

City Sightseeing Italy chiude il 2015 con un incremento del 20%

18 Dicembre 2015, 15.06

[Trasporti](#)



Tempo di consuntivi per City Sightseeing Italy. Con una flotta di oltre 100 open-bus panoramici e tour turistici giornalieri in 16 città italiane, la società guidata da Fabio Maddii chiude il 2015 con un incremento del 20% rispetto all'anno precedente.

L'annata è stata caratterizzata da una serie di importanti novità operative. 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 tour 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 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 City 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.

“Nel 2016 - sottolinea Maddii - 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 your wish”, associazione onlus che realizza i desideri dei bambini colpiti da malattie che mettono a rischio la loro sopravvivenza.