

Risultati positivi per la partnership tra il GSA e Una Hotels & Resorts

Lo sviluppo di Same Italy

Oltre 1.000 adv hanno già tratto vantaggio dall'accordo

A sei mesi dall'accordo di collaborazione stipulato da Una Hotels & Resorts, catena alberghiera italiana, con Same Italy, GSA del Gruppo Meridiana, oltre 1.000 adv hanno utilizzato attraverso l'apposito codice Same le proposte del gruppo alberghiero.

«L'accordo di giugno scorso con Una Hotels – spiega **Flavio Ghiringhelli**, dg Same Italy – ha aggiunto il prodotto alberghiero alla nostra offerta di trasporto aereo e servizi turistici, che distribuiamo a una rete capillare di agenzie. Le quali così dispongono di un unico interlocutore per un prodotto sempre più vario e completo».

Dopo l'iscrizione al portale, le agenzie di viaggi ricevono un codice e una password per accedere alle prenotazioni Una Hotels, con una commissione base del 2%, variabile in base a periodi e specifici prodotti,

con periodiche offerte promozionali.

«Le agenzie di viaggi – prosegue Ghiringhelli – possono partecipare gratuitamente a seminari di formazione online e a brevi corsi sulle destinazioni, realizzati in collaborazione con i clienti Same. Sono tutti accessibili dal proprio pc, basta consultare il calendario, sul nostro sito alla sezione

Events, e iscriversi. Il portale sarà sviluppato con nuovi programmi di formazione, e iniziative di fidelizzazione con premi a punti per ogni prenotazione. Same Italy ha un ufficio a Milano ed è presente su tutto il territorio nazionale, isole comprese, con 30 venditori».

Oltre al Gruppo Meridiana – con Meridiana, Eurofly e il t.o. online Wokita



Elena David con Flavio Ghiringhelli

– e a Una Hotels, Same Italy rappresenta e distribuisce *CarAleisure*, in Italia dal 2009, con sede a Roma: il primo broker di autonoleggio leisure con organizzazione e strategia mirata per le adv, disponibile in 125 Paesi con

9.000 punti di noleggio.

Soddisfatta anche **Elena David**, l'ad di Una Hotels & Resorts, del successo della partnership con Same Italy, con la

buona risposta delle adv. Dopo l'apertura a fine novembre dell'*Una Hotel Roma* e l'affiliazione dell'*Una Hotel One* di Siracusa, Una Hotels & Resorts conta 33 strutture in tre linee di prodotto: gli *Hotels*, nelle città

più importanti e strategiche; i *Resorts*, dimore immerse nel verde e dedicate al relax e al benessere; gli *Unaway*, lungo le principali arterie stradali, dedicati anche al business travel.

Tra le proposte di stagione di Una Hotels & Resorts, i soggiorni per San Valentino e, fino alla fine di febbraio, a *Villa Le Maschere* di Barberino di Mugello (FI) e al *Palace* di Catania: qui per tutto l'anno c'è anche un pacchetto di due giorni con escursione alla Riviera dei Ciclopi e a Taormina.

Dorina Landi
www.sameitaly.com

BMT 2010

Debutta il turismo enogastronomico

All'edizione 2010 della *Borsa Mediterranea del Turismo*, in programma a Napoli dal 26 al 28 marzo, un'intera area del salone espositivo sarà dedicata ai viaggi nel segno dell'enogastronomia.



«La nuova sezione – annuncia il presidente della BMT, **Angelo De Negri** – nasce con l'obiettivo di promuovere l'incoming legato allo sviluppo del comparto enogastronomico. Esaltare il ruolo dei turismi locali e dei prodotti turistici territo-

riali è la nuova sfida della BMT 2010».

Nell'area dedicata, i produttori presenteranno ai t.o. italiani e stranieri la loro offerta enologica, per viaggi a tema e pacchetti turistici che comprendono veri e propri percorsi alla riscoperta del gusto e delle tradizioni enogastronomiche. Un calendario di incontri b2b favorirà il confronto diretto tra domanda e offerta, contribuendo a sviluppare un settore in grado di attrarre turisti durante tutto l'anno e che rappresenta uno dei principali fattori di identificazione del nostro Paese all'estero. Cibo e vino come vettore di cultura e tradizioni territoriali, quindi, ma anche come asset strategico per lo sviluppo economico dell'Italia.

In Italia gli *enoturisti*, di età compresa tra i 26 e 45 anni, sono numerosi ed è in continua crescita la schiera di appassionati che scelgono i territori del vino. La vacanza enogastronomica non solo è sempre più richiesta, ma costituisce per gli operatori turistici un valido strumento sul quale investire.

www.bmtnapoli.com

Egitto - Mar Rosso




Vacanze in linea

www.phoneandgo.it/adv

Centro prenotazioni 05737777