

mercoledì, 20 aprile, 2016

## TurismoInformazioni

Periodico di informazione per il mercato del turismo

- [Trasporti](#)

### Roma: si arricchisce la flotta dei Bus City Sightseeing.

### Tours esperenziali dalle catacombe alla street art

Di Carlo Sacchettoni -

17 aprile 2016



Dai 14 bus dello scorso anno ai 17 e forse 18 della stagione estiva: 8 fermate con la formula Hop On – Hop Off che permettono al visitatore di sostare nei luoghi d'interesse e risalire sui bus costruendosi così il proprio itinerario alla scoperta delle città; frequenza degli open bus di appena 6 minuti; personale di bordo plurilingue; audio-guide con commenti più approfonditi e aggiornati; visitor center per offrire al turista un'assistenza e una gamma di servizi a tutto campo. Sono questi, in sintesi, i punti di forza di City Sightseeing Roma con i quali l'organizzazione dei bus rossi si appresta ad affrontare la primavera e estate 2016.

Nell'epoca della globalizzazione e della



rivoluzione digitale il viaggiatore cerca sempre di più un'esperienza avvolgente e personale: una immersione completa nei luoghi, nella cultura, nella storia della città che intende visitare, spesso nello spazio di un giorno o due. Si chiama "turismo esperienziale" e solo un tour operator ben attrezzato è in grado di soddisfare questa esigenza, rispondendo alla domanda di un viaggiatore curioso ed attivo, del quale occorre interpretare stato d'animo, umore e tendenze. Con questa "policy", entra nel vivo in queste settimane la stagione operativa di City Sightseeing Roma, guidata da Giuseppe Cilia, facente parte del gruppo City Sightseeing Italy, la società italiana presieduta dall'ing.



*Giuseppe Cilia, Fabrizio Maddii, Carlotta Maddii e*

*Roberta Calvanese*

Fabio Maddii, punto di forza del noto brand internazionale, che con i famosi open bus rossi ha potenziati non solo la flotta dei mezzi ma perfezionato e innovato i tours urbani nelle principali città d'arte italiane e nelle capitali europee. Alla presenza dei vertici del gruppo, il management di City Sightseeing Roma ha illustrato alla rete vendita della capitale le strategie ed i prodotti per la stagione 2016: in particolare la politica di fidelizzazione e le prospettive di crescita sul territorio. Importanti accordi di collaborazione sono stati presi con le Istituzioni e gli Enti preposti alla gestione dei siti, come il Colosseo, i Musei Vaticani e la Cappella Sistina.



Sono stati inoltre ottimizzati i tour dedicati alle catacombe ed alla street art della capitale, realizzati in stretta collaborazione con il Comune di Roma. Una politica di partnership che ha reso possibile il lancio, dalla fine del 2015, del biglietto integrato con Atac che permette ai turisti in visita nella capitale di fruire di un unico biglietto-voucher per fruire dei tours sugli open-bus rossi e dei servizi pubblici capitolini (bus e metropolitane). Sono state potenziate inoltre le attività di formazione svolte in collaborazione con alcune importanti università, tra le quali la Luiss. Molti sono infine gli stage allestiti dal gruppo e messi a disposizione di numerosi giovani che intendono intraprendere un percorso professionale nel turismo organizzato.



Con un movimento di oltre 1,5 milioni di viaggiatori certificati lo scorso anno ed un presidio operativo in 14 città italiane, City Sightseeing Italy rappresenta oggi uno degli operatori turistici di prima grandezza nella mobilità dell'incoming italiano di cui City Sightseeing Roma, con una quota-mercato del gruppo pari al 65%, è la punta di diamante. L'offerta incoming di City Sightseeing, anche attraverso la sua divisione di tour operating Sightseeing Experience, si avvale di numerosi visitor-center per la vendita e assistenza, aperti dal gruppo, non solo nei centri urbani ma anche all'interno delle stazioni ferroviarie di Venezia-Santa Lucia e Firenze Santa Maria Novella. Presidi che contribuiscono a consolidare la partnership di City Sightseeing Italy con Trenitalia, grazie alla quale i passeggeri dell'Alta Velocità possono fruire di sconti nei biglietti per gli open-bus. Prosegue, infine, l'impegno nello sport di City Sightseeing Roma con la sponsorizzazione nel basket della squadra di Palestrina che milita nel campionato nazionale di serie B con eccellenti risultati. Obiettivo strategico e ambizioso del Gruppo è infatti quello di creare sinergie proficue per la riqualificazione e l'incremento del livello di competitività dell'offerta turistica di Roma e delle altre città d'arte italiane.