

Primapagina

**Italia&Turismo,
ecco il plafond
creditizio per le Pmi**

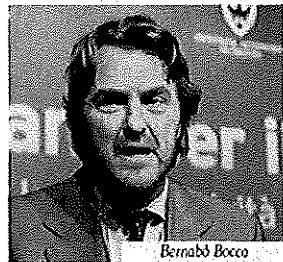
Accordo Banche-Governo per un plafond creditizio da 1 miliardo e 600 milioni per le piccole e medie imprese turistiche impegnate nel ricettivo

di Giuseppe Focone

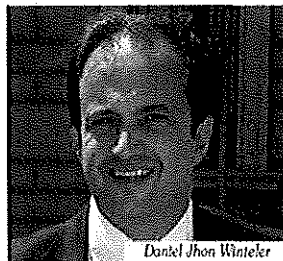
Il Governo Berlusconi mette a segno il secondo punto nel piano di rilancio del turismo italiano: dopo il ritorno dell'agognato Ministero del Turismo ecco il lancio del Progetto "Italia&Turismo, che prevede un plafond creditizio di 1 miliardo e 600 milioni di euro, "realmente ed immediatamente disponibili", per le piccole e medie imprese ricettive. Entusiasta il premier Silvio Berlusconi: "Si tratta di un progetto senza precedenti per la sua specificità, per il livello di credito raggiunto, per l'eccezionalità delle condizioni applicate e per il numero di gruppi bancari coinvolti, Intesa San Paolo, Unicredit, Banca Popolare, Banca Popolare Milano, Banca Popolare Sondrio per un totale di 14.621 sportelli coinvolti". I beneficiari dell'accordo tra governo e banche sono le imprese del settore turistico ricettivo per investimenti di riqualificazione, valorizzazione commerciale e rinnovamenti di macchinari ed impianti. "L'importo finanziabile - ha proseguito Berlusconi - raggiunge massimi che arrivano, per alcune convenzioni, a 500.000 euro per le operazioni chirurgiche e 2 milioni di euro per quelle ipotecarie o ad un valore pari all'80% del programma di investimenti da realizzare, iva inclusa, senza alcun limite di importo massimo". E' il primo passo del nuovo Ministero, che con questa mossa punta a raddoppiare il contributo al Pil del turismo



Silvio Berlusconi



Bernabè Bocca



Daniel Jhon Winterer

italiano, attualmente pari all'11%, nei prossimi 4 anni: "Il Progetto 'Italia&Turismo' vuole

essere una risposta concreta - ha chiesto il premier - ad un momento di difficoltà, dove da più parti si denuncia una perdurante limitazione all'accesso al credito da parte delle micro e piccole imprese, con le rilevazioni di Banca d'Italia che segnalano un aumento medio nazionale di quasi il 300% dei dinieghi alle richieste di finanziamento". Condizioni di servizio applicate dalle imprese bancarie partecipanti estremamente innovative ed interessanti: non riguardano solo le condizioni economiche del credito (tasso RIBS e Euribor 1/3/6 mesi base 360, maggiorato di uno spread che, in ogni caso partirà da 1,0 punti percentuali mentre lo spread massimo non potrà superare il 2,5%, determinato di volta in volta in relazione alla tipologia di intervento, alla durata e al rating della clientela), ma anche i tempi di risposta ed

CHINASIA
Oltre 20 anni di esperienza
16 itinerari e 40 località
Più di 200 partenze di gruppo
Alberghi di 1a superiore e lusso
Pensione completa
con pasti occidentali
Guide e accompagnatori italiani
Viaggi individuali, di affari,
fiere e congressi

CHINASIA vieta la Cina con:
AIR CHINA, Lufthansa, CATHAY PACIFIC, KLM

CHINASIA
Via Torino 105 - 00187 Roma
Tel. 06 48401000 - Fax 06 48401001
www.chinasia.it
E-mail: info@chinasia.it

evasione delle istruttorie di finanziamento, il supporto operativo allo sviluppo anche commerciale ed altri servizi aggiuntivi a quello centrale creditizio che ciascuna banca ha voluto riservare alle imprese del settore turistico.

**La soddisfazione
delle associazioni**

"Un concreto segnale di attenzione". Così ha definito l'accordo Bernabè Bocca, presidente di Confindustria-Concommercio che "auspicando una immediata erogazione della misura creditizia", ha evidenziato come l'iniziativa "possa rappresentare un primo importante contributo, per rida-



Svizzera.
semplicemente natura.

Le città svizzere: dove cultura e natura convivono in armonia.

svizzera.it
Le città svizzere sono immerse in una natura idilliaca e offrono tutti i vantaggi della città e della campagna. Per saperne di più clicca su svizzera.it oppure chiamaci allo 00800 100 200 30. Saremo lieti di consigliarti.



Sommario

La fotocopertina:
Costa Crociere: battesimo per due.
Costa Pacifica e Costa Luminosa

attualità

4 Costa Crociere: battesimo per due.
Il varo di Costa Pacifica e Costa Luminosa

6 Federviaggio cresce e la progetti

focus mediterraneo

7-10 L'area più rilevante dello scacchiere turistico

tour operator

12 Valtur: la scommessa di Hydra.
Nasce il brand Resort & Spa

Attualità



Claudio Albonetti



Maria Concetta Patti

re liquidità alle circa 270 mila imprese che costituiscono il sistema turistico italiano". Parole d'elogio anche da Claudio Albonetti, presidente di Assoturismo-Conferesercenti: "Mi piace sottolineare il fatto che tra le iniziative finanziabili ci sia anche la promozione, a conferma della fondamentale importanza, per le piccole e medie imprese, di farsi conoscere in un mercato globale". Secondo Maria Concetta Patti, presidente Federviaggio Confiturismo, si tratta "di un ottimo inizio" e di una "iniezione di fiducia", cui devono far seguito "misure per tutto il sistema della commercializzazione incaricata di portare l'offerta turistica made in Italy all'attenzione della domanda interna ed internazionale". Daniel John Winteler, presidente di Federturismo, infine, ha ricordato l'importanza dell'accordo per gli oltre due milioni di impiegati tra diretto ed indotto.

Le richieste di Assolbalneari

Massimo apprezzamento anche da parte di Renato Papagni, presidente di Assobalneari, Confindustria, che in una lettera al ministro Brambilla ha chiesto che "l'accesso al plafond messo a disposizione dal Governo possa essere allargato a tutte, proprio tutte le forme di ospitalità turistica". Compresa quella balneari: "Siamo sempre più convinti della necessità di ampliare la definizione di "ricettività" ad un'accoglienza intesa non solo come camera d'albergo, dove si trascorre peraltro, quasi esclusivamente, l'intervallo della notte, bensì anche come spazi comuni dedicati al relax, allo sport, al divertimento, come luoghi adibiti alla ristorazione, andando a contemplare insomma aree attrezzate ad ospitare persone anche durante il giorno, spesso per tante ore continuative. Alla luce di tale accezione - continua Papagni - vediamo come anche gli impianti balneari, in particolare durante la stagione estiva, diventino strutture ricettive a tutti gli effetti". La palla passa ora al ministro. ■

Costa Luminosa e Pacifica: un battesimo per due

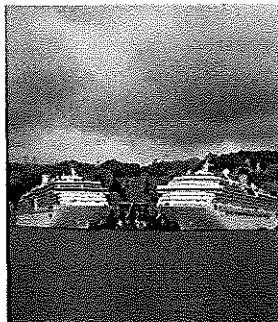
Testo e foto di Paolo Cassani

Si chiamano Costa Luminosa e Costa Pacifica la 13ª e 14ª nave di Costa Crociere, battezzate in contemporanea nel Porto di Genova il 5 giugno scorso con un evento certificato dal Guinness dei Primati. È la prima volta che due navi costruite per lo stesso armatore e dallo stesso cantiere vengono inaugurate insieme, e con un grande spettacolo che ha visto l'esibizione della Pattuglia acrobatica dell'Aeronautica Militare, ammirata da tutta la città. A seguire una cena di gala orchestrata dagli chef "stellati" Ettore Bocella del Grand Hotel Villa Serbelloni di Bellagio e Pino Cuttaia del Ristorante La Madia di Licata, e per finire lo spettacolo musicale "Ritratto italiano di musica e luce", che ha visto sul palco, presentati da Ilaria D'Amico, grandi professionisti come Mauro Pagani, fondatore della PFM, collaboratore di De André e creatore della "colonna sonora" di Costa Pacifica, la "nave della musica". E ancora le cantanti Noa e Giorgia, fino al culmine dell'emozionante cerimonia di battesimo. Madrina di Costa Luminosa la pluricampionessa di fioretto Valentina Vezzali, di Costa Pacifica la cantante israeliana Noa. "Abbiamo scelto due donne brave, oltreché belle - ha commentato Luigi Foschi, presidente e amministratore delegato di Costa Crociere - Valentina Vezzali, diventata quella che è grazie a un duro lavoro preparatorio, come quello necessario per la costruzione di una nave, e Noa, fortemente impegnata per la pace nel suo paese e per questo scelta come madrina di Costa Pacifica, che non significa Oceano Pacifico, bensì peaceful". Alla kermesse hanno assistito oltre 4.000 persone, di cui circa la metà crocieristi di Costa Luminosa: ed è stata la prima volta che i passeggeri imbarcati hanno partecipato ad un evento inaugurale.

Le protagoniste: musica e luce

Costa Pacifica, 114.500 tonnellate di stazza lorda per un massimo di 3.780 passeggeri, è la nuova ammiraglia della flotta Costa nonché la più grande nave da crociera italiana. Ma essendo gemella di Costa Concordia e Costa Serena, sa un po' di "deja vu", mantenendo le stesse volumetrie e disposizioni interne pur distinguendosi dalle altre per il suo tema conduttore, la musica, che la caratterizza fortemente.

Costa Luminosa è leggermente più piccola, 92.600 tonnellate e una capacità massima di 2.826 ospiti, anche se la sua lunghezza di 294 m supera appena di 4 m quella di Costa Pacifica. È un nuovo progetto, che riprende un po' il format di Costa At-



lantica e Mediterranea, rendendola esteriormente meno gradevole, ma con la più alta percentuale di cabine con balcone. Dalle stesse navi riprende anche una più razionale e comoda disposizione degli spazi interni, con tutti i principali locali pubblici allineati su uno stesso ponte, senza obbligarle a illogici saliscendi. Costa Luminosa ha dunque tutti i principali luoghi di incontro sui ponti 2 e 3, inclusa, su quest'ultimo, una suggestiva galleria di negozi. Quanto ai ponti piscina esterni quello centrale, molto ampio, è copribile, non però quello posteriore, a vantaggio però della sua panoramicità e ampiezza. E' detta "la nave della luce", con 120 lampadari in vetro di Murano ed ampio uso della tecnologia LED e racchiude in sé ben 288 opere d'arte a cominciare dalla monumentale scultura in bronzo "Donna sdraiata 2004" di Fernando Botero esposta nell'atrio. Sotto il profilo ambientale è la prima nave italiana predisposta per il "cold ironing", ovvero il sistema che le permette, se attraccata in porto, di ricevere la corrente da terra tenendo fermi i propri gruppi elettrogeni, contribuendo così al disinquinamento delle città. Per Costa dunque 14 unità con un'offerta massima di 36.000 posti in attesa di altre 3 navi: Costa Deliziosa, gemella di Luminosa, pronta a gennaio 2010, più due unità della stessa classe di Concordia, Serena e Pacifica, che saranno consegnate entro il 2012, per i cui nomi è attivo un sondaggio presso la clientela, per tramite delle adv, che ha sinora portato a 1500 coppie di nomi che devono essere esaminati. In totale 17 navi per una capacità massima complessiva di 46.400 passeggeri

Strategie per fare numeri

Ma come fare per riempire tutte queste navi? Abbiamo rivolto questa domanda ad Andrea Tavella e a Renata Rizzo, rispettivamente direttore commerciale e responsabile marketing per l'Italia di Costa Crociere. "Oltre al nostro segmento tradizionalmente forte dei viaggi di nozze - afferma Tavella - un target in crescita è quello delle famiglie con bambini e ragazzi, per i quali la nave è un'icona indimenticabile. Puntiamo molto sui giovani, con piani tariffari sempre più interessanti". Questa politica è confermata anche dagli accessori a bordo delle nuove navi, come le playstation e il simulatore di Gran Premio. O come il tema della musica su Costa Pacifica, che accompagna tutte le fasce di età. Senza dimenticare i centri benessere, oggi frequentati sia da giovani che meno giovani, tanto che entrambe le navi posseggono una Samsara Spa, di 3.500 m2 su Luminosa e di ben 6.000 m2 su Pacifica con cabine ad accesso diretto. "Poi - aggiunge Tavella - occorre trovare itinerari e destinazioni sempre innovativi puntando su tutti i target, poiché ci sono milioni di italiani che non hanno mai fatto una crociera". Per fare i numeri ci vogliono strategie ben precise, che partono dall'osservazione attenta di ciò che ci circonda - incalza Renata Rizzo, citando per prima l'esigenza, quando si è in vacanza, di sentirsi coccolati, al centro dell'attenzione, come l'essere magari chiamati per nome, cosa che fa effetto sul cliente. Oppure quella del raggiungimento del porto di imbarco, che deve essere facilitato. "Poi ci vogliono formule tariffarie che non penalizzino ad esempio le famiglie con bambini - prosegue Rizzo - ma anche dare analoghe possibilità a genitori single con bambini al seguito, chiedendo ad esempio un supplemento di soli 250 euro a settimana per ogni bambino. Anche per i single senza figli stiamo studiando una formula commerciale semplice, ma nel frattempo il supplemento cabina singola scenderà al 30% già dal prossimo anno". Per gli agenti di viaggi si punta molto su internet. Ad internet è rivolta la campagna di incentivazione alle adv delle 50 "C.Vespa", riservata alla crescita di prenotazioni con il sito Costaclick esclusivo per il trade. "Le adv hanno bisogno di servizi ottimi, a bordo e a terra - conclude Tavella - di clienti soddisfatti che non tornino a lamentarsi in agenzia e di rapporti commerciali trasparenti e rapidi, così che possano risparmiare tempo e denaro, e noi lavoriamo in tal senso". Nel piano di sviluppo di Costa ha creduto anche la Banca Europea per gli Investimenti, che le ha accordato un finanziamento triennale di 550 milioni di euro. ■