

Al Gruppo Grimaldi la linea Civitavecchia-Arbatax-Cagliari

Frequenza trisettimanale per il collegamento, previsto per sei mesi

di Nicoletta Somma

“Con l'avvio della nuova linea Civitavecchia-Arbatax-Cagliari dimostriamo nuovamente la nostra vicinanza alle reali istanze del nostro Paese, con particolare riferimento ai passeggeri e alle aziende di trasporto della Sardegna Centro-Meridionale, che ormai da mesi chiedono servizi di trasporto adeguati alle loro esigenze”. Così si è espresso Emanuele Grimaldi, amministratore delegato del Gruppo Grimaldi, a proposito della recente operazione da parte della compagnia partenopea sulla rotta Civitavecchia-Arbatax-Cagliari.

La nuova linea collega con frequenza trisettimanale Civitavecchia con il capoluogo sardo, prevedendo nel porto di Arbatax due scali intermedi in ognuna delle due direzioni. Più precisamente, sono previste partenze da Civitavecchia per Cagliari ogni martedì, giovedì e sabato alle ore 20.00, e da Cagliari per Civitavecchia ogni lunedì, mercoledì e venerdì alle ore 20.00. L'itinerario include, inoltre, partenze dal porto di Arbatax ogni martedì e giovedì (ore 02.00) per Civitavecchia, e il mercoledì e la domenica (ore 06.00) in direzione Cagliari.

“Con i nostri collegamenti facciamo della continuità territoriale non uno slogan ma una realtà, assicurando ai sardi il diritto alla mobilità e creando sempre più possibilità per gli operatori economici dell'isola”, ha aggiunto l'a.d. La compagnia ha iniziato a operare il collegamento per sei mesi, in attesa di un successivo bando ministeriale che punterà ad assicurare la continuità marittima per altri cinque anni. Sulla tratta è impiegato il tra-



Cruise Europa

ghetto ro/pax Catania: può trasportare oltre 2.200 metri

lineari di merci rotabili (automobili, furgoni, camion, se-

mirimorchi, ecc.) e fino a 955 passeggeri. A disposizione di questi ultimi ci sono 93 cabine di varie tipologie (interne, esterne e superior), tutte con aria condizionata e servizi privati, alcune attrezzate per i passeggeri a mobilità ridotta e per gli animali domestici che viaggiano al seguito, ed una sala con poltrone reclinabili. Diversi sono i servizi offerti a bordo, quali ristorante à la carte, self-service, servizio bar h24, negozio, area video game. Le prenotazioni sono aperte fino a marzo.

Blu Hotels: nuovi progetti e aperture per affrontare il post Covid



Sandalia Boutique Hotel

Le aperture per la stagione calda 2022, il debutto del-

l'Hotel Rezia di Bormio nei prossimi mesi, lo “Speciale

Promozioni Inverno” e lo “Speciale Settimana Bianca”, che saranno presentati a Rimini. Blu Hotels affronta il post Covid con nuovi progetti, forte di un'estate positiva. “Abbiamo lavorato molto bene in tutte le strutture, con numeri veramente alti in Puglia e Toscana - racconta Manuela Miraud, events & communication manager -. Buone le presenze in Sicilia e Sardegna, lontane, però, dai numeri del 2019. Anche la montagna ha risposto positivamente quest'anno, con una occupazione equiparabile a quella pre-Covid. Infine, il Lago di Garda è

in grande ripresa grazie al ritorno degli stranieri, soprattutto tedeschi e olandesi. Sarà possibile fare un bilancio definitivo solo a fine ottobre: grazie a un meteo favorevole, le nostre strutture hanno ancora un significativo tasso di occupazione”. Attualmente le strutture, fra hotel e villaggi, sono 31, di cui sei di proprietà e alcune partecipate, come il Blu Salento Village di Sant'Isidoro, in provincia di Lecce, acquisito nel 2018 da Cdp Investimenti Sgr, attraverso il proprio Fondo Investimenti Turismo - Fit.

Gli hotel in proprietà sono il Blu Hotel Brixia a Brescia, il Park Hotel Casimiro a San Felice del Benaco, il Blu Hotel Natura & Spa a Folgaria, il Blu Hotel Senales - Hotel Zirm. “Dal 2020 abbiamo in gestione anche il Bagno Ristorante Marechiaro di Forte dei Marmi - sottolinea Miraud -, una location esclusiva che completa l'offerta di ospitalità del Grand Hotel”. Non mancano le soddisfazioni dal Savona 18 Suites di Milano: “La clientela è soprattutto business - afferma la manager -, ma nel fine settimana abbiamo anche qualche

presenza leisure. È comunque davvero difficile fare un bilancio di questo ultimo anno e mezzo - commenta Miraud -, perché abbiamo avuto lunghi periodi di chiusura. Inoltre, la maggior parte delle persone continua a lavorare per lo più in smart working. Pertanto ci vorrà tempo per tornare ai numeri del 2019 dove, nei periodi di grandi eventi, come il Salone del Mobile o le Settimane della Moda, registravamo il 60-70% e di occupazione”. In attesa del 2022, “anno nel quale speriamo in un ritorno ai volumi ai valori del 2019”, conclude la manager. N.S.

L'equilibrio dell'Austria

“Solamente se si è in grado di soddisfare anche la popolazione locale, si possono avere turisti felici”. Ne è convinto Oskar Hinteregger, direttore Italia di Austria Turismo. E' la sintesi di una strategia che non fa focus solo sui numeri, ma che si indirizza piuttosto sulla proposizione del prodotto e sull'equilibrio che deve sussistere tra abitanti e visitatori, per creare una vacanza che sia davvero in grado di soddi-

sfare il cliente e che si ispiri all'autenticità. Tra i segmenti da continuare a sviluppare “l'enogastronomia - spiega Hinteregger -, gli eventi musicali e la cultura, con Vienna e Salisburgo, il benessere e le spa, il trekking e le diverse opzioni per nuove esperienze sulla neve”. Si tratta di modi per attrarre gli utenti che non possono ancora viaggiare sul lungo raggio, ma che desiderano

spostarsi fuori dai confini nazionali. Tra gli strumenti per promuovere la destinazione anche “clip da 15 secondi per Facebook e Instagram a tema sci e mercatini di Natale - spiega il direttore - che le agenzie di viaggi possono utilizzare sulle loro pagine”. Proprio il rapporto con la distribuzione è al centro di “Vienna Expert Club”, un network globale “basato sull'interazione e il dialogo con i

colleghi a Vienna e non un semplice e-learning, ma quasi un'associazione che oggi conta migliaia di aderenti e che in Italia annovera più di 200 punti vendita”. Nel 2019 l'Austria aveva registrato 153 milioni di pernottamenti: il 37% era appannaggio della Germania, seguita dai Paesi Bassi (6,8%), dalla Svizzera (3,2%); dall'Italia che si era attestata all'1,9%. Nonostante tutto, “l'estate è



Castello di Schoenbrunn, Vienna

andata meglio di come ci si aspettava - sottolinea Hinte-

regger - e questo per noi rappresenta un ottimo dato”. N.S.