



## COMUNICATO STAMPA

# **City Sightseeing Italy chiude il 2015 con un incremento del 20% su scala nazionale ed aggiunge servizi al cliente attraverso lo sviluppo delle collaborazioni e partenariati 'incoming oriented'**

Tempo di consuntivi per City Sightseeing Italy, il noto operatore di open-bus che ha contribuito ad ottimizzare la mobilità turistica nelle principali città italiane a vocazione turistica, attraverso il brand City Sightseeing noto nelle principali capitali europee. Con una flotta di oltre 100 open-bus panoramici e tours turistici giornalieri in 16 città italiane, City Sightseeing Italy chiuderà il 2015 con un incremento del 20% rispetto all'anno precedente.

Nel consuntivo della società guidata dall'ingegner Fabio Maddii, il 2015 è stato caratterizzato da una serie di importanti novità operative che hanno contribuito ad ottimizzare la mobilità turistica nelle maggiori città d'arte italiane e consolidare così la propria leadership nel panorama dell'incoming su gomma, rendendo vincente la formula 'Hop on-Hop off' (Saliscendi) 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 ed i servizi su Milano, fortemente caratterizzati dall'evento Expo, nel settembre scorso City Sightseeing Italy ha lanciato i tours a Venezia con i suoi 'battelli rossi'. All'inizio della stagione autunnale è stata poi la volta del nuovo tour delle Catacombe a Roma e del lancio del biglietto unico integrato che, grazie ad un accordo con l'Atac, permette ai visitatori della capitale, soprattutto nel corso del Giubileo Speciale, di utilizzare sia gli itinerari turistici di City Sightseeing Roma che i servizi pubblici (bus e metro) della città a tariffe speciali. Sempre in autunno, la società si è resa promotrice di un primo incontro al Ttg-Incontri di Rimini, con i potenziali partner della filiera turistica per un progetto incoming ad ampio respiro che possa coinvolgere attori come Alitalia, Trenitalia, Expedia, CoopCulture, Associazione Unesco, Federalberghi, Albatravel e altri ancora, in una operazione promo-commerciale su internet che diventi polo di riferimento per i visitatori del paese. Nel contempo City Sightseeing Italy ha consolidato l'attività del suo tour operator Sightseeing Experience che mira ad 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 proprie 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. Per il Presidente di City Sightseeing Italy, ing. Fabio Maddii: *"il 2015 è stato sicuramente un anno particolare sia per l'effetto EXPO, che per le novità che il nostro gruppo ha introdotto sul mercato italiano, nel 2016 speriamo di consolidare i risultati ottenuti nel 2015 anche se ci rendiamo conto che, nonostante il "Giubileo", il raggiungimento di tale obiettivo non sarà facile tenuto conto della situazione internazionale che si sta riflettendo in maniera pesante sul mercato turistico delle città d'arte e di Roma in particolare".*

Per il 2016 City Sightseeing Italy ha 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 propria presenza nel mercato incoming italiano. Inoltre la società riconfermerà l'impegno nella solidarietà con la campagna sociale a favore di "Make-a-wish" Italia la associazione onlus che realizza i desideri dei bambini colpiti da malattie che mettono a rischio la loro sopravvivenza.