

## **2003: UN ANNO POSITIVO. A COLLOQUIO CON MARTIN RUIZ, DIRETTORE RIVIERA MAYA RIVIERA MAYA LA PIU' AMATA DAGLI ITALIANI**

**Mare, storia, archeologia, ecoturismo, gastronomia. Sono gli ingredienti per una classica bella vacanza. In Riviera Maya, naturalmente, che sarà presente alla BIT di Milano, e precisamente al Padiglione 9/1 stand B20. "Riviera Maya è una destinazione con molti punti di forza proprio grazie alla sua posizione turistica privilegiata -esordisce così Martin Ruiz, Direttore del Fideicomiso della Riviera Maya che ha sede a Playa del Carmen-. E' un gateway naturale per visitare una delle più belle aree archeologiche al mondo, ed è una porta di ingresso al Messico, grazie ai numerosi voli internazionali e intercontinentali. Non a caso la Riviera Maya gode di un equilibrio di mercato davvero unico: il 50% dei turisti è rappresentato dal continente nordamericano (Canada, Stati Uniti e naturalmente Messico) mentre il restante 50% proviene dall'Europa. Una situazione privilegiata perché fa sì che la Riviera Maya non dipenda da un mercato, ma da un mix di mercati. Con una differenza: i turisti europei fanno vacanze più lunghe del nord America. Infatti, mentre il mercato nordamericano pernotta in media 4 notti, quello europeo 8. Abbiamo risentito, come tutti, di una crisi soprattutto nel 2002, ma nel 2003 c'è stata una ripresa e soprattutto una sorpresa, rappresentata proprio dal mercato italiano e da quello spagnolo che sono cresciuti enormemente. Il mercato italiano è al 4° posto ed è il primo mercato europeo, mentre la Spagna è al quinto posto. Gli italiani che scelgono la Riviera Maya sono soprattutto famiglie con bambini e coppie da 30 anni in su. Per il 2004 contiamo di consolidare il mercato europeo attraverso operazioni di marketing e rivolte al trade e al consumer" conclude Martin Ruiz. "Il mercato italiano è, tra quelli europei, uno dei più importanti per la Riviera Maya come numero di turisti. Dai dati registrati da gennaio a settembre 2003, occupa il 4° posto, dopo Stati Uniti, Canada e Messico ed è il primo mercato europeo per la destinazione - continua Edda Abbagliati, Responsabile Riviera Maya in Italia -. La crescita è stata costante negli ultimi anni: nel 2000 gli italiani che hanno visitato la Riviera Maya sono stati**

**126.957; nel 2001, a causa della situazione internazionale precaria verificatasi a seguito degli attentati alle Torri Gemelle, gli italiani sono scesi a 87.584, con un decremento del 31,01%. Tuttavia, nel 2002, i turisti italiani sono stati 100.704 (+5,61%). Nel 2003, da gennaio a dicembre sono stati 161.560. La destinazione è vincente per molti motivi: le ottime frequenze aeree dall'Italia e dall'Europa e l'ampia tipologia dell'offerta alberghiera che spazia dai 5 stelle ai residence passando per i 4, 3, 2 stelle e per strutture come le cabañas e villas. Alla fine del 2003, la Riviera Maya disponeva di 22.622 posti letto. Nel 2004 sono previsti 24.100.**

**Infolink: [www.rivieramaya.com](http://www.rivieramaya.com)**

### **SWISS PRONTA ALL' IMBARCO PER LA BORSA INTERNAZIONALE DEL TURISMO: A MILANO DAL 14 AL 17 FEBBRAIO**

**Swiss International Air Lines, la Compagnia di bandiera elvetica, non mancherà l'appuntamento con la BIT, fiera multitarget dal trade al viaggiatore, e sarà presente allo stand di Svizzera Turismo. La BIT, fiera internazionale dell'industria dell'ospitalità, è pronta ad 'imbarcare' operatori professionali e turisti interessati, in vista del decollo annuale fissato per il 14 febbraio da Milano. Swiss International Air Lines anche quest'anno ha deciso di essere presente a questa importante manifestazione, ancora una volta allo stand di Svizzera Turismo, postazione preferenziale guadagnata grazie ad una stretta collaborazione con l'Ente elvetico. Durante la Borsa Internazionale del Turismo, SWISS metterà in vetrina le iniziative in atto e i progetti in cantiere: innanzitutto il rilancio di Swiss Profit, programma di incentivazione studiato per raggiungere in modo capillare tutte le piccole e medie aziende, offrendo un prodotto che garantisce consistenti risparmi, sempre in collaborazione con le agenzie di viaggio. E mentre strizza l'occhio alle aziende, la Compagnia tende una mano a tutti i passeggeri, abituali e non, invitandoli a fare i bagagli e partire entro il 27 marzo, data termine della promozione 'chi vuole risparmiare, fa le valige' relativa a rotte europee e intercontinentali. E per volare sempre più in alto, SWISS ribadisce il rinnovo della propria flotta a lungo raggio con l'introduzione, a partire dall'estate scorsa, dell'Airbus A340-313 (attualmente 7 in flotta), velivolo confortevole ed ecologico, dalla business class interamente ridisegnata in funzione del massimo comfort. In BIT sarà disponibile un touchscreen che illustrerà le caratteristiche del nuovo aeromobile e porterà i visitatori a bordo della nuova Business Class, per un viaggio virtuale nel comfort assoluto.**

**SWISS in BIT 2004 Padiglione 9/2 Stand A04**

**VENDERE VIAGGI IN ITALIA: DA BOTTEGA A IMPRESA BIT**