDE/CLIENTI, COME DEVE OPERARE OGGI UN'AGENZIA DI COMUNICAZIONE?**

Deve essere capace di capire al meglio l'identità del brand e conoscerne tutte le leve di marketing, anche quelle che non gestisce, così da poter essere totalmente coerente nelle singole azioni di comunicazione.

**INTERNET E TECNOLOGIA HANNO RADICALMENTE CAMBIATO IL MONDO DELLA COMUNICAZIONE. IN CHE MISURA TUTTO CIÒ HA INFLUITO PER L'AZIENDA?**

Da un punto di vista generale possono considerarsi una opportunità di targettizzare al meglio la comunicazione e dare maggiore intensità, ma allo stesso tempo aumentano l'affollamento di messaggi che ognuno di noi, come consumatore, riceve, indebolendone l'efficacia. In termini più profondi riteniamo la possibilità di interloquire direttamente e costantemente con un alto numero di consumatori, una grande opportunità per rafforzare l'identità del brand, anche quando il contatto nasce da un aspetto negativo.

**CI PUÒ PARLARE DELL'ULTIMA CAMPAGNA DELLA SUA SOCIETÀ E DELL'AGENZIA CON CUI L'HA REALIZZATA?**

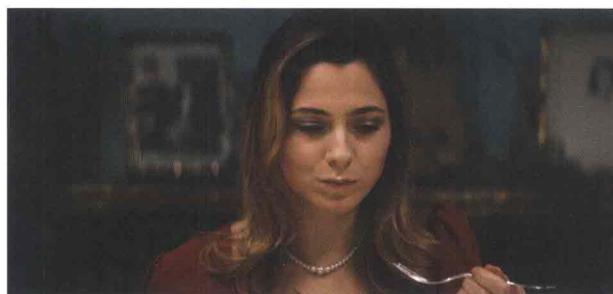
La campagna di comunicazione 'Buona Pasta non mente' è stata realizzata creativamente da Pescerosso, pianificata sui media da Min-

dshare e supportata con le iniziative social e sul sito comesifagarofalo.it da Xister.

**QUALI NOVITÀ E INIZIATIVE SONO PREVISTE PER IL 2019?**

Lavoreremo intensamente sul web allargando sia il numero di contenuti disponibili che l'efficacia di ingaggio verso i nostri consumatori o potenziali consumatori.

**MK**



SOTTO E A DESTRA, ALCUNI FRAME DELLO SPOT 'BUONA PASTA NON MENTE' REALIZZATO PER IL PASTIFICIO LUCIO GAROFALO.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



# SAMBONET

GIOVANNI COPPO,  
MARKETING & RETAIL SALES DIRECTOR

## NELL'ULTIMO ANNO È AUMENTATA LA FIDUCIA DEI CONSUMATORI. QUALI SONO LE STRATEGIE SU CUI PUNTATE PER INCENTIVARE I CONSUMI?

Ci siamo ormai allontanati dal consumo di massa destinato ad un pubblico indifferenziato. Oggi il driver d'acquisto è legato all'unicità, in cui il valore della scelta non si basa solo sulla firma – di un marchio o di un designer – ma è commisurato a quanto il prodotto parla del consumatore stesso. La nostra strategia matura proprio all'interno di questo nuova logica. Infatti nel nostro canale poniamo il cliente al centro della scelta di acquisto, coinvolgendolo anche dal punto di vista emozionale. Un approccio che si declina in tutti i touch point, sia fisici che digitali.

## PER RISPONDERE AL MEGLIO ALLE RICHIESTE DI AZIENDE/CLIENTI, COME DEVE OPERARE OGGI UN'AGENZIA DI COMUNICAZIONE?

Le aziende necessitano di essere affiancate da un partner, più che da un fornitore. Una struttura flessibile che faccia proprie le dinamiche del mercato di riferimento e che proponga un percorso di crescita condiviso. Un supporto proattivo che parta da dati e analisi delle audience e li declini in attività sia strategiche che operative, lasciando ovviamente la governance all'azienda ma offrendo sempre nuovi e differenti punti di vista.

## INTERNET E TECNOLOGIA HANNO RADICALMENTE CAMBIATO IL MONDO DELLA COMUNICAZIONE. IN CHE MISURA TUTTO CIÒ HA INFLUITO PER L'AZIENDA?

Il digital permette di tracciare al meglio abitudini e interessi di nuovi pubblici, in passato non facilmente individuabili, e di ottimizzare l'operato delle aziende attraverso feedback continui e immediati. La digital transformation è un passaggio obbligato per chi, come Sambonet e il

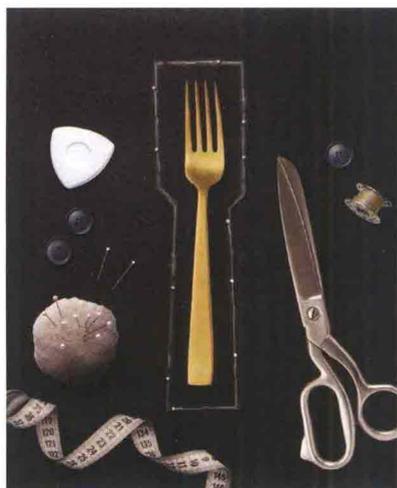
gruppo Arcturus, vuole continuare a presidiare il mercato. Da un lato questo processo obbliga a strutturare l'azienda con professionalità dedicate, dall'altro offre concrete opportunità di veicolare nuovi aspetti valoriali con nuovi linguaggi, in un'efficace storytelling di marca.

## CI PUÒ PARLARE DELL'ULTIMA CAMPAGNA DELLA SUA SOCIETÀ E DELL'AGENZIA CON CUI L'HA REALIZZATA?

Il nostro spot 'Dai ritmo alla tua tavola' è appunto uno storytelling emozionale, dove la coinvolgente performance del sound artist Gigi Biolcati fa letteralmente 'suonare' tutta la produzione, mentre la posata prende forma. Abbiamo scelto di farci accompagnare dal regista Matteo Bellizzi e da Bottega Miller di Vercelli, due partner eccellenti del nostro territorio. Il video è stato inoltre al centro di una massiccia campagna digital promossa su YouTube, Facebook e Instagram, dove siamo stati supportati dall'agenzia Rich Clicks che ci ha seguito fin dalle prime fasi di progettazione.

## QUALI NOVITÀ E INIZIATIVE SONO PREVISTE PER IL 2019?

'Dai ritmo alla tua tavola' è il primo passo di una più ampia strategia aziendale di comunicazione focalizzata sul valore di una tavola 'su misura'. Con Sambonet Tailor Made il cliente può scegliere modello, finitura e colore della propria posata, e aggiungervi il proprio tocco personale tramite l'incisione di un simbolo, le proprie iniziali oppure la data di un giorno speciale. La personalizzazione è oggi trend di consumo che abbiamo trasformato in un'esperienza sartoriale, da far vivere sia nei punti vendita fisici che online. Questo progetto ci accompagnerà nel prossimo futuro poiché ci permette di comunicare in maniera coordinata non solo il meglio dei prodotti e del brand, ma anche il nostro know-how tecnologico sempre in continua evoluzione. **MK**



'LA PERSONALIZZAZIONE È OGGI UN'ESPERIENZA SENSORIALE'. SAMBONET LO RACCONTA CON UNA CAMPAGNA VIDEO E DIGITAL REALIZZATA IN COLLABORAZIONE CON BOTTEGA MILLER DI VERCELLI.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



# SCAVOLINI

FABIANA SCAVOLINI,  
AMMINISTRATORE DELEGATO

**NELL'ULTIMO ANNO È AUMENTATA LA FIDUCIA DEI CONSUMATORI. QUALI SONO LE STRATEGIE SU CUI PUNTATE PER INCENTIVARE I CONSUMI?**

Da sempre, crediamo che l'esperienza d'acquisto e la soddisfazione dei clienti siano la vera chiave del successo di un'azienda. Per questo da qualche anno puntiamo sui canali retail ed e-commerce per far vivere ai consumatori una shopping experience unica e distintiva sia on che offline. Ulteriore leva strategica su cui continueremo ad investire, è la nostra ricca offerta, costituita da un'ampia gamma di servizi e soluzioni personalizzabili dedicate a cucina, bagno e living, che rappresenta un plus per i clienti e un asset che ci differenzia sul mercato. Il collante di tutte queste attività è naturalmente la comunicazione: abbiamo sempre cercato di lavorare a un media mix integrato e anch'esso "omnichannel", che integri al meglio on e offline e fruizione multiscreen. Le nostre campagne Tv, ad esempio, hanno sempre una ricaduta nel digitale per una massima diffusione dello spot sul nostro target di riferimento.

**PER RISPONDERE AL MEGLIO ALLE RICHIESTE DI AZIENDE/CLIENTI, COME DEVE OPERARE OGGI UN'AGENZIA DI COMUNICAZIONE?**

Negli ultimi anni abbiamo assistito al profondo cambiamento del mondo della comunicazione e all'esponenziale aumento delle specializzazioni delle agenzie. In generale, a prescindere dalla specificità delle singole realtà, ricerchiamo nelle agenzie dei partner affidabili, competenti e digital oriented, in grado di individuare canali e target

SOTTO, LA NUOVA CAMPAGNA MIA BY CARLO CRACCO, REALIZZATA IN COLLABORAZIONE CON L'AGENZIA KOMMA.



rilevanti e coerenti con la strategia di business e di sviluppare idee e contenuti creativi che creino valore per il brand; dei partner al passo coi tempi, con i trend più attuali, in grado di anticipare quelli emergenti per cogliere tutte le opportunità offerte dal mercato, coinvolgendo sempre il pubblico ed incrementando l'engagement.

**INTERNET E TECNOLOGIA HANNO RADICALMENTE CAMBIATO IL MONDO DELLA COMUNICAZIONE. IN CHE MISURA TUTTO CIÒ HA INFLUITO PER L'AZIENDA?**

L'avvento dell'era digitale ha rivoluzionato non solo il modo di comunicare, ma più in generale il modo di fare impresa: tutte le realtà e funzioni aziendali sono state toccate da questo mutamento e portate ad una naturale evoluzione per stare al passo con i consumatori, sempre più connessi e informati. Le nuove tecnologie hanno consentito alle imprese di sviluppare processi di targeting avanzati e di migliorare notevolmente l'analisi dei dati, garantendo una profilazione sempre più affidabile e dettagliata. In Scavolini abbiamo interpretato l'era digitale sin da subito come un'importante opportunità di crescita, un'occasione per avvicinarci ancora di più ai consumatori e far sì che il brand e i suoi valori siano percepiti correttamente.

**CI PUÒ PARLARE DELL'ULTIMA CAMPAGNA DELLA SUA SOCIETÀ E DELL'AGENZIA CON CUI L'HA REALIZZATA?**

La campagna televisiva dedicata alla nuova cucina Mia by Carlo Cracco, realizzata in collaborazione con l'agenzia Komma, è andata on air sulle principali emittenti per un totale di circa 6.000 passaggi e ha coinvolto in maniera importante anche i social network con un piano editoriale dedicato. L'obiettivo era valorizzare la nuova cucina Mia: soluzione top di gamma e declinazione domestica della cucina professionale. Un risultato raggiunto grazie al lavoro coordinato con la nostra agenzia, ormai partner di lunga data.

**QUALI NOVITÀ E INIZIATIVE SONO PREVISTE PER IL 2019?**

Per consolidare la presenza sul mercato e la relazione con i clienti, abbiamo previsto per il 2019 tanti appuntamenti e novità. Una fra tutte è la possibilità per i clienti di partecipare al concorso per vincere un'esclusiva cena stellata nel ristorante di Cracco. A partire dal mese di Aprile abbiamo lanciato un'attività promozionale con Samsung, che avrà come protagonista il forno Dual Cook Flex. A queste, si affiancano numerose altre iniziative rivolte non solo ai consumatori, ma anche ai nostri partner ed i progetti di collaborazione con i nostri stakeholder volti a favorire sviluppo e progresso e a valorizzare cultura e socialità, trasmettendo i valori che da sempre ci contraddistinguono.





# VERATOUR

STEFANO POMPILI,  
DIRETTORE GENERALE

## NELL'ULTIMO ANNO È AUMENTATA LA FIDUCIA DEI CONSUMATORI. QUALI SONO LE STRATEGIE SU CUI PUNTATE PER INCENTIVARE I CONSUMI?

Non solo la fiducia, dal punto di vista di **Veratour** crescono le esigenze del consumatore. La vacanza oggi è sempre più essenziale per il benessere psicofisico della famiglia: un bel resort e una spiaggia paradisiaca sono necessari ma non bastano, oggi viene richiesta attenzione e cura da parte della struttura ospitante e un'offerta ritagliata sulle proprie esigenze. **Veratour** dispone di un'ampia gamma di villaggi in diverse destinazioni in modo da andare incontro alle richieste di ogni cliente e offre il meglio del Made in Italy nei settori chiave di cucina, animazione e assistenza.

In tutte le nostre iniziative di comunicazione puntiamo a raccontare i nostri punti di forza, siamo i villaggi italiani nel mondo più italiani del mondo. Vogliamo che i consumatori sappiano che non dovranno rinunciare al meglio dell'italianità in vacanza.

## PER RISPONDERE AL MEGLIO ALLE RICHIESTE DI AZIENDE/CLIENTI, COME DEVE OPERARE OGGI UN'AGENZIA DI COMUNICAZIONE?

In **Veratour** cerchiamo di mantenere il più possibile una catena decisionale breve a livello manageriale e di controllare il più possibile ogni aspetto del business, per questo non ci avvaliamo di agenzie di comunicazione esterne, sia il marketing che la comunicazione vengono gestite da risorse interne o da collaboratori stabili. Quando ci capita di avere a che fare con agenzie per singoli progetti apprezziamo sicuramente la praticità, l'efficienza.

## INTERNET E TECNOLOGIA HANNO RADICALMENTE CAMBIATO IL MONDO DELLA COMUNICAZIONE. IN CHE MISURA TUTTO CIÒ HA INFLUITO PER L'AZIENDA?

Internet ha rivoluzionato le nostre vite e per quanto riguarda il turismo offre un canale unico per il reperimento di informazioni. Molti

tour operator si sono dedicati alla vendita diretta online, bypassando i tradizionali canali distributivi. Questo ha sicuramente aumentato il numero di viaggiatori, ma anche dei viaggiatori scontenti.

La nostra politica di distribuzione prevede la vendita attraverso agenzia di viaggi per il 100%: niente potrà sostituire la consulenza di un esperto.

Ad ogni modo come **Veratour** abbiamo forti investimenti sul digital perché dal punto di vista della comunicazione la presenza sulla rete è fondamentale. Abbiamo rinnovato il nostro sito aggiungendo la sezione MyVeratour, siamo forti sui social dove comunichiamo le nostre iniziative e descriviamo i nostri villaggi. Tutto supportato da advertising sulle piattaforme social o i motori di ricerca.

## CI PUÒ PARLARE DELL'ULTIMA CAMPAGNA DELLA SUA SOCIETÀ E DELL'AGENZIA CON CUI L'HA REALIZZATA?

**Veratour** finalmente sbarca in Tv. In onda dal 5 marzo fino a fine aprile, lo spot ha per protagonisti alcune delle figure chiave dell'ospitalità **Veratour**, quali animatori, assistenti e chef. Potrà contare su oltre 1.200 passaggi sul circuito Sky e diversi passaggi su La7.

Lo spot è stato ideato e realizzato da Fox Factory la business unit di Fox Networks Group Italy dedicata alle iniziative speciali e al branded entertainment e prodotto da Briciola Tv.

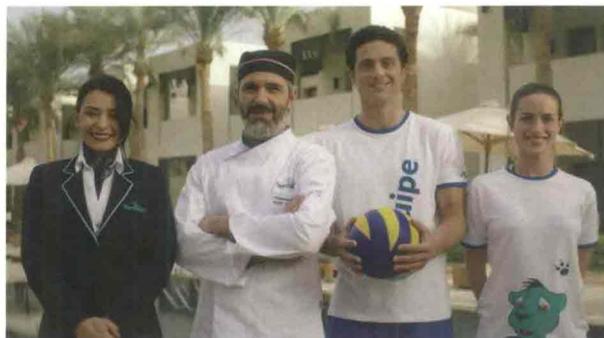
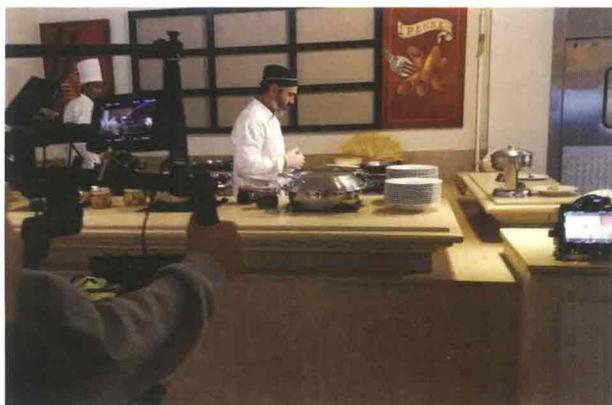
È stato girato parte in Italia e parte nei resort del tour operator.

Si tratta di un'esperienza emozionante: poter raccontare la nostra realtà a milioni di persone è per noi motivo di grande soddisfazione.

## QUALI NOVITÀ E INIZIATIVE SONO PREVISTE PER IL 2019?

Sul fronte operativo stiamo mettendo in campo forti risorse per reperire e aprire nuove strutture, possibilmente con gestione diretta. Sul fronte della comunicazione, lo spot Tv, sicuramente l'iniziativa principale, ricordiamo anche il circuito radiofonico e la collaborazione con Radio Italia.

**MK**



A SINISTRA, IL DIETRO LE QUINTE DEL NUOVO SPOT TV DI **VERATOUR** SOPRA UN FRAME DEL VIDEO.



# VITAVIGOR

FEDERICA BIGIOGERA,  
MARKETING MANAGER

## NELL'ULTIMO ANNO È AUMENTATA LA FIDUCIA DEI CONSUMATORI. QUALI SONO LE STRATEGIE SU CUI PUNTATE PER INCENTIVARE I CONSUMI?

La strategia migliore rimane sempre quella di lanciare sul mercato prodotti nuovi che si differenzino dall'offerta standard ed è quello che abbiamo fatto nel 2018 con la linea di grissini Vitastick realizzata in partnership con Cucina Disney. Vitastick Mini e Vitastick Integrali sono snack studiati per soddisfare sia i gusti dei più piccoli sia le esigenze dei genitori legate al benessere, oltre a essere contraddistinti da una ricetta studiata ad hoc per i bambini, con meno sale. Con i nuovi prodotti siamo riusciti ad aumentare i consumi nel canale GDO ed abbiamo registrato una crescita stabile in quello dei grossisti e nel food service.

## PER RISPONDERE AL MEGLIO ALLE RICHIESTE DI AZIENDE/CLIENTI, COME DEVE OPERARE OGGI UN'AGENZIA DI COMUNICAZIONE?

Un'agenzia che si rispetti deve necessariamente comprendere il target di riferimento, analizzarlo nei minimi dettagli, studiare il cliente e non impostare tagli di comunicazione che possano risultare banali. Purtroppo l'errore che alcune agenzie commettono è quello di ricorrere a messaggi vetusti e poco impattanti, causando una scarsa efficacia nel raggiungimento dei risultati sperati.

## INTERNET E TECNOLOGIA HANNO RADICALMENTE CAMBIATO IL MONDO DELLA COMUNICAZIONE. IN CHE MISURA TUTTO CIÒ HA INFLUITO PER L'AZIENDA?

La digitalizzazione ha influito in maniera impattante sul nostro modo di comunicare perché ha reso più immediato il raggiungimento del target di riferimento. La gestione dei vari canali social ci ha permesso di diffondere in maniera più specifica le nostre attività promozionali e di modificare in tempo reale la campagna di comunicazione in base alle reazioni dei target, evoluzione praticamente impossibile con i canali di comunicazione tradizionali.

## CI PUÒ PARLARE DELL'ULTIMA CAMPAGNA DELLA SUA SOCIETÀ E DELL'AGENZIA CON CUI L'HA REALIZZATA?

Le nostre campagne di comunicazione offline sono seguite da Espresso Communication, agenzia di pubbliche relazioni con cui, oltre alla realizzazione di comunicati stampa legati ai nostri prodotti e al profilo corporate, abbiamo realizzato degli studi di tendenza che ci hanno consentito di otte-

nere una copertura mediatica su testate nazionali e non strettamente legate al settore del food. Posso citare l'esempio della Stripes Mania e Tattoo Mania, trend che hanno coinvolto celebrities, chef e designer, o del Breadstick Day, la giornata mondiale del grissino che celebra tradizione e gusto di un prodotto tipico della cucina italiana.

## QUALI NOVITÀ E INIZIATIVE SONO PREVISTE PER IL 2019?

Abbiamo deciso di inaugurare il nuovo anno prestando maggiore attenzione alla tematica del welfare aziendale. A tal proposito abbiamo lanciato Vitavigor Performance, iniziativa stretta in partnership con Wintecare, player svizzero che vanta alle spalle una grande esperienza nell'ambito delle performance e riabilitazioni sportive, che consiste nella messa a disposizione dei nostri dipendenti di un massaggiatore e massofisioterapista professionista. Per quanto riguarda la nostra linea di prodotti, invece, abbiamo intenzione di lanciarci nel mercato biologico e continuare a produrre grissini di alta qualità e salutari.

**MK**

VITAVIGOR E WINTECARE, IL MONDO DELL'ALIMENTAZIONE SALUTISTA E QUELLO DELLE PERFORMANCE SPORTIVE INSIEME PER UN WELFARE AZIENDALE D'ECCEZIONE.



## 7 GIORNI PER VOLARE, IL PRIMO MANUALE PER SCOPRIRE IL PROPRIO 'TALENTO LIQUIDO'

DANIELE VIGANÒ, IMPRENDITORE DI SUCCESSO, HA ELABORATO UN METODO INNOVATIVO CON CUI CHIUNQUE PUÒ VINCERE LE PROPRIE PAURE, AFFRONTARE I CAMBIAMENTI E VALORIZZARE IL PROPRIO TALENTO.

*7 giorni per volare* (edito da Sperling & Kupfer), il nuovo libro dell'imprenditore e formatore Daniele Viganò, una vera e propria guida pratica per mettere a sistema il proprio talento e passare dall'idea all'azione, nell'arco di una metaforica settimana. Frutto della ricca esperienza personale dell'Autore *7 giorni per volare* è il metodo vincente per aiutare chiunque a realizzarsi. Una formula pratica, semplice e ripetibile, articolata in sette giorni: sette momenti metaforici per prepararsi al cambiamento, sette lezioni per pianificare la propria strada, sette consigli utili ed efficaci per vincere le paure, imparare a circondarsi delle persone giuste, credere in se stessi e focalizzarsi sull'obiettivo.

Molto spesso infatti ci si arrende prima ancora di cominciare, rassegnandosi al fatto che i propri sogni sembrino irrimediabilmente fuori portata. Questo metodo invece aiuta a valorizzare il proprio 'talento liquido', quel mix eterogeneo di capacità e interessi che ciascuno acquisisce più o meno consapevolmente, con l'esperienza e le relazioni. Una persona che sviluppa il suo 'talento liquido' è particolarmente preziosa in un'epoca come questa, in cui le dinamiche della tecnologia e della società si evolvono incessantemente e richiedono curiosità e capacità di reazione.

Daniele Viganò è co-fondatore di MyBest Group che dal 2003 opera nel settore delle utility (energia, pay Tv e telecomunicazioni) e si è quotata all'Euronext di Parigi. È inoltre presente nel board e nel Cda di differenti imprese tecnologiche e innovative. Ha maturato 21 anni di esperienza come formatore nell'area vendite e come speaker sui temi della leadership, dell'innovazione e della negoziazione. Incontrando, grazie

a queste attività, oltre 160mila persone in tre diversi Paesi ha potuto acquisire notevoli competenze e sviluppare una grande sensibilità sui temi delle relazioni interpersonali, che sono una componente fondamentale per avere successo in ogni aspetto della vita.



**7 GIORNI PER VOLARE**  
DI DANIELE VIGANÒ  
EDITORE SPERLING & KUPFER  
192 PP, 15,90 EURO

### TELEGRAM PER LE AZIENDE: SCENARI D'USO

DI MAILUP



MAILUP LANCIA TELEGRAM PER LE AZIENDE: SCENARI D'USO, L'EBOOK DEDICATO AI POSSIBILI

UTILIZZI DI TELEGRAM PER FINI DI MARKETING E COMUNICAZIONE AZIENDALE. TERZO VOLUME DI UNA MINI-COLLANA DEDICATA AL TEMA DELLE MESSAGING APPS, L'EBOOK OFFRE UN PERCORSO TRA GLI SCENARI D'USO DELL'OTTAVA PIATTAFORMA DI MESSAGGISTICA PIÙ DIFFUSA AL MONDO (OLTRE 200 MILIONI DI UTENTI ATTIVI NEL 2018), GRAZIE A CUI LE AZIENDE POSSONO RAGGIUNGERE CLIENTI, PROSPECT E COMUNICARE CON I PROPRI DIPENDENTI. DOPO UN FOCUS INTRODUTTIVO DEDICATO AGLI STEP OPERATIVI, L'EBOOK PERCORRE SETTE CASI D'USO PRATICI: IL COORDINAMENTO DEI COLLABORATORI AZIENDALI, IL RECAPITO DI CONTENUTO PER COLTIVARE IL RAPPORTO CON I CLIENTI, LA GESTIONE DI EVENTI INDIRIZZATI A COMMUNITY DI SETTORE O GENERALISTE, LA PROMOZIONE DI PRODOTTI E SERVIZI, LA CREAZIONE DI UN CANALE PER I CLIENTI FEDELI, LO SVILUPPO DI STRATEGIE PER IL MONDO ONLUS & NO PROFIT E LA PROMOZIONE DI TEMI CHE RICHIEDONO LA TUTELA DELLA PRIVACY DEGLI UTENTI. TELEGRAM PER LE AZIENDE: SCENARI D'USO È GRATUITO; PER SCARICARLO È SUFFICIENTE COMPILARE IL FORM ALL'INDIRIZZO DEDICATO.

### L'ECONOMIA È CURA. UNA VITA BUONA PER TUTTI: DALL'ECONOMIA DELLE MERCI ALLA SOCIETÀ DEI BISOGNI E DELLE RELAZIONI

DI INA PRAETORIUS

EDITORE ALTRECONOMIA - 128 PP, 12,00 EURO



L'ECONOMIA È CURA, TRA LE RARE OPERE TRADOTTE IN ITALIANO DI INA PRAETORIUS - TEOLOGA ED ECONOMISTA SVIZZERA - UNA DELLE VOCI PIÙ IMPORTANTI DEL FEMMINISMO

TEOLOGICO MILITANTE E 'RADICALE'. L'ECONOMIA È CURA, SPIEGA CON UN LINGUAGGIO, 'ALTO' MA COMPRESIBILE A TUTTI, CHE PRENDERSI CURA DI SÉ E DEGLI ALTRI È IL PRIMO PASSO PER UN RADICALE CAMBIO DI PROSPETTIVA: LA RECIPROCITÀ E LA DIPENDENZA CONSAPEVOLE DALL'ALTRO/A SONO INFATTI L'ANTIDOTO PIÙ 'SOVVERSIVO' ALL'INDIVIDUALISMO DELLA SOCIETÀ MODERNA. L'ECONOMIA È CURA È DUNQUE UN INVITO A CAMBIARE PARADIGMA, A PARTECIPARE AD UNA 'CARE REVOLUTION' CHE VUOLE COSTRUIRE UN LINGUAGGIO E UN'ECONOMIA DIFFERENTI, ALLA RICERCA DI UNA 'FELICITÀ INTERNA LORDA' E DI UN SISTEMA ECONOMICO E SOCIALE CAPACE DI SODDISFARE I BISOGNI DI TUTTI GLI ESSERI UMANI, SENZA DISCRIMINAZIONI.

# Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
	Rubrica Veratour			
1	Affari&Finanza (La Repubblica)	27/05/2019	TOUR OPERATOR, GRANDI MANOVRE PER UN MERCATO DA 13 MILIARDI (F.Vercesi)	2
	Travelquotidiano.com	22/05/2019	VERATOUR: EGITTO E TUNISIA TRA LE METE PREFERITE DAGLI ITALIANI PER L'ESTATE	4
	Ilgiornaledelturismo.com	21/05/2019	VERATOUR, LE SCELTE DEGLI ITALIANI PER L'ESTATE: EGITTO E TUNISIA IN FORTE CRESCITA	5
	Lameziaoggi.it	21/05/2019	TURISMO: VERATOUR, PER ITALIANI CALABRIA TRA METE PREFERITE	7
	Webitmag.it	21/05/2019	VERATOUR: LE SCELTE PER LESTATE 2019 PREMIANO IL NORD AFRICA	9
	Guidaviaggi.it	14/05/2019	BROCCOLI: "OBIETTIVO VERASTORE PORTARLE AL 60% DI INCIDENZA"	11
130/40	D La Repubblica delle Donne (La Repubblica)	11/05/2019	SEGUIRE L'ONDA (E.Muritti)	12
	Travelquotidiano.com	07/05/2019	"DIGITAL TRAVEL AGENT" DI VERATOUR PER CONDIVIDERE SUI SOCIAL CONTENUTI ESCLUSIVI	20
	Tgitalia.com	02/05/2019	VERATOUR SI RAFFORZA SUL MARE ITALIA: VENDITE INDIVIDUALI A +22 PER CENTO	21
8	TREND	12/04/2019	VERATOUR: AL 100% CON LE AGENZIE	22

**Economia**

Tour operator, grandi manovre per un mercato da 13 miliardi  
**FRANCESCA VERCESI** ▶ pagina 24

**L'analisi**

# Tour operator, grandi manovre per un mercato da 13 miliardi

**FRANCESCA VERCESI, MILANO**

Alpitour ha dato il via al consolidamento di un settore con troppe imprese piccole e medie cui guardano fondi e concorrenti esteri come Barceló. Il ritorno agli immobili di proprietà

Il mercato delle vacanze è un rompicapo. Il lungo ponte nei dintorni di Pasqua ha registrato un picco di partenze mai visto, tra il 30% e il 50% in più sulle medie storiche. Poi tra meteo inclemente, incertezze politiche e una buona dose di sfiducia generalizzata è arrivata la gelata sulle prenotazioni per l'estate. Lo lamentano i principali tour operator italiani. Che si augurano non duri a lungo. Nardo Filippetti, presidente Astoi Confindustria Viaggi (e ex patron di Eden Viaggi) ne è convinto: «Nonostante il rallentamento, siamo fiduciosi che nelle prossime settimane si assisterà a una ripresa delle vendite. Le prenotazioni con le formule advance booking (*prenotate con largo anticipo, ndr*) fatte entro il 31 marzo sono andate molto bene, assicurando una buona parte del fatturato estivo. Siamo ottimisti».

Previsioni a parte, alla finestra non si può stare e i tour operator si stanno inventando azioni di marketing tra media tradizionali e canali online, alla conquista di mil-

lennial, famiglie, gruppi multigenerazionali, interessati allo stile di vita, alla cultura, ai viaggi e al made in Italy. Con quattro linee guida: più i servizi, specializzazione, nuove formule e pure il rilancio di mete che in passato erano richiestissime (e che continuano ad andar via a prezzi stracciati, come il Mar Rosso e la Tunisia).

**I "GLAMPING"**

«Proprio così, serve roba nuova. Stiamo costruendo dei "glamping" (*glamorous camping, ndr*) in Namibia, Sudafrica, Kenia, Tanzania e Nord Europa», spiega Marco Peci, direttore marketing del Gruppo Quality che comprende 9 brand e organizza viaggi culturali. Precisa Giuseppe Pagliara, ceo di Nicolaus, tour operator presente nel programma Elite di Borsa Italiana con un fatturato di 84 milioni e che si è comprato il marchio Valtur da Andrea Bonomi per 5,2 milioni di euro: «Intendiamo costruire un sistema di villaggi internazionale. I gusti cambiano, i clienti vogliono servizi alberghieri di livello. Garantiamo buon cibo, stile italiano e un intrattenimento nuovo».

Gli fa eco Enzo Bironi, a capo del tour operator Settemari, acquisito nel 2017 dalla Uvet, proprietaria anche della compagnia aerea Blue Panorama: «Gli italiani rimandano le decisioni ma ci fa ben sperare il fatto che, alla fine, alle vacanze non rinunciano. Abbiamo lanciato nuove destinazioni, raddoppiate altre e puntiamo a 110 milioni di fatturato».

Preoccupazioni a parte, il turismo organizzato tricolore è in movimento e i servizi offerti sono qualitativamente superiori a quelli di

qualche anno fa. Le turbolenze geopolitiche (soprattutto nel Mediterraneo), il boom del digitale fai-da-te e la crisi economica hanno portato a una drastica selezione del mercato. Ma la torta resta ghiotta tanto che, secondo una ricerca di Kpmg e Guida Viaggi che confronta i bilanci degli operatori, il mercato italiano vale circa 13 miliardi di euro, su un fatturato europeo di quasi 55 miliardi. Nell'arena competitiva, chi è rimasto ha cambiato il modello di business o ha puntato crescere di dimensioni. Ne è un esempio il gruppo Alpitour che, con l'acquisizione di Eden Viaggi a metà 2018 (su cui aveva messo gli occhi il gruppo spagnolo Barceló), ha dato vita a un maxi polo da 1,7 miliardi di euro di fatturato, 60 milioni di ebitda, 11 marchi e una compagnia aerea.

**LE MIRE DEGLI SPAGNOLI**

«Il mercato è dinamico ma complicato e alcuni fondi, dopo la grande operazione Alpitour-Eden, per ora stanno a guardare», afferma Remo Vangelista, direttore responsabile TTG Italia, testata settimanale e agenzia stampa di proprietà di IEG. «La condizione di record del mercato turistico e la forte concorrenza di soggetti finanziari ci rendono difficili le acquisizioni», dice Simón Pedro Barceló, il copresidente dell'omonimo gruppo che non smette di puntare sull'Italia dove anche la francese Kappa Viaggi vuole rafforzarsi. Attraverso il suo marchio Ng Travel ha sigliato contratti con i principali network italiani e sta valutando opzioni su società complementari.

È da tempo, infatti, che operato-

ri di grandi dimensioni vogliono fare concorrenza ai big player ma, secondo gli addetti ai lavori, prede e predatori sono rimasti in pochi. Insomma non è facile acquistare un tour operator italiano. I motivi? «Quel (poco) che c'è sul mercato», fa sapere un esperto che non vuole essere citato, «è in mano ai fondatori oppure non è in vendita. A conferma di questo ci sono Quality Group, indissolubilmente legato a Michele Serra e Marco Peci; **Veratour** (oltre 40 villaggi e numeri sempre in crescita) della famiglia Pompili che ha sia la proprietà sia la gestione; Alldays di Davide Catania, Naar Tour Operator di Frederic Naar. È poi da vedere se Arkus Network, che ha comprato il Palermo e Best Tours, acquisirà I Viaggi di Atlantide. Infine, novità, c'è la voglia di comprare le strutture. Alcuni tour operator stanno aumentando la propria patrimonializzazione attraverso l'acquisto di immobili. Alpitour sta investendo per esempio su alberghi di proprietà al sud.

**ACQUISTARE O AFFITTARE**

Nonostante negli ultimi anni le banche abbiano diminuito l'erogazione dei finanziamenti, chi ha spalle finanziarie solide è giunto alla conclusione che è conveniente investire nell'acquisto di immobili piuttosto che prenderli in gestione e pagare un affitto. L'acquisto consente un più alto controllo di qualità e una maggiore personalizzazione delle strutture», racconta Filippetti. L'immobile di valore è sempre appetibile: Cdp, Club Med e Hotelturist (che opera con il marchio TH Resorts) hanno sottoscritto un accordo preliminare per trasformare in due alberghi il complesso dismesso dell'ex Ospedale a mare al Lido di Venezia, Lvmh ha comprato gli hotel e i viaggi di lusso Belmond per 2,8 miliardi di euro e sul mercato ci sono realtà come il Capri Palace, il Quisisana o gruppi come I Grandi Viaggi. Gli esperti, insomma, sono più pronti a scommettere su una forte crescita degli investimenti nel settore degli alberghi da riqualificare, oggi in mano a famiglie proprietarie.

**I numeri**

**+80%**

**INVESTIMENTI IDRICI**

L'Arera, l'Autorità per la regolazione di reti, energia e ambiente, ha calcolato che gli investimenti nel settore idrico sono cresciuti dell'80%: dal miliardo del 2008 agli 1,8 miliardi del 2018. Inoltre, la spesa pubblica per il Sistema Idrico Integrato è in calo: nel periodo 2009-16 la spesa scende da 1,29 miliardi a 670 milioni di euro. Aumentano, invece, del 70% i finanziamenti Bei tra i periodi 2007-2012 e 2013-2018

**30%**

**PONTE DI PASQUA**

Le partenze degli italiani per i ponti pasquali sono state tra il 30 e il 50% sopra la media

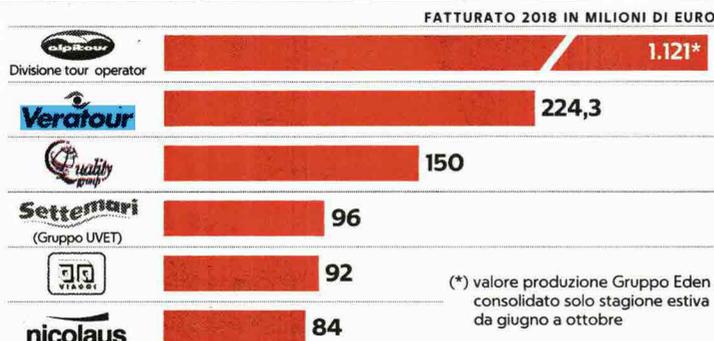
Il villaggio vacanze a Watamu, Kenya, di **Veratour**, secondo tour operator italiano per giro d'affari

**I numeri**

**LA CRESCITA DEL GRUPPO ALPITOUR  
DATI DI BILANCIO**



**LA CLASSIFICA DEI TOUR OPERATOR TRICOLORI  
CONFRONTO DEI RICAVI SU PERIMETRI DI ATTIVITÀ OMOGENEI**



La classifica non comprende il comparto Crociere, quindi Costa Crociere per ASTOI, in quanto il dato comunicato è quello relativo al mercato mondiale e quindi non omogeneo rispetto agli altri  
 FONTE: ASTOI CONFINDUSTRIA VIAGGI



# PARCHEGGIO

# Via Milano Par

Giornale di interesse professionale per il turismo



SPECIALE PROMO AGENTI DI VIAGGIO.  
VOLA A TORONTO A PARTIRE DA 240 €.

SCOPRI DI PIÙ

HOME CHI SIAMO PUBBLICITÀ NEWSLETTER EVENTI LAVORO WEBINAR REPORTAGE TOVE

parole da cercare

Cerca

In Evidenza Trasporti Tour Operator Alberghi Enti, istituzioni e territorio Mercato e tecnologie Estero Incoming Tutte le ultime notizie



## Veratour: Egitto e Tunisia tra le mete preferite dagli italiani per l'estate

0 | 22 maggio 2019 10:17

Con il 65% del prodotto estivo già esaurito, i dati del Centro studi **Veratour** confermano: Nord Africa in cima alle preferenze, Grecia e Italia in linea con l'anno scorso e Spagna in calo. Grazie a un rapporto qualità prezzo decisamente più accattivante, il Mar Rosso egiziano (Sharm el Sheikh e Marsa Alam) vede raddoppiare i volumi rispetto all'anno scorso. A questo si aggiungono le destinazioni alternative del Nord dell'Egitto, come Marsa Matrouh che affaccia sul Mediterraneo, già vicine al tutto esaurito per giugno e con ottimi dati su luglio e agosto. Molto bene anche la Tunisia che nel caso di **Veratour** si giova dell'apertura di due nuove strutture a Djerba e a Kelibia: nel 2019 per il tour operator questa destinazione è vicino a un +140% di affluenze.



L'ottima performance del Nord Africa consolida la progressiva crescita registrata negli ultimi anni e il rafforzamento della domanda è confermato dall'aumento dello scontrino medio di circa il 10%. Le più tradizionali destinazioni europee reggono con Grecia e Italia stabili rispetto al 2018, mentre la Spagna risente degli aumenti dei prezzi degli ultimi anni perdendo l'8% in termini di presenze.

«I viaggiatori italiani hanno ritrovato un approccio più aperto nei confronti delle mete estere – spiega Stefano Pompili direttore generale Veratour – Sardegna, Puglia, Calabria e Sicilia restano comunque apprezzate al pari delle isole greche. Tuttavia l'ottimo rapporto qualità prezzo ha portato molti a scegliere il Nord Africa o ha avvicinato al viaggio estivo una fascia di clienti che negli anni scorsi ha rinunciato alla vacanza». La crescita generale infatti di **Veratour** per l'estate 2019 rispetto allo scorso anno mostra un +15%. Uno sguardo infine al lungo raggio denota una preferenza degli italiani per l'Africa orientale rispetto ai Caraibi: Zanzibar, Kenya e Madagascar superano Santo Domingo e Messico, soprattutto quest'ultimo fatica a ritrovare i fasti del passato.



Articoli che potrebbero interessarti:

### TRAVEL COMUNICA

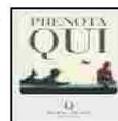


WEBINAR CROAZIA 11 GIUGNO ORE 14:00

ISCRIVITI



### ULTIME NEWS



Domina Travel rilancia il concorso "vacanze in vetrina" che premia le adv



La Spezia, flussi turistici in crescita da gennaio a marzo 2019



Canton Ticino, un paradiso per gli appassionati di canyoning



il miglior viaggio LOW COST.

grimaldi-lines.com

Home Chi siamo BMT Pubblicità Archivio Magazine Newsletter Contatti Abbonamento

21.5.2019 | ITALIANO

ilGiornale del Turismo & MICE website | The Official BMT Magazine

Interreg ADRIAN ADRIATIC-IONIAN

FOST INNO

AZIONI E PROGETTI INNOVATIVI PER RILANCIARE IL TURISMO SOSTENIBILE NELLE REGIONI CHE SI AFFACCIANO NEI MARI ADRIATICO-IONICO.

TOUR OPERATOR | DISTRIBUZIONE | INCOMING | ENTI DEL TURISMO | ASSOCIAZIONI | ALBERGHI | MICE | TRASPORTI | FIERE | WEB & TECH



Home > Tour Operator > Veratour, le scelte degli italiani per l'estate: Egitto e Tunisia in forte...

TOUR OPERATOR

## VERATOUR, LE SCELTE DEGLI ITALIANI PER L'ESTATE: EGITTO E TUNISIA IN FORTE CRESCITA

21 Maggio 2019

26



2,340  
Mi piace



335  
Seguaci



8  
Iscritti



MAGAZINE



SFOGLIA IL MAGAZINE

SCARICA IL MAGAZINE

ULTIMI ARTICOLI



21 Maggio 2019  
Il Convention Bureau Roma e Lazio a IMEX di Francoforte



21 Maggio 2019  
Nuovo terminal 1 di Casablanca dedicato a Royal Air Maroc



21 Maggio 2019  
Estate 2019, momondo: per oltre due terzi degli italiani vacanza è sinonimo di mare

Le coste europee del Mediterraneo reggono, ma devono fare i conti con un Nord Africa in gran forma anche per la stagione estiva. Se durante le vacanze invernali le temperature giocavano a favore delle coste africane, i dati del Centro Studi **Veratour**, con oltre il 65% di vendite già concluse al 15 Maggio per l'estate 2019, mostrano che le preferenze degli italiani per Egitto e Tunisia non si sono affievolite con l'arrivo della bella stagione.

Grazie a un rapporto qualità prezzo decisamente più accattivante, il Mar Rosso egiziano (Sharm el Sheikh e Marsa Alam) vede raddoppiare i volumi rispetto all'anno scorso. A questo si aggiungono le destinazioni alternative del Nord dell'Egitto, come Marsa Matrouh che affaccia sul Mediterraneo, già vicine al tutto esaurito per giugno e con ottimi dati su luglio e agosto. Molto bene anche la Tunisia che nel caso di **Veratour** si giova dell'apertura di due nuove strutture a Djerba e a Kelibia: nel 2019 per il tour operator questa destinazione è vicino a un +140% di affluenze.

L'ottima performance del Nord Africa consolida la progressiva crescita registrata negli ultimi anni e il rafforzamento della domanda è confermato dall'aumento dello scontrino medio di circa il 10%. Le più tradizionali destinazioni europee reggono con Grecia e Italia stabili rispetto

al 2018, mentre la Spagna risente degli aumenti dei prezzi degli ultimi anni perdendo l'8% in termini di presenze.

"I viaggiatori italiani hanno ritrovato un approccio più aperto nei confronti delle mete estere – spiega Stefano Pompili direttore generale **Veratour** – Sardegna, Puglia, Calabria e Sicilia restano comunque apprezzate al pari delle isole greche. Tuttavia l'ottimo rapporto qualità prezzo ha portato molti a scegliere il Nord Africa o ha avvicinato al viaggio estivo una fascia di clienti che negli anni scorsi ha rinunciato alla vacanza".

La crescita generale infatti di **Veratour** per l'estate 2019 rispetto allo scorso anno mostra un +15%. Uno sguardo infine al lungo raggio denota una preferenza degli italiani per l'Africa orientale rispetto ai Caraibi: Zanzibar, Kenya e Madagascar superano Santo Domingo e Messico, soprattutto quest'ultimo fatica a ritrovare i fasti del passato.

"Il lungo raggio spesso risponde a esigenze specifiche – conclude Stefano Pompili – come viaggi di nozze o il desiderio di mete più esotiche, per questo vediamo che una targettizzazione più accentuata è sicuramente apprezzata: i villaggi riservati a clienti sopra i 18 anni per esempio sono tra i primi a raggiungere il tutto esaurito. In generale comunque la settimana di vacanza estiva è per tutti un momento fondamentale e per non correre rischi la preferenza ricade su un'offerta di alta qualità capace di garantire la piena soddisfazione. Nessuno vuole tornare scontento dalle vacanze".



21 Maggio 2019

**Veratour**, le scelte degli italiani per l'estate: Egitto e Tunisia in forte crescita



21 Maggio 2019

MSC rivela i nuovi vantaggi del programma MSC Voyagers Club

**TAGS** [Egitto](#) [Estate 2019](#) [Italiani In vacanza](#) [Stefano Pompili](#) [Tour operator](#) [Tunisia](#) [Veratour](#)

Condividi [Facebook](#) [Twitter](#) [LinkedIn](#) [Email](#)

Articolo precedente

MSC rivela i nuovi vantaggi del programma MSC Voyagers Club

Articolo successivo

Estate 2019, momondo: per oltre due terzi degli italiani vacanza è sinonimo di mare

## ARTICOLI CORRELATI



TOUR OPERATOR

MSC rivela i nuovi vantaggi del programma MSC Voyagers Club



AGENZIE DI VIAGGIO

Presstour lancia EasyMix: flessibilità e remunerazione per le agenzie



TOUR OPERATOR

Vuela presenta la sua Bolivia inedita



## LASCIA UN COMMENTO

Registrati per lasciare un commento

ULTIME NOTIZIE

NOTIZIE PIÙ LETTE

CATEGORIE PIÙ LETTE



# LAMEZIA

Oggi



CRONACA ATTUALITÀ POLITICA GIUDIZIARIA REGIONE SANITÀ ECONOMIA SPORT CULTURA E SPETTACOLI

POSTED ON 21/05/2019 BY GIUSEPPE NATRELLA

## Turismo: **Veratour**, per italiani Calabria tra mete preferite



Milano – Le coste europee del Mediterraneo reggono, ma devono fare i conti con un Nord Africa in gran forma anche per la stagione estiva. Se durante le vacanze invernali le temperature giocavano a favore delle coste africane, i dati del Centro Studi **Veratour**, con oltre il 65% di vendite già concluse al 15 Maggio per l'estate 2019, mostrano che le preferenze degli italiani per Egitto e Tunisia non si sono affievolite con

l'arrivo della bella stagione.

Grazie a un rapporto qualità prezzo decisamente più accattivante, il Mar Rosso egiziano (Sharm el

Sheikh e Marsa Alam) vede raddoppiare i volumi rispetto all'anno scorso. A questo si aggiungono le destinazioni alternative del Nord dell'Egitto, come Marsa Matrouh che affaccia sul Mediterraneo, già vicine al tutto esaurito per giugno e con ottimi dati su luglio e agosto.

Molto bene anche la Tunisia che nel caso di **Veratour** si giova dell'apertura di due nuove strutture a Djerba e a Kelibia: nel 2019 per il tour operator questa destinazione è vicino a un +140% di affluenze. L'ottima performance del Nord Africa consolida la progressiva crescita registrata negli ultimi anni e il rafforzamento della domanda è confermato dall'aumento dello scontrino medio di circa il 10%. Le più tradizionali destinazioni europee reggono con Grecia e Italia stabili rispetto al 2018, mentre la Spagna risente degli aumenti dei prezzi degli ultimi anni perdendo l'8% in termini di presenze.

"I viaggiatori italiani hanno ritrovato un approccio più aperto nei confronti delle mete estere – spiega Stefano Pompili direttore generale **Veratour** – Sardegna, Puglia, Calabria e Sicilia restano comunque apprezzate al pari delle isole greche. Tuttavia l'ottimo rapporto qualità prezzo ha portato molti a scegliere il Nord Africa o ha avvicinato al viaggio estivo una fascia di clienti che negli anni scorsi ha rinunciato alla vacanza". La crescita generale infatti di **Veratour** per l'estate 2019 rispetto allo scorso anno mostra un +15%. Uno sguardo infine al lungo raggio denota una preferenza degli italiani per l'Africa orientale rispetto ai Caraibi: Zanzibar, Kenya e Madagascar superano Santo Domingo e Messico, soprattutto quest'ultima fatica a ritrovare i fasti del passato.

### Articoli correlati



### Articoli recenti

'Ndrangheta: 2 immobili abusivi confiscati demoliti nel Crotonese  
21/05/2019

Turismo: **Veratour**, per italiani Calabria tra mete preferite  
21/05/2019

Furto di energia elettrica, coniugi arrestati a Cutro 21/05/2019

Regione: le decisioni della Giunta regionale 21/05/2019

Riace: Tar Calabria annulla esclusione dal sistema Sprar  
21/05/2019



CRONACA



© LAMEZIA OGGI

# Webitmag

web in travel magazine

[Home](#) [Ultime Notizie](#) [Analisi e Studi](#) [Destinazioni](#) [Rubriche](#) [Partner News](#) [Pubblicità](#)

Trend: [Alitalia](#) [Ryanair](#) [Airbnb](#)

Home > News > Veratour: le scelte per l'estate 2019 premiano il Nord Africa



[News](#) [Tour operator e Agenzie viaggi](#) [Tour operator](#)

## Veratour: le scelte per l'estate 2019 premiano il Nord Africa

21 maggio 2019

080830

Search

Le coste europee del Mediterraneo reggono, ma devono fare i conti con un Nord Africa in gran forma anche per la stagione estiva. Se durante le vacanze invernali le temperature giocavano a favore delle coste africane, i dati del Centro Studi **Veratour**, con oltre il 65% di vendite già concluse al 15 Maggio per l'estate 2019, mostrano che le preferenze degli italiani per Egitto e Tunisia non si sono affievolite con l'arrivo della bella stagione.

Grazie a un rapporto qualità prezzo decisamente più accattivante, il Mar Rosso egiziano (Sharm el Sheikh e Marsa Alam) vede raddoppiare i volumi rispetto all'anno scorso. A questo si aggiungono le destinazioni alternative del Nord dell'Egitto, come Marsa Matrouh che affaccia sul Mediterraneo, già vicine al tutto esaurito per giugno e con ottimi dati su luglio e agosto.

Molto bene anche la Tunisia che nel caso di **Veratour** si giova dell'apertura di due nuove strutture a Djerba e a Kelibia: nel 2019 per il tour operator questa destinazione è vicino a un +140% di affluenze.

L'ottima performance del Nord Africa consolida la progressiva crescita registrata negli ultimi anni e il rafforzamento della domanda è confermato dall'aumento dello scontrino medio di circa il 10%.

Le più tradizionali destinazioni europee reggono con Grecia e Italia stabili rispetto al 2018, mentre la Spagna risente degli aumenti dei prezzi degli ultimi anni perdendo l'8% in termini di presenze.

"I viaggiatori italiani hanno ritrovato un approccio più aperto nei confronti delle mete estere - spiega **Stefano Pompili** direttore generale **Veratour** - Sardegna, Puglia, Calabria e Sicilia restano comunque apprezzate al pari delle isole greche. Tuttavia l'ottimo rapporto qualità prezzo ha portato molti a scegliere il Nord Africa o ha avvicinato al viaggio estivo una fascia di clienti che negli anni scorsi ha rinunciato alla vacanza".

La crescita generale infatti di **Veratour** per l'estate 2019 rispetto allo scorso anno mostra un +15%.



ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER »



INVIACI LA TUA NOTIZIA »

sky per i bar

**69€/mese**  
fino al 31 agosto 2019  
anzichè 269€/mese

Chiamaci  
800 024 420

SCOPRI DI PIÙ

### Articoli recenti

Bruno Barbieri firma per la quarta volta il menù di Costa Crociere

Enit protagonista all'Imex di Francoforte

**Veratour** le scelte per l'estate 2019 premiano il Nord Africa

Camperisti in cerca di Italia: la classifica di Indie Campers sulle tendenze di ricerca viaggi en plein air

Louvre Abu Dhabi: più di 10.000 visitatori in occasione dell'International Museum Day



SCOPRI TUTTE LE OFFERTE SU [OTAVIAGGI.COM](http://OTAVIAGGI.COM)



EDITORIA - EVENTI - SERVIZI DAL 1972 AL SERVIZIO DEL TURISMO PROFESSIONALE

- HOME
- Ultime notizie
- Rubriche
- Lavoro
- Eventi
- Magazine
- Focus
- AboutHotel
- SEARCH
- 



HOME > Notizie

## Broccoli: "Obiettivo Verastore portarle al 60% di incidenza"

14/05/2019 14:55

*Ad oggi sono 800 le adv partner, il manager le definisce il braccio armato del t.o. Negli ultimi cinque anni rappresentavano il 32% del fatturato*

**PRENOTA ORA**

Sono iniziati gli OVER Days!

**GLOBAL RENT A CAR Hertz**

Si muove molto sul territorio nazionale **Massimo Broccoli, direttore commerciale di Verastore**, "incontro tante adv tutti i giorni e c'è grande sinergia", afferma convinto. Incontri che diventano occasioni di confronto e di scambio, di suggerimenti e visioni di mercato, in particolare con le **Verastore**, le **adv partner** con cui "c'è un confronto su come costruire le cose, sono il **nostro braccio armato**". In termini numerici ad oggi sono **800 le adv Verastore**. "Confidiamo di poter crescere nel numero e nell'incidenza di fatturato nel prossimo triennio. L'obiettivo per il 2019 è di **portarle al 60% di incidenza sul fatturato**, contro il 32% degli

ultimi cinque anni", fa presente il manager.

Cosa chiedono in generale le adv oggi? "Ci chiedono di fare comunicazione sul cliente finale per potare flussi in agenzia", risponde il manager. Dal canto suo il t.o. soddisfa questa esigenza con gli **investimenti in comunicazione** fatti su più fronti, dalla tv, "che deve essere continuativo", ai social a RadiolItalia.

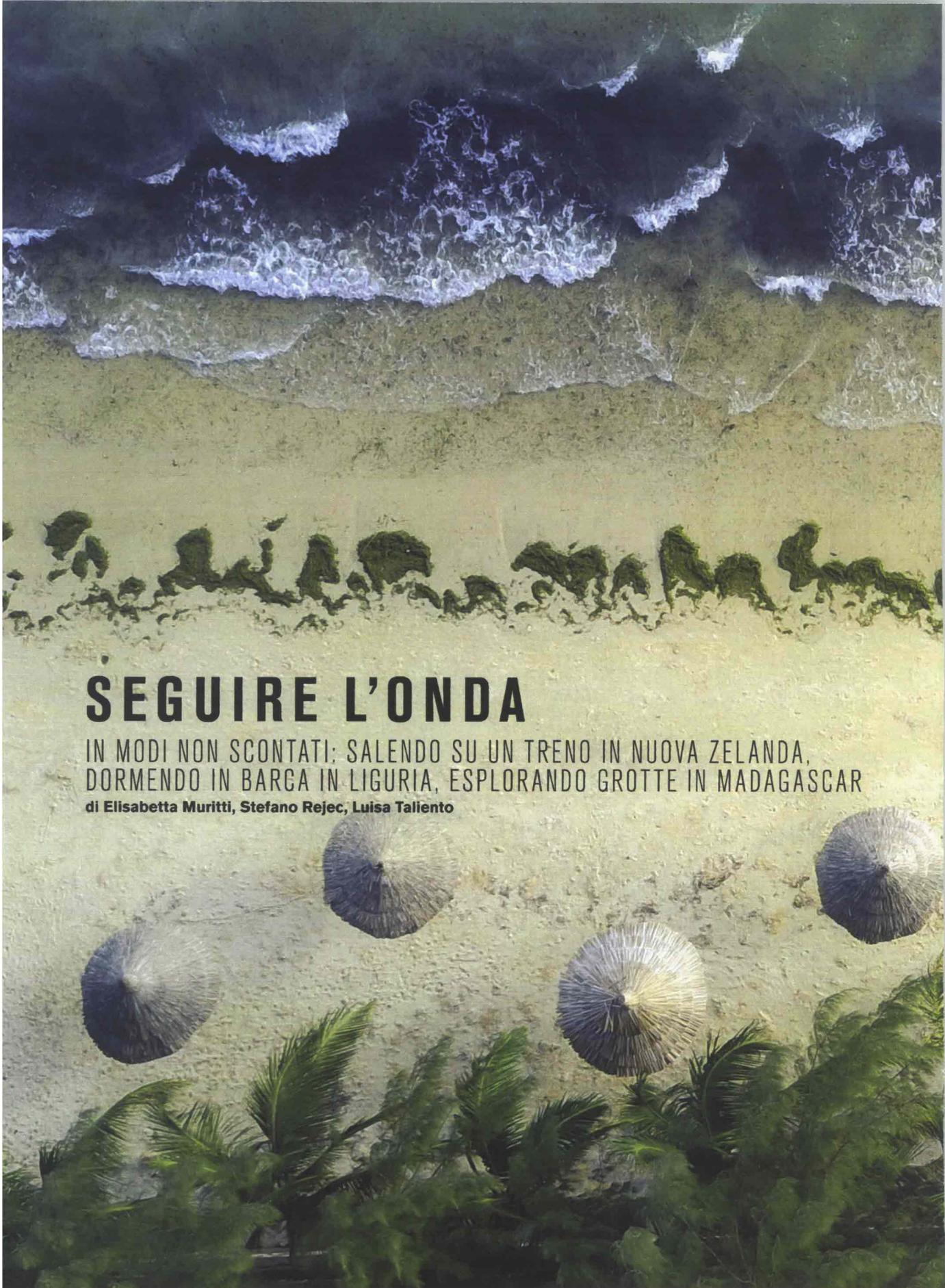
Intanto, il manager anticipa che, sul fronte del prodotto, "per il 2020 ci saranno tante novità per l'inverno e per l'estate, abbiamo diversi progetti sulla scrivania da vagliare in linea con l'attività di scouting che stiamo facendo". s.v.



Email \*

**ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER**

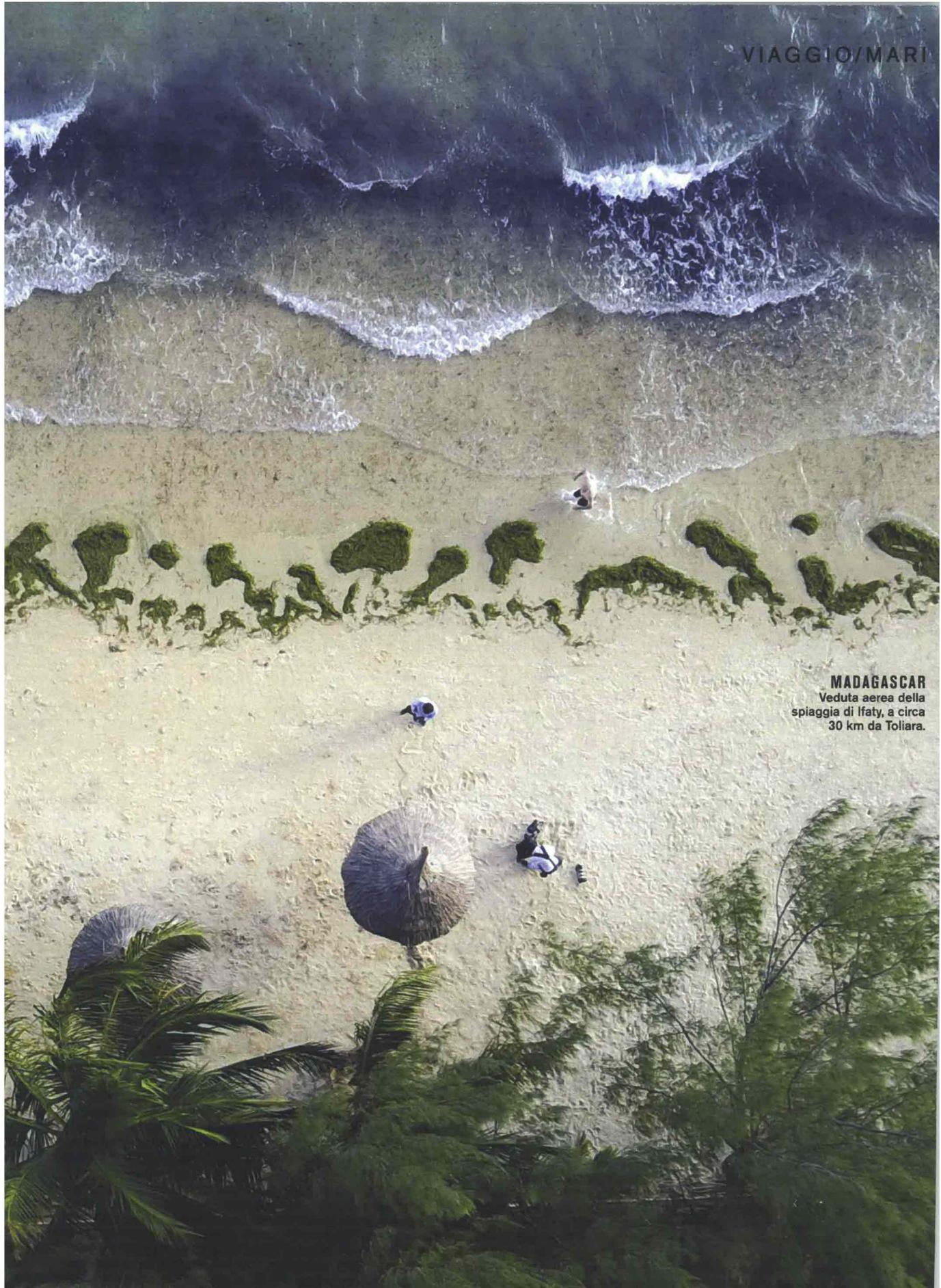
Tweets di @GvLive



# SEGUIRE L'ONDA

IN MODI NON SCONTATI: SALENDO SU UN TRENO IN NUOVA ZELANDA,  
DORMENDO IN BARCA IN LIGURIA, ESPLORANDO GROTTI IN MADAGASCAR

di Elisabetta Muritti, Stefano Rejec, Luisa Taliento



VIAGGIO/MARI

**MADAGASCAR**  
Veduta aerea della spiaggia di Ifaty, a circa 30 km da Toliara.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

080830



**AZZORRE**  
Capodogli nei fondali  
dell'arcipelago.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

080830

VIAGGIO/MARI



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

080830

VIAGGIO/MARI

**NUOVA ZELANDA  
Il turismo dall'impronta  
leggera**

Adattarsi. Non richiedere un livello di comfort superiore, perché significherebbe incentivare la cementificazione e incrementare le emissioni di anidride carbonica. Rappartarsi con le popolazioni del posto. Mangiare cibi locali. Sono solo alcuni dei principi che, secondo Andrea Rondinelli, autore di *Ecoturismo critico* (Ilmiolibro, 2018), sono alla base del vero ecoturismo e lo distinguono da un ingannevole *greenwashing*. E i viaggiatori sembrano aver assimilato il concetto. Secondo uno studio di Booking.com, presentato in occasione della recente Giornata mondiale della Terra, l'87% degli intervistati dichiara di voler viaggiare in modo sostenibile e 4 su 10 (39%) confermano di farlo sempre, scegliendo strutture ecologiche.

Tra le destinazioni top spicca la Nuova Zelanda, con l'isola del Nord, dove si trova Auckland, e quella del Sud, la più grande, che si esplora a bordo del TranzAlpine Train, considerato uno dei treni più panoramici del mondo (*rail-newzealand.com*). La tratta da Christchurch a Greymouth è un viaggio breve (223 km) ma epico, lungo il fiume Waimakariri, con chilometri di foreste di faggi ininterrotte. Per chi ama il mare la meta giusta è Kaikoura, dove, grazie al gioco di correnti marine, è più facile avvistare il capodoglio, la più grande balena dentata degli oceani, che ama nutrirsi di calamari. Operatori locali compiono spedizioni d'avvistamento tutti i giorni con battelli attrezzati di microfoni subacquei per captare il loro suono. Oltre alle balene si possono vedere orche, delfini, foche, pinguini blu, uccelli marini. E gli scenari cambiano ancora. Il Tekapo Regional Park, amministrato dall'Environment Canterbury, si esplora con passeggiate, tour in mountain bike, escursioni in canoa e, alla sera, si può raggiungere l'osservatorio astronomico di Mount John (*earthandsky.co.nz*) che, grazie all'assenza di inquinamento e alla distanza dalle città, permette di osservare il cielo e le stelle come mai nella vita. L.T.

**Istruzioni per l'uso:** In questi luoghi dove la natura è protagonista si può scegliere di soggiornare in lodge a basso impatto ambientale. *Booking.com* ne ha selezionati diversi, come il Manakau Lodge a Kaikoura, cottage tutto di legno che offre solo 4 camere e pace assoluta, oppure l'Isolation Bay, sul lago Tekapo, di legno, pietra e immense vetrate per ammirare il paesaggio che cambia a seconda delle ore del giorno. Dal sito si possono prenotare voli dall'Italia e il noleggio di auto, per un viaggio in completa libertà. Info: *booking.com*.

**NEL MEDITERRANEO  
Dormire sull'acqua**

Le avanguardie del turismo rispettoso lo sanno da tempo: pernottare lontano dai congestionati centri storici delle città d'Europa, nei mesi del fuoristagione, non solo è una buona pratica che consente risparmi (personali ed energetici) ma è un modo per ammirare diversamente la bellezza di un quartiere o di un paesaggio. Rispettandoli per chi arriva dopo. E allora? Allora fattorie, aziende agricole, appartamenti privati, castelli e conventi non sono più alloggi sorprendenti, da noi; più recente e nuovo, invece, il *bed&boat* (o *boat&breakfast*, confidenzialmente *Bo&B* per i più esperti), il pernottamento in barca, con il piacere sommo di una prima colazione a pelo d'acqua, tra le luci metafisiche di un mattino sul mare. Il trend, ovvio, è arrivato dal Nord. E non solo dalla Scandinavia e dalle Fiandre. Tra le soluzioni più ecochic, per esempio, il Bert's Barges sul Regent's Canal ad Hackney, Londra, e il delizioso Le Boudoir de Serendipity, ad Asnieres-sur-Seine, a Parigi.

Vista la conformazione del Belpaese, il trend ha attecchito al meglio nei nostri mari, seguendo lo sviluppo moderno dei porticcioli turistici. E venendo così incontro a chi cerca quiete e silenzio dopo folle, eventi o semplicemente lunghi tragitti; a chi esplora una regione partendo dalle coste; a chi, pur non essendo né milionario né skipper smaltiziato, ama darsi ai piaceri del vivere a bordo d'inverno. «Il mondo che ruota intorno alla vita in barca è affascinante»,

**COME FARE**

Il turismo entra tra i 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile da raggiungere entro il 2030 per l'Onu. Perché si fa presto a dire green, ma l'aggettivo non comporta solo privilegiare mete immerse nella natura, sostenendone la tutela, bensì scelte precise di comportamento: dal cibo a km 0 alla mobilità "dolce", dal risparmio energetico (acqua, luce e aria condizionata in hotel) al sostegno dell'artigianato locale. Una condotta che va appresa: non a caso sono nati corsi ad hoc (*unimib.it*) e master di specializzazione (*accademiacreativaturismo.it*). Nonché iniziative dedicate come il Festival del turismo responsabile (*festivalitaca.net*), 15 tappe fino al 3 novembre, e la Giornata mondiale (il 2 giugno), cui aderisce l'Aitr, l'Associazione italiana turismo responsabile. Al tema dedica una collana l'editore Terre di mezzo (*terre.it*), mentre la community Ecobnb (*ecobnb.it*) suggerisce sistemazioni ecofriendly. E tutto sulla filosofia verde, viaggi compresi, si trova su *green.it*.

## VIAGGIO/MARI

ADATTARSI:  
NON CHIEDERE  
UN LIVELLO  
DI COMFORT PIÙ  
ALTO, METTERSI IN  
RAPPORTO CON  
LA POPOLAZIONE  
DEL POSTO,  
MANGIARE  
CIBI LOCALI

racconta Walter Vassallo, tra i soci di Letyourboat (vedi info), un'innovativa piattaforma che consente, con un clic, l'incontro domanda-offerta tra armatori e viaggiatori desiderosi di soggiornare all'ormeggio. Il portale offre esperienze sostenibili legate al territorio: dall'eno-gastronomia locale alle attività sportive, fino alle visite culturali che hanno come punto di partenza città portuali o borghi di mare. Con il plus, la sera, di tornare a bordo. Le barche sono ormeggiate in Francia, per esempio nel porto di Mentone, e in Italia, in particolare in tutta la Sardegna, dove si trovano marine che negli ultimi anni sono state votate alla sostenibilità, migliorando il profilo ambientale ed energetico. **L.T.**

**Istruzioni per l'uso:** Dormire a bordo, svegliarsi, fare colazione guardando il mare e partire per esplorare la terraferma. In ogni stagione (le barche sono dotate di riscaldamento e le marine offrono i migliori comfort). Grazie a Letyourboat, startup che apre la nautica a un nuovo turismo esperienziale (dai 70 euro al giorno). Tra le novità, in collaborazione con l'Acquario di Genova, la possibilità di dormire in barca e poi partecipare ad attività in compagnia dello staff dell'Acquario. Info: [letyourboat.com](http://letyourboat.com).

### MADAGASCAR

#### Lo show della geologia

Il labirinto è il logo naturale della riserva dell'Ankàrana, estremità nordovest

del Madagascar. A disegnarlo, i fiumi carsici che hanno scolpito, in superficie, l'intrico di pinnacoli calcarei (*tsingy*, il termine nazionale, onomatopoeico, per ago): Petit, piccolo, nella parte orientale del parco, Grand, nel settore occidentale. Uno show geologico che si ripete nell'oasi marina di Nosy Hara e nelle riserve naturali integrali di Namoroka e Bemaraha, quest'ultima non a caso Patrimonio dell'umanità per l'Unesco. Speculare il labirinto di grotte creato dagli stessi corsi d'acqua sotto terra: la riserva dell'Ankàrana è seduta sulla rete idrica ipogea più grande dell'Africa, oltre 100 km. Un dedalo popolato di pipistrelli e, all'estremità sud del parco, anche da coccodrilli, sfamati ogni anno (quelli della Grotta del Re) con una cerimonia tradizionale. Perché alcuni di questi antri sono sacri per la gente del posto, rifugio decisivo durante i conflitti etnici; spesso ospitano tombe reali e sono

*fady*, tabù, dunque accessibili solo a certe condizioni. La foresta vera che si alterna a quella di pietra degli *tsingy* è frequentata da 10 specie di lemuri, 92 di uccelli, camaleonti, da avvistare durante i trekking, meglio nella stagione secca, da maggio a ottobre. Seconda tappa, sempre tutta natura, il parco nazionale di Montagne d'Ambre, a nord dell'Ankàrana. Ossigenato dalla foresta pluviale, è ideale da visitare gambe in spalla, forte della sua rete di 20 km di sentieri. L'andamento lento è perfetto per apprezzare questa profusione di clorofilla che battezza un'area Jardin Botanique, tanto fitto è l'intrico di orchidee, liane e palme. I più allenati salgono ai 1.474 m della vetta che dà il nome alla riserva naturale; gli altri si consolano facilmente davanti alla Petite Cascade, che si tuffa in una piscina naturale tra le rocce coperte di felci, e alla Grande Cascade, dove nugoli di farfalle sembrano volati fuori dalle



**AUSTRALIA**  
Il mare e il litorale dalla  
Southern Ocean Walk,  
penisola di Fleurieu.

VIAGGIO/MARI

pagine di *Cent'anni di solitudine*. **S.R. Istruzioni per l'uso:** Il WWF inserisce il Madagascar tra i primi 10 paesi al mondo per patrimonio ecologico. **Veratour**, con il Gran Tour del Nord, permette di scoprirne la grande natura a bordo di 4x4, tra paesaggi diversi in cui dominano baobab centenari, piantagioni di vaniglia, ananas, banane, foreste sempreverdi, cascate, lemuri e altre specie endemiche. Una spedizione naturalistica che si conclude con il relax sulla spiaggia del Veraclub Palm Beach & SPA. Pacchetto con 7 giorni di tour e 7 notti al Veraclub Palm Beach, volo, pensione completa (e all inclusive presso il villaggio), guida e autista parlanti italiano, da 3.340 euro a persona. Partenze fino all'1 dicembre. Riduzioni di 300 euro a coppia per chi prenota 60 giorni prima e di 200 per chi prenota 30 giorni prima. Info: [veratour.it](http://veratour.it).

**AZZORRE Santuario surrealista**

Nove isole sospese sull'azzurro dell'oceano. Che, per posizione e particolarità del clima, sono uno degli ultimi Eden rimasti a poche ore di volo dall'I-

talia. Le Azzorre fanno parte di Rete Natura 2000, finalizzata alla conservazione biologica ed ecologica degli stati dell'Unione Europea. Un progetto che si comprende in prima persona organizzando un *island hopping* tra un'isola e l'altra.

A Pico si possono affrontare trekking che salgono sul cono vulcanico del Monte Pico, che con i suoi 2.351 m è la vetta più alta del Portogallo, e affrontare le colate di lava basaltica che, raggiungendo l'oceano, generano incantevoli insenature chiamate *misterios*. A Flores, definita dall'etologo Konrad Lorenz "un santuario botanico surrealista" per la costa frastagliata e scoscesa, predomina l'elemento acqua: cascate, laghi, torrenti e, naturalmente, mare. È facile fare il giro dell'isola in barca, per vedere l'Arco di Santa Cruz das Flores o l'isolotto di Maria Vaz, e grotte segrete scavate dalla forza delle onde. Le fioriture di ortensie, rose selvatiche, strelitzie e piante tropicali riempiono lo sguardo a Faial, che custodisce il gioiello coloniale di Santa Cruz, dove si respira ancora l'aria ruvida di quando l'arcipelago era il fulcro delle attività dei balenieri. A São

Miguel ci sono le spiagge, per esempio quella di Santa Bárbara, che offrono le condizioni migliori per praticare sport ecologici come surf e kite, con temperature dell'acqua miti durante tutto l'anno grazie all'azione della corrente del Golfo. Si può fare un bagno anche a Furnas, dove l'area geotermica ha creato piscine calde naturali, con l'acqua termale che sgorga direttamente dalle rocce. E poi fermarsi in uno dei ristoranti della vallata per assaggiare il *cocido*, il bollito, l'orgoglio della gastronomia locale, che viene cotto per più di cinque ore nelle *caldeiras*, le pozze di acqua calda naturale. **L.T.**

**Istruzioni per l'uso:** Trekking, osservazione delle balene, escursioni botaniche sono solo alcune delle proposte di Visit Azores, con informazioni su come spostarsi da un'isola all'altra e soggiornare in alloggi rurali, come il Santa Bárbara Eco-Beach Resort, a São Miguel, che ha vinto il premio della collezione Tablet Hotel per la migliore vista sul mare ([santabarbaraazores.com](http://santabarbaraazores.com)) o L'Aldeia da Fonte Nature Hotel, sull'isola di Pico ([aldeiadafonte.com](http://aldeiadafonte.com)), il quinto hotel ecologico del Portogallo, in cui prenotare una delle sei camere in legno e roccia vulcanica. Info: Visit Azores, [visitazores.com/it](http://visitazores.com/it).

**SUD AUSTRALIA Camminare lungo l'oceano**

Gli australiani, che sono abituati a spazi maestosi, l'affrontano in 4 giorni. Ma per chi arriva dall'altra parte del mondo non c'è nessuna fretta, anzi. Lo sguardo si deve abituare ad assaporare, passo dopo passo, la Southern Ocean Walk, un percorso a piedi che rivela tutta la bellezza della costa della penisola di Fleurieu ([southernoceanwalk.com.au](http://southernoceanwalk.com.au)).

Spiagge sabbiose, scogliere frastagliate, cascate isolate e fitte foreste, in uno scenario sempre mutevole, soggiornando in campeggi autorizzati, immersi nella

**SARDEGNA Un ginepro centenario sulle dune di Piscinas.**



Foto di V. Giannella/Getty

080830



VIAGGIO/MARI

**NUOVA ZELANDA**

Vista aerea dell'incontro tra il Gooley River e il Lake Tekapo.

natura. Il punto di partenza è l'Heysen Trail, che da Cape Jervis, a un'ora e mezza da Adelaide, arriva a Deep Creek. Si possono mettere in conto 5 ore di cammino lungo un percorso ondulato che prima costeggia il litorale, poi s'inoltra in fitte foreste di sclerofille e scende verso Blowhole Beach, che dall'alto appare come un miraggio di acqua turchese e soffice arena. La seconda tappa è il sentiero che esplora il Deep Creek, segnato da fresche cascate, piccoli ruscelli di acqua che zampillano dalle pareti di roccia e finiscono la loro corsa sulle pietre coperte dal muschio brillante. Tutt'intorno un manto di fiori selvatici e tappeti di erba che invitano a togliersi le scarpe per provare il contatto con la terra. Quando si esce dalla foresta per affrontare la terza tappa, è meglio tenere il binocolo a portata di mano, per ammirare all'orizzonte le isole Pages e Kangaroo Island, con il 30% del territorio composto da parchi nazionali, l'unico posto al mondo dov'è possibile passeggiare tra i leoni marini australiani minacciati di estinzione. L'ultima tappa del percorso è il Newland Head Conservation Park. Qui le pareti rocciose a picco sul mare creano un susseguirsi di baie (Parsons Beach, Waitpinga Beach, Kings Beach) dove sedersi per ammirare il volo delle aquile marine dal ventre bianco. **L.T.**

**Istruzioni per l'uso:** La Fleurieu Penisola dista 90 minuti da Adelaide, offre belle spiagge per surfisti, colline con

vigneti e cantine per degustazioni, oltre a escursioni per vedere le balene che da luglio a settembre nuotano placidamente in queste acque. La penisola è anche il punto di partenza della Southern Ocean Walk, un'avventura di 4 giorni e 3 notti, in cui si cammina per 5-6 ore al giorno lungo sentieri ben segnalati e si dorme in campeggi autorizzati. Info: Southern Ocean Walk, [southernoceanwalk.com.au](http://southernoceanwalk.com.au).

**SARDEGNA**  
**Proteggiamo le dune**

La consapevolezza ecologica ha messo nel giusto risalto anche una delle più trascurate, e fragili, bellezze della natura: quella delle dune, desertiche e soprattutto costiere, che per secoli hanno riparato l'entroterra dal vento e dal sole e hanno tenuto a bada l'avanzamento del mare. Le dune più belle del mondo? Qui c'è la prima sorpresa: perché secondo i grandi viaggiatori, accanto a quelle francesi di Pilat nella Gironda, quelle turche di Patara, alle meraviglie di Sossusvlei in Namibia, e ai turbamenti offerti dalle linee sinuose di Jaran Badain, in Cina, di Erg Chebbi in Marocco, di Skagen in Danimarca e di Médanos de Coro, nel nordovest del Venezuela, sventa il complesso dunale della Costa Verde sarda (Scivu-Pistis-Torre dei Corsari, Piscinas), nella provincia del Medio Campidano. In più, due sorprese nella sorpresa: il compren-

sorio in questione con un'oasi WWF (che è parte del Parco geominerario della Sardegna, vasta circa 600 ettari), offre di fatto l'unico deserto costiero d'Europa, con due SIC (Sito di importanza comunitaria), a Capo Pecora e a Rio Piscinas/Rio Scivu, dove un progetto europeo LIFE sperimenta il rimboschimento del ginepro; e, soprattutto, nel 2017 Piscinas è stata inserita da *National Geographic* tra le 21 spiagge più belle del pianeta, nonché, insieme allo Sleeping Bear Dunes nel Michigan e alla spiaggia francese della Corniche, dove c'è la duna di Pilat, è salita sul podio delle mete del cuore del popolo dei *dune walker*, sempre più numerosi. Detto questo, e a parte i record internazionali, Piscinas è un luogo magico e selvaggio: una minuscola scheggia d'Africa che profuma di macchia mediterranea, con dune "vive" bianco-dorate che raggiungono i 100 m e che penetrano nell'entroterra per chilometri, modellate da un maestrale possente, a ridosso di un mare dai riflessi metallici, sempre irrequieto e immediatamente profondo. Le ricopre una vegetazione di ginepri, lentischi, ginestre, papaveri della sabbia, orchidee; le tartarughe marine vi depongono le uova nelle notti d'estate. **E.M.**

**Istruzioni per l'uso:** Grimaldi Lines permette di raggiungere la Sardegna tutto l'anno, con collegamenti Livorno-Olbia e Civitavecchia-Porto Torres, ai quali nella stagione estiva si affianca il Civitavecchia-Olbia. Cruise ferry e traghetti sono di ultima generazione, con promozioni convenienti, come *Scegli, prenota, viaggia!* che assicura il 30% di sconto a chi prenota entro il 15 giugno e parte in bassa stagione, o il *Carnet 10 Viaggi Sardegna*, per chi la visita frequentemente, con prezzi a partire da 150 euro per 10 partenze in passaggio ponte. Con la formula *Nave+Hotel* si abbina il viaggio a una vacanza sull'isola presso alberghi selezionati da Grimaldi Lines Tour Operator. Info: [grimaldi-lines.com](http://grimaldi-lines.com).

# IL PARCHEGGIO

ViaMilano Parking  
Official Airport Parking

Giornale di interesse professionale per il turismo



**FINLANDIA,  
RELAX A 360°**

Partecipa al webinar e al quiz sulla Finlandia. Il volume Iperborea a chi per primo darà tutte le risposte corrette e storno delle tasse di iscrizione a tutti i partecipanti.  
**Lunedì 13 Maggio ore 14:00**



HOME CHI SIAMO PUBBLICITÀ NEWSLETTER EVENTI LAVORO WEBINAR REPORTAGE TOVE

parole da cercare  **Cerca**

In Evidenza Trasporti Tour Operator Alberghi Enti, istituzioni e territorio Mercato e tecnologie Estero Incoming Tutte le ultime notizie



## “Digital travel agent” di Veratour per condividere sui social contenuti esclusivi

7 maggio 2019 14:35

La partnership tra **Veratour** e le agenzie di viaggio si fa sempre più stretta e si estende a nuove aree come quella dei social network. Con la nuova iniziativa Digital Travel Agent, **Veratour** ha selezionato 50 agenzie di viaggio particolarmente attive sul fronte social e fornito loro accesso a una app professionale per la gestione di contenuti esclusivi da condividere sui propri canali.



«Ci siamo resi conto che anche nel mondo digitale potevamo mettere i nostri partner di sempre, gli agenti di viaggio, in condizione di sostanziare al meglio il loro ruolo di esperti in materia di viaggi – spiega Fabio D'Onorio responsabile VeraStore & digital marketing in **Veratour** –. Il fattore chiave per il successo di un canale social è la qualità dei contenuti pubblicati; un post efficace consente a un agente di ingaggiare vecchi e nuovi utenti, ma richiede molto tempo per la ricerca delle immagini e una buona dose di creatività».

L'accesso alla app – fornito da Veratour – è gratuito, la pubblicazione dei contenuti disponibili è estremamente veloce e ogni agente ha massima libertà di scegliere cosa pubblicare e su quale dei suoi social. Il post compare nei feed di Facebook e Instagram insieme a quelli creati autonomamente dall'agente di viaggio, andando quindi ad arricchire pagine e profili. Nessuno sforzo per chi li utilizza, massimo riscontro in termini di risultati. «Le agenzie di viaggio sono il nostro unico canale di vendita – aggiunge Massimo Broccoli, direttore commerciale Veratour – quindi per noi è prioritario fornire loro tutto il supporto di cui siamo capaci».



### TRAVEL COMUNICA

Partecipa al webinar e al quiz sulla Finlandia  
Lunedì 13 maggio ore 14:00

**FINLANDIA,  
RELAX A 360°**

ISCRIVITI E FAI IL QUIZ

Il volume Iperborea a chi per primo darà tutte le risposte corrette e storno delle tasse di iscrizione a tutti i partecipanti.

### ULTIME NEWS

- Cuba: l'eredità “campesina” al servizio del turismo verde con i giardini botanici
- Royal Caribbean inaugura l'isola privata Percept day at CocoCay
- PerùResponsabile.it: i tour che promuovono il turismo sostenibile
- “Digital travel agent” di **Veratour** per condividere sui social contenuti esclusivi

### SEGUICI SU FACEBOOK

INCONTRA LA SPAGNA • Bari Napoli Milano Genova

**Travel Quotidiano**

Mi piace 18.445 "Mi piace"

Di' che ti piace prima di tutti i tuoi amici

### INSTAGRAM

**Veratour si rafforza sul Mare Italia: vendite individuali a +22 per cento**

TOUR OPERATOR | 02/05/2019 | 05:14



4 Mi piace 0 Tweet

Leggi anche: [Veratour](#)

Veratour continua la sua avanzata all'insegna del made in Italy e di una targetizzazione sempre più incisiva dell'offerta. È il Mare Italia sta in particolare registrando un trend interessante e, per certi versi, in controtendenza rispetto ad altri competitor.

PIÙ LETTE

**Domanda in crescita**

Da sempre - conferma il direttore commerciale, Massimo Broccoli (nella foto) - l'Italia rappresenta uno dei punti di forza di Veratour: l'interesse per le destinazioni nazionali è ulteriormente cresciuto negli ultimi anni. Si tratta di un fenomeno dilagante che ha portato alla riscoperta delle nostre coste e, grazie alle distanze ridotte, ha reso gettonate le destinazioni costiere. In più Veratour da sempre impegnata a fornire il meglio del Made in Italy in tutti i villaggi Veratour, può garantire un livello qualitativo ancora maggiore in Italia,

soprattutto per quanto riguarda la cucina che, in destinazioni lontane, deve fare i conti con l'imperibilità di alcuni prodotti.

**Sette strutture**

Ad oggi Veratour vanta sette strutture in Italia. Menzione speciale per la novità 2019: il Veratour Falconara a Marina di Barone in Sicilia. Riciclano le sue strutture: Veratour Scoglio della Calca in Calabria e si avvia al secondo anno del Barone di Mare in Puglia. Sempre in 2° mo piano i Veratour in Sardegna: Veratour Suvriva, Costa Rey ed Eos, capaci di offrire un'esperienza da boutique hotel senza mandare al sicuro dal viaggio. "Questi in Sardegna - aggiunge Broccoli - si potrebbero definire i gioielli dell'intero catalogo Veratour.

**Repeaters al 70 per cento**

Se mediamente la percentuale di repeater per Veratour si assesta intorno al 40 per cento, "nelle strutture italiane, soprattutto in Sardegna, arriva anche al 70 per cento. Segno che le nostre coste rappresentano una realtà immutabile per tanti clienti". Le prenotazioni viaggiano di pari passo con la fortuna dei villaggi italiani: "sul pettolo estivo, da maggio a ottobre, stiamo registrando crescite decisamente importanti. Per quanto concerne le vendite individuali infatti, stiamo crescendo del 22 per cento circa rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. La domanda peraltro è ulteriormente in anticipo e stiamo registrando un dato di vendite in advance booking superiore al 75 per cento sul fatturato complessivo".

4 Mi piace 0 Tweet

Leggi anche: [Veratour](#)

TI INTERESSA QUESTA NOTIZIA? ISCRIVITI A TTG REPORT, LA NEWSLETTER QUOTIDIANA

**COMMENTI DI FACEBOOK**

**TTG** 02.05.2019

**NOTIZIE PRINCIPALI**

TRAVEL REPORT | 02/05/2019 | 08:33

**Il segreto di Malpensa**

Che cosa vuole diventare Malpensa, da grande? Secondo molti indicatori è già al top. Ma può crescere ancora. È il nuovo management, che da inizio

TRAVEL REPORT | 02/05/2019 | 08:51

**Brunini, Sea: "La rincorsa a diventare hub sta perdendo importanza"**

TRAVEL REPORT | 02/05/2019 | 08:59

**Chiusura di Linate: ecco il ruolo della Sea e di Malpensa**

DI AFRANCO LIVERA | 11

TOUR OPERATOR | 02/05/2019 | 09:20

**Arkus Network replica a Neos: "Nessun accordo commerciale"**

Arkus Network interviene in risposta al comunicato Etac che evidenziava l'intenzione "da parte di Neos dei servizi charter per il tour operator Partecipazioni per il Turismo a caccia di mercati"

TRAVEL REPORT | 02/05/2019 | 09:23

**Alitalia e il silenzio intorno al suo futuro**

AGENZIE VIAGGI | 02/05/2019 | 09:04

**Come proporre viaggi "sicuri": le regole per conquistare la fiducia dei clienti**

11

f t g+ in

**TTG REPORT** | 15/05/2019 | 10:11  
DESCRIVI OGNI GIORNO VILLAGGI E LE AGENZIE DI TTG

**TTG AGENTI SEGRETI**  
STORIE E NOMI DI CHI STA CAMBIANDO IL MERCATO

**TTG LAB**  
WEBINAR | SCOPRI I NOSTRI WEBINAR  
E-LEARNING | DIVENTA ESPERTO CON I NOSTRI E-LEARNING

**PIÙ LETTE**

000 | EFFETTUALITÀ

**1 Il segreto di Malpensa**

11

**2 L'inevitabile crollo delle coperte di Biberburg: arriva un altro novità**

11

**3 Google, Airbnb, Facebook & Co: la grande guerra del turismo online**

11

**4 Come proporre viaggi "sicuri": le regole per conquistare la fiducia dei clienti**

11

**5 Veratour si rafforza sul Mare Italia: vendite individuali a +22 per cento**

11

**6 Neos brucia Platone: conseguenze importanti**

11

**7 Chiusura di Linate: ecco il ruolo della Sea e di Malpensa**

11

**8 Brunini, Sea: "La rincorsa a diventare hub sta perdendo importanza"**

11

**9 I capsule hotel approdano in Spagna**

11

**IL COMMENTO DEL DIRETTORE**

PRIMO VINCIGLIATA

19/04/2019 | 16:05  
**Elezioni europee, Alitalia e la melina di Lufthansa**  
"Terminato duro, godiamo arrivare buone notizie nei prossimi giorni". Questo il messaggio ...

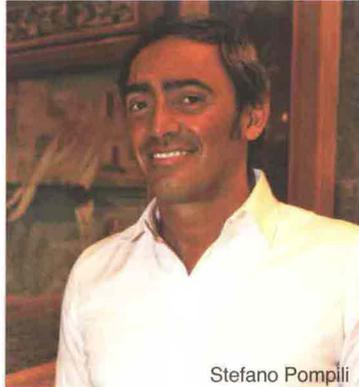
19/04/2019 | 16:59  
**Il supermercato che non sa vendere**  
Dicono che anche questa volta tutto si sia limitato ad una veloce ...

19/04/2019 | 0:27  
**Aspettando il presidente**  
La linea del 2018 raggiunge il suo coda, per spiegare a ...

DIGITAL EDITION

050330

## Veratour: al 100% con le agenzie



Stefano Pompili

«Il marchio **Veratour** è oggi sinonimo di qualità oltre che di **affidabilità** per milioni di persone - ha spiegato di recente a Milano **Stefano Pompili**, direttore generale **Veratour** - e grazie anche alle nuove **campagne** di comunicazione che stanno partendo in **questo 2019**, siamo sicuri che potremo raggiungere tantissime altre **famiglie italiane**. E anche a loro spiegare come con i nostri **Veraclub** portiamo il meglio del Made in Italy in **vacanza** grazie ai driver di cucina, animazione e **assistenza** e ne siamo

orgogliosi. Ecco perché continuiamo a **crescere** e a battere i nostri record, questi per noi sono **anni importanti**, andremo avanti rispettando i nostri valori e la nostra **identità**». Il tour operator ha poi anche confermato la sua **politica distributiva** che vuol dire vendita del 100% del prodotto tramite **agenzie di viaggio**. «Il **rapporto** consolidato con le agenzie e i network funziona - ha detto **Massimo Broccoli** direttore commerciale **Veratour** - e riteniamo che un cliente correttamente **consigliato** da un professionista sia un cliente **soddisfatto**, per questo tutte le nostre iniziative di **marketing** puntano a portare sempre più persone in **agenzia di viaggi**». Per la prossima **estate** ci sono diversi **nuovi resort** in apertura nei primi sei mesi dell'anno, come quello di **Falconara** in **Sicilia**, che portano a un totale di oltre 40 Veraclub **l'offerta** dell'operatore.



# Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
	Rubrica		Veratour	
21	Avvenire	27/06/2019	L'AFRICA MEDITERRANEA TORNA TRA LE ROTTE DEGLI ITALIANI (C.Maconi)	2
	Guidaviaggi.it	28/06/2019	DANIELE POMPILI: "IL TRIDENTE ITALIA-SPAGNA-GRECIA TIENE, MA VINCE IL NORD AFRICA"	3
	Lastampa.it	08/06/2019	VERATOUR, NEL 2019 TORNA IL NORD AFRICA	5
	Radioitalia.it	04/06/2019	PAOLA TURCI: SU RADIO ITALIA L'ESIBIZIONE LIVE AL VERACLUB KELIBIA BEACH	7

TURISMO

# L'Africa mediterranea torna tra le rotte degli italiani

CATERINA MACONI

**I**l Nord Africa torna definitivamente a essere meta ambita per le vacanze estive degli italiani. Dopo anni traballanti, stiamo assistendo a un periodo di vera ripresa consolidata. E così nei prossimi mesi Egitto in primis e Tunisia poco distante, si ripresentano a sfidare Italia, Grecia e Spagna sul podio delle destinazioni. Il Centro studi Veratour ha rilevato che per il 2019 il Mar Rosso egiziano (Sharm el Sheikh e Marsa Alam) raddoppia i volumi rispetto allo scorso anno. Molto bene anche l'affaccio mediterraneo dell'Egitto, come Marsa Matrouh, che «ha un rapporto qualità-prezzo accattivante, si raggiunge in tre ore di volo al massimo, ha il sole tutto l'anno ed è sicuro», spiega Stefano Pompili, direttore generale Veratour. «L'Egitto è ripartito, dopo una battuta d'arresto di tre-quattro anni. Dal nostro osservatorio abbiamo notato che dal 2012 al 2016

ha avuto un crollo del 97%, mentre tra il 2017-2018 sono stati quasi recuperati i volumi pre-crisi». Oscillazioni importanti anche per la Tunisia, nonostante non abbia ancora l'appeal dell'Egitto. «Qui siamo lontani dai volumi del 2011, ma sicuramente la situazione è migliorata». Perché? Il fattore sicurezza gioca un ruolo importante: «A distanza di tempo, se non si aggiungono altri fatti di cronaca, l'italiano dimentica», prosegue Pompili. E torna a passare le vacanze dove è più conveniente. Proseguono positivamente anche i classici europei: Grecia e Italia sono stabili rispetto al 2018, mentre in Spagna i villaggi Veratour alle Baleari e alle Canarie risentono degli aumenti dei prezzi degli ultimi anni, perdendo l'8% in termini di presenze. «La Spagna soffre anche per una politica commerciale degli albergatori locali che hanno aumentato un po' i prezzi durante la decrescita del Nord Africa». In ogni caso «i viaggiatori italiani hanno ritrovato un ap-

proccio più aperto nei confronti delle mete estere, anche se Sardegna, Puglia, Calabria e Sicilia restano comunque apprezzate. Così come le isole greche». I dati di Veratour parlano di una Sardegna che non rallenta e di Calabria, Sicilia e Puglia in leggero calo. Negli anni del rallentamento di Egitto e Tunisia ha invece avuto performance migliori il lungo raggio, sebbene sia una scelta più tipicamente invernale, vissuta (da chi po' permetterselo) come una pausa dal freddo. Per il 2019 le previsioni parlano di una preferenza degli italiani per l'Africa orientale rispetto ai Caraibi: Zanzibar, Kenya e Madagascar superano Santo Domingo e Messico, che fatica a ritrovare i fasti del passato. «Il lungo raggio spesso risponde a esigenze specifiche – conclude Pompili – come viaggi di nozze o il desiderio di mete più esotiche, per questo vediamo che una targhetizzazione più accentuata è sicuramente apprezzata».

© RIPRODUZIONE RISERVATA





EDITORIA - EVENTI - SERVIZI DAL 1972 AL SERVIZIO DEL TURISMO PROFESSIONALE

HOME

Ultime notizie

Rubriche

Lavoro

Eventi

Magazine

Focus

AboutHotel

SEARCH



**FEELING ITALIAN**  
PIÙ DI UN LIBRO FOTOGRAFICO



SOSTIENI LA CAMPAGNA  
DI CROWDFUNDING

HOME > Notizie



## Daniele Pompili: "Il tridente Italia-Spagna-Grecia tiene, ma vince il Nord Africa"

28/06/2019 11:46

La partita del Mediterraneo: il general manager della divisione villaggi di **Veratour** scommette sulla Tunisia (e sul leone egiziano) ma non dà per vinto il fronte europeo. Ecco perché



“Il tridente Italia-Spagna-Grecia farà bene a costruire una nuova strategia di attacco se non vuol vedere assottigliarsi ancora di più il vantaggio finora conquistato”. E’ così che **Daniele Pompili, general manager divisione villaggi Veratour**, riassume con una azzeccata metafora calcistica la partita in corso tra le due sponde del Mediterraneo per l’estate 2019.

Su cosa puntare per restare competitivi, quindi? “Spiagge di altissimo livello in un solido contesto storico e culturale. In più i paesi europei che si affacciano sul Mediterraneo sono avanzati e quindi

garantiscono diversi servizi come **collegamenti rapidi e ottime infrastrutture**. Questo scenario li rende estremamente apprezzati, ma è chiaro che **scontano il problema di un prezzo più alto** rispetto alle destinazioni del Nord Africa. In alcuni casi, come in **Spagna**, i prezzi sono cresciuti molto negli ultimi anni, grazie ad annate sicuramente



Email \*

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

Tweets by @GvLive

**GV** Guida Viaggi @GvLive

Con il sì del Senato, il **#DecretoCrescita** è legge ed introduce il codice identificativo affitti brevi. In una nota Confindustria Alberghi plaude alla misura approvata [bit.ly/2Z05AbW](https://bit.ly/2Z05AbW)

positive”.

**Egitto e Tunisia** hanno secondo il manager “compreso da anni le **potenzialità del turismo internazionale**, e stanno lavorando alacremente per **sopperire alle carenze infrastrutturali** che hanno nei confronti dell’Europa”. Un altro fattore in favore del Nord Africa è che “gode di una **stagionalità più lunga**, per il Mar Rosso questo vantaggio è ancora più accentuato; sempre a proposito del Mar Rosso, impossibile non menzionare la barriera corallina e prima ancora un clima temperato, capace di garantire l’estate tutto l’anno”.

“Come **Veratour** - racconta Pompili - già quest’estate abbiamo monitorato una brillante crescita del Nord Africa: **l’Egitto ha raddoppiato i volumi, la Tunisia ha realizzato un +140%**. A farne le spese per ora è stata soprattutto la Spagna, che ha visto un calo dell’8%. Come tour operator è chiaro che questi dati sono influenzati dagli investimenti: abbiamo aperto **due strutture in Egitto** - il Veraclub Utopia a Marsa Alam e il Veraresort Sunrise Montemare a Sharm el Sheikh - e **due in Tunisia**, i Veraclub Kelibia beach e Iliade a Djerba. Questo ha sicuramente contribuito ad aumentare i volumi, ma le nostre scelte seguono le tendenze generali e la richiesta verso l’area nordafricana è in forte crescita da almeno tre anni. Abbiamo anche investito in Europa con il **Veraresort Aldemar Royal Mare a Creta e Falconara in Sicilia**: stanno facendo dei buoni risultati, ma non sono paragonabili con Egitto e Tunisia”.

Quanto alle possibilità sul tavolo per il futuro prossimo, il manager spiega che “in questo momento per **Veratour** **l’interesse principale nel corto e medio raggio è verso le destinazioni più tradizionali** come Italia, Grecia, Spagna, Egitto e Tunisia. Per il lungo raggio pensiamo che **i Caraibi possano ancora dare qualche spunto**, focalizzandosi su mete particolari e non scontate. Nel panorama mondiale e soprattutto nel contesto europeo sono tanti i paesi che cercano di attrarre turismo e investimenti. **Croazia e Albania**, per esempio, stanno cercando una loro collocazione, però scontano una mancanza fondamentale in termini di infrastrutture e collegamenti, spesso a causa di una geografia complicata. Resto dunque convinto che **il prossimo futuro sarà ancora appannaggio del Nord Africa, Tunisia in particolare**”.

*L’intervista completa sarà pubblicata sul numero 1575 di GV*



[Guarda tutte ▶](#)

**TAGS**

**Veratour** Daniele Pompili

**QUESTO ARTICOLO MI FA SENTIRE**



**Leggi gli approfondimenti sul nostro magazine**



Sottoscrivì l’abbonamento al magazine cartaceo

**Video Rubriche&Approfondimenti**

- Interviste**



Rodolfo Giampieri, presidente Central Adriatic Ports Authori...
- Interviste**



Francesco di Cesare, presidente Risposte Turismo **GUARDA**
- Interviste**



Aljoša Ota, direttore dell’ente del turismo sloveno **GUARDA**
- Interviste**



Nick Pilbeam, divisional director Reed Travel Exhibitions **GUARDA**



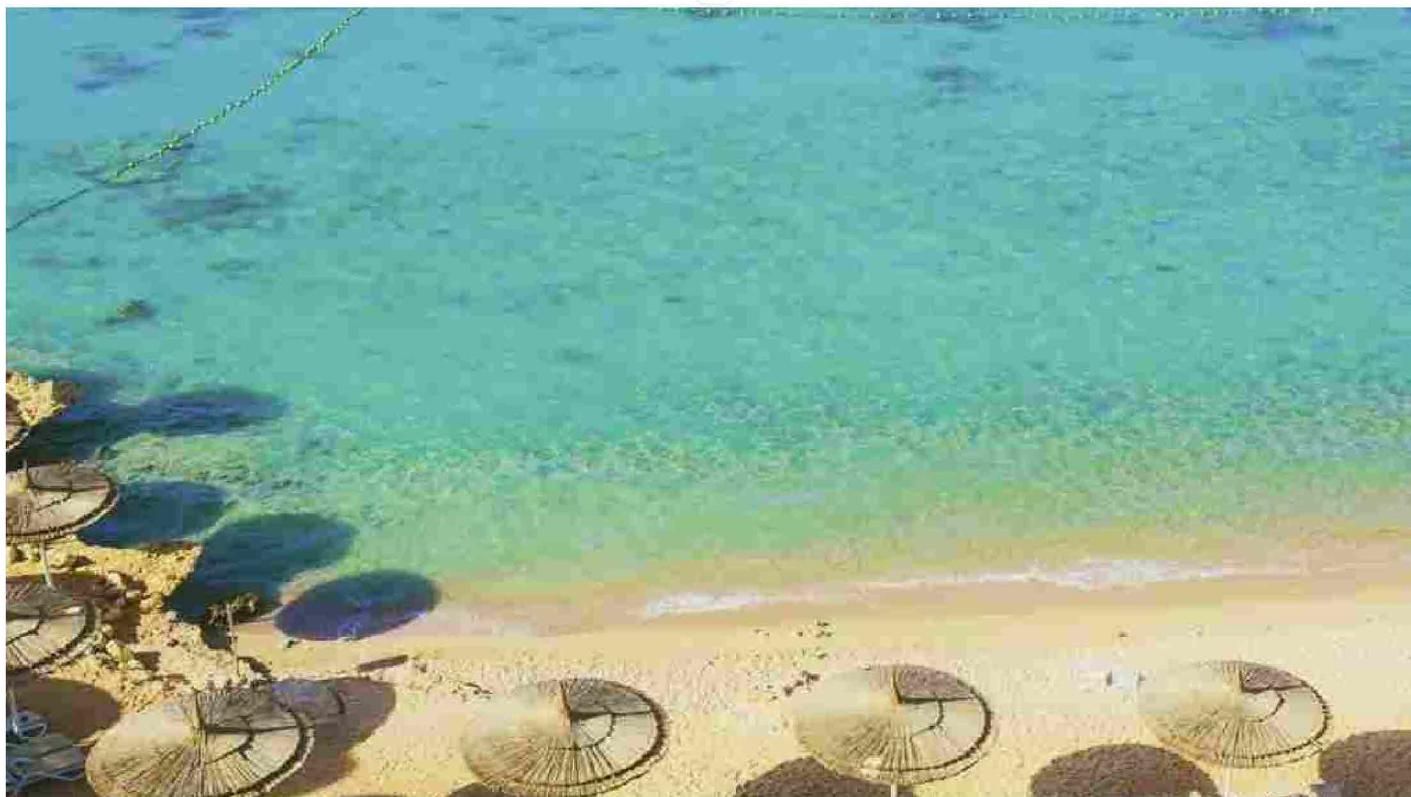
La Sagrada Familia di Barcellona ottiene i permessi di costruzione dopo 137 anni

A Dallas per rivivere gli ultimi istanti di Kennedy. E visitare la Library di George W. ...

Arriva lo scanner 3D, niente più code agli imbarchi in aeroporto

Un masso di sei tonnellate di un lago cinese. Ecco l'insolito regalo ricevuto da un museo in Texas

Tre giorni a Vienna? Ecco cosa non dovete assolutamente perdere



## Veratour, nel 2019 torna il Nord Africa

È quanto emerge dai dati del Centro Studi del Tour operator sulle scelte degli italiani per l'estate. Grecia e Italia sono in linea con l'anno scorso mentre la Spagna è in calo

CONDIVIDI



SCOPRI TOP NEWS



TEMPI MODERNI

Lang Lang: "Musica classica o pop? La differenza la fanno le persone. Conta la gioia di suonare"

SANDRO CAPPELLETTI

Cecchi Gori, una vita in Sorpasso: "Sto nella casa che i miei comprarono col film. Sono un eterno figlio, il cinema è famiglia"

FULVIA CAPRARA

Nord Africa in cima alle preferenze, Grecia e Italia in linea con l'anno scorso e Spagna in calo. È in sintesi il dato che emerge sulle scelte degli italiani per l'estate 2019 stando ai dati raccolti dal Centro Studi **Veratour** che ha il 65% del prodotto estivo già esaurito. Continua ad affascinare l'Egitto, in particolare il Mar Rosso egiziano, con Sharm el Sheikh e Marsa Alam che raddoppiano i volumi rispetto al 2018. A queste mete si aggiungono le destinazioni alternative

Publicato il 08/06/2019  
Ultima modifica il 08/06/2019 alle ore 11:39

del Nord dell'Egitto, come Marsa Matrouh che affaccia sul Mediterraneo, già vicine al tutto esaurito per giugno e con ottimi dati su luglio e agosto.

Molto bene anche la Tunisia che, nel caso di **Veratour**, vanta l'apertura di due nuove strutture a Djerba e a Kelibia: nel 2019 per il tour operator questa destinazione è vicino a un +140% di affluenze. Le più tradizionali destinazioni europee reggono con Grecia e Italia stabili rispetto allo scorso anno, mentre la Spagna risente degli aumenti dei prezzi degli ultimi anni perdendo l'8% in termini di presenze.

Le notizie più importanti della settimana e non solo. **Scopri Top10** e *La cucina de La Stampa*

«I viaggiatori italiani hanno ritrovato un approccio più aperto nei confronti delle mete estere - spiega Stefano Pompili direttore generale **Veratour**, leader nel segmento Villaggi Vacanze - Sardegna, Puglia, Calabria e Sicilia restano comunque apprezzate al pari delle isole greche. Tuttavia l'ottimo rapporto qualità prezzo ha portato molti a scegliere il Nord Africa o ha avvicinato al viaggio estivo una fascia di clienti che negli anni scorsi ha rinunciato alla vacanza».

Sul lungo raggio la preferenza degli italiani è prevalentemente rivolta verso l'Africa orientale rispetto ai Caraibi: Zanzibar, Kenya e Madagascar superano Santo Domingo e Messico. «Il lungo raggio spesso risponde a esigenze specifiche - conclude Stefano Pompili - come viaggi di nozze o il desiderio di mete più esotiche, per questo vediamo che una targhettizzazione più accentuata è sicuramente apprezzata: i villaggi riservati a clienti sopra i 18 anni per esempio sono tra i primi a raggiungere il tutto esaurito».

Ad oggi **Veratour** può contare su un'offerta di 40 strutture che diffondono il Made in Italy negli angoli più belli del mondo. «Il marchio **Veratour** è sinonimo di qualità e affidabilità per milioni di persone e grazie a queste campagne raggiungeremo tantissime altre famiglie italiane - aggiunge il direttore generale **Veratour** - con i Veraclub portiamo il meglio del Made in Italy nel mondo grazie ai driver di cucina, animazione e assistenza e ne siamo orgogliosi. Continuiamo a crescere e a battere i nostri record, questi per noi sono anni importanti, andremo avanti rispettando i nostri valori e la nostra identità».

 BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

Taboola Feed

## Sponsorizzato



## Nuove idee per ripulire fiumi e mari dalla plastica

CARMELA CIOFFI



Da Harry Potter a Mattia Pascal: viaggi in treno da romanzo



10 imperdibili mete italiane dove il benessere è assicurato



I 10 acquedotti romani più antichi del mondo

**PAOLA TURCI: SU RADIO ITALIA L'ESIBIZIONE LIVE AL VERA CLUB KELIBIA BEACH**

Da " Questione di sguardi" a " Fatti bella per te", da " Bambini" a " Viva da morire", Paola Turci presenta i suoi successi al Veraclub Kelibia Beach , in Tunisia. La cantante è la protagonista dell'esibizione live in esclusiva che andrà in onda questa sera ( martedì 4 giugno ), dalle ore 21.00 , su Radio Italia solomusicaitaliana .

" Sarà un concerto in acustico, alternato ad alcune canzoni più energiche, suonato prevalentemente da sola con la chitarra", ha anticipato Paola alla nostra Daniela Cappelletti, poche ore prima di salire sul palco. " Mi piace gestirmi autonomamente. Mi fa fare davvero quello che mi piace".

L'artista, ritratta in alto da Perla Hasanaj, porta tutto il suo fascino e la sua femminilità per la prima volta in Tunisia e, in questa occasione, esattamente al Veraclub Kelibia Beach che è stato appena inaugurato . Ma qual è il suo segreto di bellezza ? " Non guardarsi allo specchio e immaginarsi molto carine", dice a tutte le donne la cantante, nel pieno della preparazione del suo prossimo tour dopo le anteprime dal vivo a Milano e a Roma .

Visualizza questo post su Instagram

Paola Turci ha portato la sua musica al Veraclub Kelibia Beach di **Veratour** Spa. Il 4 Giugno alle 21:00 su Radio Italia e [www.radioitalia.it/player](http://www.radioitalia.it/player) potrete ascoltare il suo concerto tunisino!

Un post condiviso da Radio Italia (@radioitalia) in data: 4 Giu 2019 alle ore 4:12 PDT

Durante lo speciale live , Paola Turci proporrà i brani più famosi della sua carriera, ma anche i singoli del nuovo album " Viva da morire", che in questo 2019 le ha regalato grandi soddisfazioni : " Sono contenta, sorpresa e stupita. Mi piace sentire il bene e l'affetto intorno, mi piace quando la gente mi ferma per dirmi che apprezza le mie canzoni e mi segue", ha commentato .

Ci sarà anche spazio, alla fine dell'esibizione, per una sorpresa a tutto il villaggio e agli ascoltatori di Radio Italia , che è sempre nel cuore di Paola Turci: " Radio Italia solomusicaitaliana è davvero un'amica che c'è sempre", ci tiene a specificare l'artista.

Paola tornerà dal vivo tra poche settimane, il prossimo 29 giugno , al Foro Italico di Palermo per RADIO ITALIA LIVE - IL CONCERTO , un appuntamento che, dopo il successo in Piazza Duomo a Milano, si preannuncia già incredibile . Quindi, la cantante si concentrerà sul " Viva da morire Tour" al via in autunno nei teatri italiani .

Dopo aver riempito il Veraclub Kelibia Beach in Tunisia, la grande musica di Radio Italia è sbarcata in Sardegna : per tutta la settimana, i nostri Marco Maccarini e Marina Minetti saranno infatti al Veraclub Suneva Wellness & Golf .

Autore:

Andrea Basso

04-06-2019 © RIPRODUZIONE RISERVATA

[ PAOLA TURCI: SU RADIO ITALIA L'ESIBIZIONE LIVE AL VERA CLUB KELIBIA BEACH ]