

# agenzia di viaggi

il network dell'informazione turistica

**Giornale del 21 Dicembre 2015**

## **L'anno d'oro di City Sightseeing Italy: +20% di passeggeri a bordo dei "bus rossi"**

INCOMING

21-12-2015

NUMERO: Giornale Online



Si chiude in bellezza il 2015 per City Sightseeing, che registra un incremento del 20% nel movimento dei viaggiatori dei suoi oltre cento open bus panoramici che operano in 16 città italiane.

La società guidata da **Fabio Maddii** ha realizzato una serie di importanti novità operative che hanno contribuito a ottimizzare la mobilità turistica nelle principali città d'arte, rendendo vincente la formula **Hop on-Hop off** (Sali-Scendi) che permette ai visitatori di utilizzare gli open bus a proprio piacimento, soffermandosi nei luoghi di maggior interesse delle varie città.

Dopo aver qualificato, all'inizio dell'anno, i servizi su Torino con l'integrazione degli **shuttle bus per lo shopping tourism all'Outlet Vicolungo** e i servizi su Milano, fortemente caratterizzati dall'Expo, a settembre sono stati lanciati i **tour a Venezia con i suoi "battelli rossi"**. All'inizio dell'autunno sono stati introdotti, poi, il **tour delle catacombe a Roma** e il **lancio del biglietto unico integrato** che, grazie a un **accordo con l'Atac**, permette ai visitatori della Capitale, soprattutto nel corso del Giubileo Speciale, di beneficiare degli itinerari turistici di City Sightseeing

Roma e dei servizi pubblici (bus e metro) a tariffe speciali.

Sempre in autunno, la società ha promosso al Ttg di Rimini un **progetto incoming** che coinvolge attori come **Alitalia, Trenitalia, Expedia, CoopCulture, Associazione Unesco, Federalberghi, Albatravel** in un'operazione promo-commerciale su internet.

Consolidata anche l'attività del suo **tour operator City Sightseeing Experience** che mira a offrire l'Italia delle eccellenze, con itinerari tematici ad alto valore aggiunto.

Molto forte, infine, l'impegno di City Sightseeing Italy nell'innovazione tecnologica, con il **lancio delle sue App** che permettono al visitatore di organizzare al meglio le visite nelle città italiane, attraverso una vera e propria **guida digitale** in linea con le esigenze del mercato turistico che si sta orientando sempre più verso il segmento del turismo individuale.

«Il 2016 è stato un anno particolare, sia per l'effetto Expo, che per le novità che il nostro gruppo ha introdotto sul mercato italiano – ha dichiarato Maddii – Nel 2016 speriamo di consolidare i risultati ottenuti quest'anno, anche se ci rendiamo conto che, nonostante il Giubileo, il raggiungimento di questo obiettivo non sarà facile per via della situazione internazionale».

Per il prossimo anno sono già in cantiere importanti novità di prodotto, un graduale rinnovamento della flotta con l'introduzione di bus Euro 6 all'insegna del rispetto per l'ambiente e innovative strategie per implementare la presenza nel mercato incoming italiano. La società confermerà anche l'impegno nella solidarietà con la campagna sociale a favore di **“Make your wish”**, onlus che realizza i desideri dei bambini colpiti da gravi malattie.

[www.city-sightseeing.it](http://www.city-sightseeing.it)

- See more at:

[http://www.lagenziadiviaggi.it/notizia\\_standard.php?IDNotizia=182985&IDCategoria=2436#sthash.sCqSmGbY.dpuf](http://www.lagenziadiviaggi.it/notizia_standard.php?IDNotizia=182985&IDCategoria=2436#sthash.sCqSmGbY.dpuf)