



La destinazione Cuba nella BIT



16 | FITCuba 2025, ci vediamo ancora una volta all'Avana

18 | Hoteles Playa Luxury, nuovo brand Gaviota

24 | Turismo nel 2025: digitalizzazione, personalizzazione ed evoluzione del low cost e del premium



ICONICA

Havana Club



ENJOY RESPONSIBLY

Riepilogo

- 04** La destinazione Cuba nella BIT
- 06** Il patrimonio dell'Italia e dell'Avana nel nuovo itinerario dell'Agenzia di Viaggi San Cristóbal
- 08** Santiago de Cuba, la città dei sei paesaggi. 510 anni di storia e cultura
- 12** Varadero all'orizzonte
- 14** Timbalaye, la rumba si suona e si balla in Italia
- 16** FITCuba 2025, ci vediamo ancora una volta all'Avana
- 18** Hoteles Playa Luxury, nuovo marchio del Gruppo di Turismo Gaviota
- 19** Turismo rurale, di festa a Cuba nel settembre 2025
- 20** "Motivos Cubanacan": un nuovo capitolo del turismo cubano per il mercato italiano
- 22** Sostenibili e anche resilienti. 2025: i Caraibi si concentrano sul futuro del turismo
- 24** Turismo nel 2025: digitalizzazione, personalizzazione ed evoluzione del low cost e del premium
- 26** Turismo accessibile, forza trasformatrice per destinazioni e aziende
- 30** Cuba nella Borsa del Turismo di Lisbona



NOTA EDITORIALE

La Borsa del Turismo di Milano apre sempre un'importante occasione di dialogo con il mercato e con gli operatori del settore turistico. È uno spazio per presentare proposte che rispondono alle esigenze dei viaggiatori e degli attori del settore dei viaggi.

Per questi motivi, da più di due decenni, TTC accompagna questi giorni stimolanti con le sue pubblicazioni.

Il turismo si sta evolvendo verso esperienze personalizzate, tecnologie avanzate e una crescente attenzione alle pratiche ecologiche e socialmente responsabili. Questi e altri argomenti compaiono sulle nostre pagine per entrare in contatto con professionisti e pubblico interessati.

Nel mezzo di questo processo di trasformazione accelerato che punta alla digitalizzazione, all'uso di tecnologie avanzate come l'intelligenza artificiale e i big data, alla sostenibilità e alla responsabilità sociale, con pratiche green che coinvolgono anche le parti interessate, il TTC estende un nuovo invito a immergersi nella destinazione Cuba, la regione dei Caraibi e le sue tante bellezze ed esperienze divertenti.

Saluti e tanti successi

Alfredo Rodríguez
Direttore Generale del TTC



TTC TRAVEL TRADE CARIBBEAN S.R.L. Via Armando Díaz, 10 Gioia del Colle, Bari, Italia
• redaccion@traveltradecaribbean.com • www.traveltradecaribbean.es

Direttore Generale Alfredo Rodríguez • **Direttore Cuba** Mario Ramos • **Capo Redattore e Corrispondente** Daily Pérez Guillén • **Direttore della Tecnologia** Hairo Rodríguez • **Marketing** Amy Cruz • **Graphic Design** Chenyí Cancio Torres / Elisa García Isidrón • **Redattore Web** Rachell Cowan • **Webmaster** Nelson Sánchez • **Social Network** Yoanna Cervera • **Traduzione** Mayte Tiánt • **Contabilità** Yadira Mesa • **Collaboratori** Julio Ginarte / Norys G.Alonso Gutierrez / Vivian Myrie García
Prima Pagina © Elisa García Isidrón

Iscritto al Tribunale di Milano con il numero 166. Proprietà di Travel Trade Caribbean S.R.L. Data di registro nella Camera di Commercio: 01.08.2001. Iscritto al ROC Italia (Registro di Operatori della Comunicazione). Vietata la riproduzione parziale o totale degli articoli senza l'autorizzazione espressa dei suoi autori, i quali conservano tutti i diritti legali e sono responsabili del contenuto degli stessi.

La destinazione Cuba nella BIT

DI DAILY PÉREZ GUILLÉN FOTO ARCHIVIO TTC



L'iconico Cayo Largo del Sur, battezzato paradiso marino, è la meta turistica preferita dal mercato italiano.

“È il momento giusto per dimostrare che Cuba è più che sole e spiaggia: è patrimonio, è storia, cultura e tradizioni, natura, è immersioni e pesca sportiva (...)”

Al via la BIT Fiera del Turismo di Milano, l'evento internazionale più rilevante del Nord Italia per il settore del tempo libero. Nell'ambito delle azioni di promozione della destinazione Cuba, vengono in quella città rappresentanti di catene alberghiere, agenzie di viaggio e compagnie turistiche.

“È il momento giusto per dimostrare che Cuba è più che sole e spiaggia: è patrimonio, è storia, cultura e tradizioni, natura, è immersioni e pesca sportiva; “È il momento giusto per mostrare il turismo in evoluzione”, dice a TTC Yanet Mora, consigliere per il turismo delle Grandi Antille in Italia.

Sebbene negli ultimi anni le emissioni dei viaggiatori provenienti da quella nazione verso l'arcipelago caraibico siano diminuite, soprattutto dopo la crisi sanitaria, nuove azioni cercano di aumentare gli arrivi da un mercato che è sempre stato tra i primi in Europa nella classifica degli arrivi.

“Cerchiamo di diversificare l'offerta, aggiungendo modalità innovative come il turismo architettonico; rendere visibili le tipologie di turismo più richieste sul mercato; incentivare la realizzazione di pacchetti su misura (cd “tailor made”) da parte dei tour operator e delle agenzie di viaggio. Abbiamo anche intensificato le azioni promozionali



“Sebbene gli italiani amano il clima tropicale e le bellissime spiagge di Cuba, tra le loro opzioni di vacanza nell’arcipelago dei Caraibi scelgono anche modalità legate al patrimonio, alla cultura, alla natura, all’avventura e alle esperienze rurali”

dei Caraibi scelgono anche modalità legate al patrimonio, alla cultura, alla natura, all’avventura e alle esperienze rurali.

“Turismo nautico e immersioni; elementi autentici come il tabacco e le sue piantagioni a Pinar del Río; il rum; i suoi ritmi, la sua storia, la sua sicurezza; e soprattutto la gioia dei cubani, sono peculiarità della destinazione per la quale gli italiani la scelgono e tornano”, dice Yanet Mora.

“Città come L’Avana, -conosciuta come un museo a cielo aperto-; Viñales -pieno di meraviglie naturali e culturali-; Varadero, la località più importante dell’isola; Cienfuegos -la Perla del Sud-; Trinidad -una delle città più belle, che mantiene la sua aria coloniale-; Santa Clara -conosciuta come la città del Ché-; Holguín, che custodisce i paesaggi naturali più sorprendenti dell’est del paese-; e l’iconico Cayo Largo del Sur, godono di grande popolarità sul mercato. Ma quest’ultimo è il preferito, da loro battezzato paradiso marino”.

Yanet Mora, consigliere per il turismo delle Grandi Antille in Italia.

nei media, capaci di motivare i potenziali clienti e fidelizzare coloro che già amano Cuba”, Mora elenca tra le principali iniziative per aumentare il flusso turistico nell’Isola.

Nei tour operator e nelle agenzie di viaggio presenti sul mercato, nei nuovi attori che si sono inseriti nella rete di vendita, oltre che nelle compagnie aeree che collegano i due paesi, Cuba trova i suoi principali alleati per incrementare l’afflusso di italiani nell’Isola. “Anche nelle agenzie ricettive e nei nuovi prodotti”, nota la consigliere.

Sebbene gli italiani amano il clima tropicale e le bellissime spiagge di Cuba, tra le loro opzioni di vacanza nell’arcipelago



Il patrimonio dell'Italia e dell'Avana nel nuovo itinerario dell' **Agenzia di Viaggi San Cristóbal**



Secondo le informazioni fornite dall'agenzia specializzata, nel Centro Storico i turisti accedono ad edifici che mostrano tratti dell'architettura rinascimentale italiana e altri che conservano affreschi di pittori di quella nazione europea.

Al di fuori di quella zona della città, i clienti visitano altre proprietà la cui costruzione è stata ispirata a creazioni italiane, altre con opere di pregio al loro interno, nonché monumenti realizzati da maestri italiani.

Il percorso "L'impronta italiana nel patrimonio dell'Avana" sarà disponibile da martedì a sabato in spagnolo, inglese e altre lingue a seconda della disponibilità.

L'Agenzia di Viaggi San Cristóbal fornisce servizi specializzati riguardo il turismo storico e patrimoniale, in corrispondenza con il lavoro dell'Ufficio dello Storico della Città dell'Avana. È l'unico ricettivo nazionale di questo tipo ed estende la sua attività alla Rete delle Città Patrimoniali di tutto il Paese.

DI REDAZIONE DEL TTC FOTO ARCHIVIO TTC

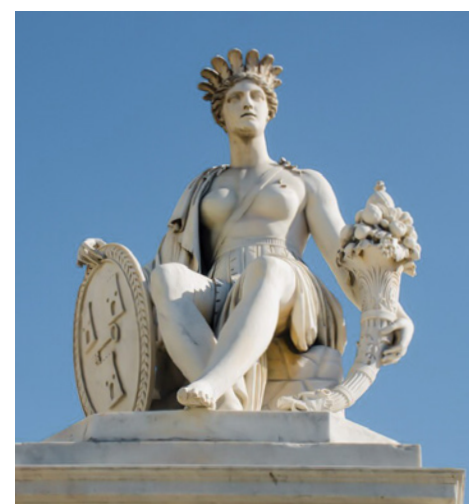
L'Agenzia di Viaggi San Cristóbal ha recentemente annunciato il suo nuovo percorso "L'impronta italiana nel patrimonio dell'Avana" come proposta esclusiva per l'anno 2025.

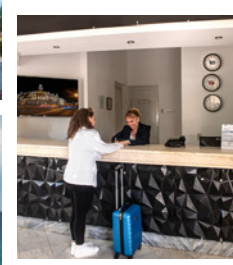
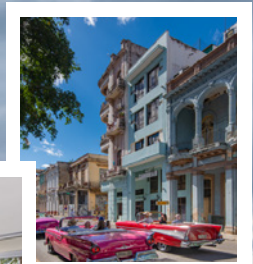
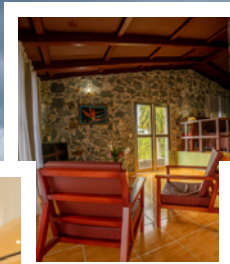
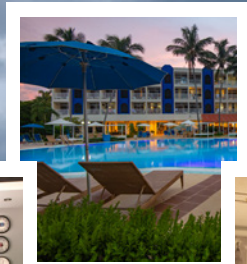
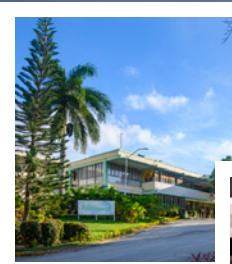
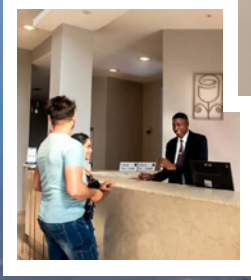
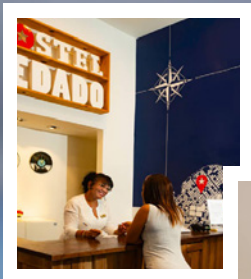
Il tour, della durata stimata di tre ore, "ripercorre l'impronta italiana palpabile nella

scultura, la pittura e l'architettura", condivide con TTC Iliana Artigas, vicepresidente di quell'ente che presto festeggerà tre decenni.

"L'escursione inizia nel Centro Visitatori dell'Avana, situato in Avenida del Puerto, e segue il percorso lungo tutto il litorale dell'Avana, il Centro Storico e il Paseo del Prado e comprende la visita al Campidoglio Nazionale", spiega la dirigente.

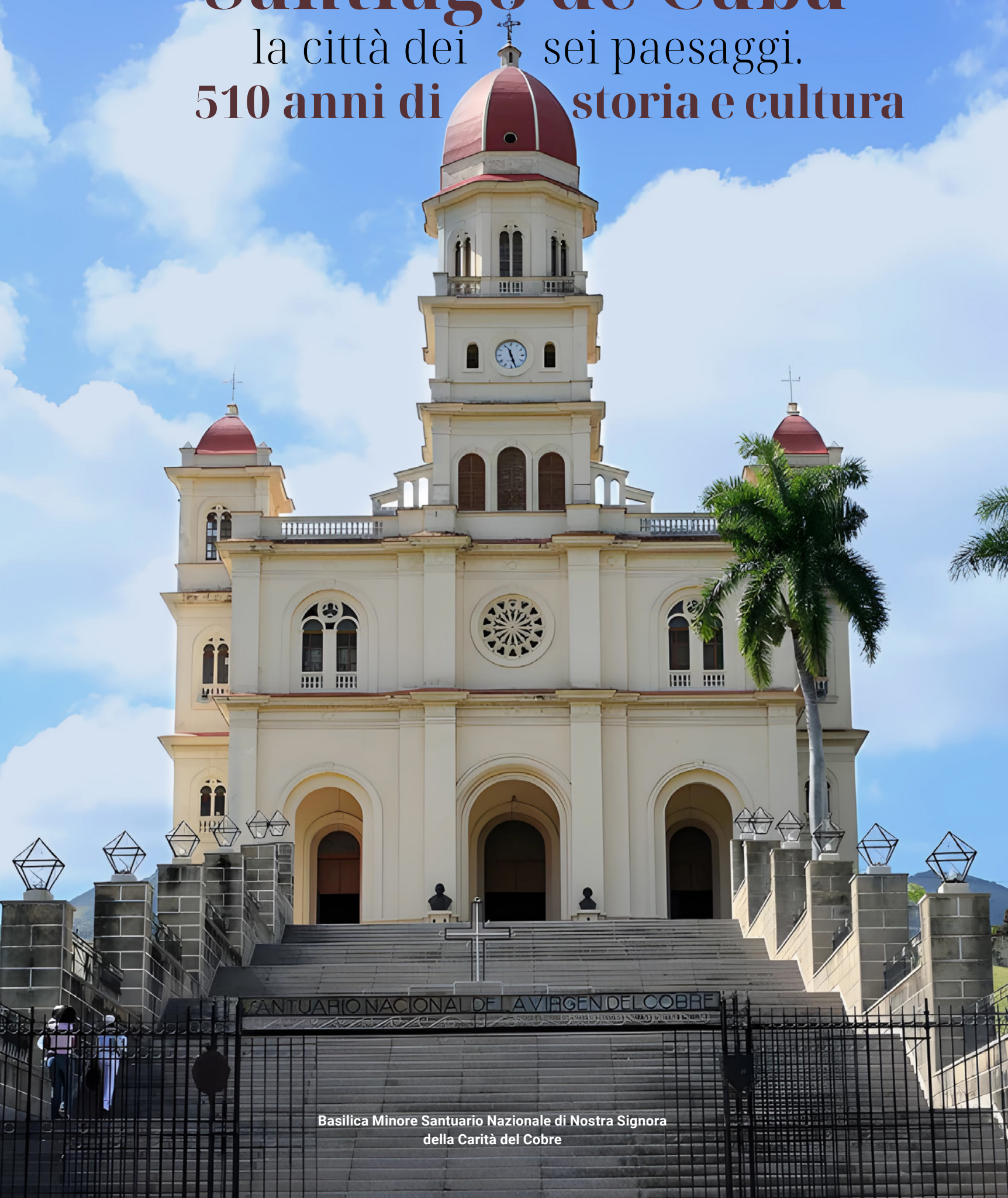
L'Agenzia di Viaggi San Cristóbal ha recentemente annunciato il suo nuovo percorso "L'impronta italiana nel patrimonio dell'Avana" come proposta esclusiva per l'anno 2025





Santiago de Cuba

la città dei sei paesaggi.
510 anni di storia e cultura



Basilica Minore Santuario Nazionale di Nostra Signora
della Carità del Cobre

DI OMAR LÓPEZ RODRÍGUEZ, CONSERVATORE
 DELLA CITTÀ DI SANTIAGO DE CUBA
 FOTO ARCHIVIO TTC

Una volta nata, la città non si ferma, cresce e si sviluppa a seconda delle vicissitudini del tempo; Questo processo latente a tutte le latitudini ha una particolare fertilità nella regione che conosciamo come i Caraibi insulari, dove da più di cinque secoli le migrazioni, l'incontro di culture diverse e il desiderio di appropriarsi dei propri territori da parte di diverse potenze, hanno portato con sé esperienze di sviluppo che si sono manifestate in molteplici modi in ambito politico, economico, sociale e soprattutto culturale.

L'espressione più completa oggi della fruizione e dell'appropriazione del patrimonio sta nell'interpretazione della città e dei suoi dintorni attraverso i suoi paesaggi culturali; una scala che permette il contatto con il territorio e il suo paesaggio legato a ciò che l'uomo crea. In questo caso, proponiamo di avvicinarci alla città di Santiago de Cuba attraverso i sei paesaggi culturali che la identificano e completano la sovrapposizione dei suoi valori patrimoniali: la città storica, il cimitero patrimonio di Santa Ifigenia, il paesaggio associativo El Cobre, il sito archeologico del caffè paesaggio, il sito del Castillo del Morro e i relitti legati ai combattimenti navali della guerra ispano-cubana-nordamericana.

Per comprendere fin dalle origini la presenza ispanica nel continente americano ci sono diversi aspetti; uno di questi viene dalla genesi dei Caraibi ispanici e che porta a Cuba e all'evento storico che vogliamo evidenziare: il 510° anniversario della fondazione della città di Santiago, nell'est dell'isola, un fatto che ci obbliga risalire all'inizio del XVI secolo, quando la monarchia spagnola affidò al conquistatore Diego Velázquez de Cuéllar la missione di colonizzare l'isola di Cuba e di fondare città, che fungessero da centri di potere e controllo sul territorio e sulla popolazione indigena. Questo processo,



Cimitero Patrimoniale di Santa Ifigenia.

iniziato nel 1510 con la fondazione della città primate di Nuestra Señora de la Asunción de Baracoa, culminò anni dopo con sette centri abitati, l'ultimo dei quali nel 1515 venne chiamato Santiago per devozione al Santo Patrono della Spagna. Nel 1522 le fu concessa la sede del Vescovado di Cuba e riconosciuta come città. Il suo tempio principale divenne la Cattedrale e la musica cubana germogliò lì nel XVIII secolo per mano del maestro di cappella Esteban Salas.

Città portuale, la sua protezione costrinse la costruzione del Castello di San Pedro de la Roca, o del Morro, all'ingresso della baia, insieme ad altre fortificazioni che gli permisero di far fronte agli attacchi di corsari, pirati e potenze nemiche. L'imponente castello è stato dichiarato Patrimonio dell'Umanità dal 1997 in quanto è una delle fortificazioni più importanti dei Caraibi, fortificata nei secoli coloniali. Alla fine del XVIII

L'espressione più completa oggi della fruizione e dell'appropriazione del patrimonio sta nell'interpretazione della città e dei suoi dintorni attraverso i suoi paesaggi culturali; una scala che permette il contatto con il territorio e il suo paesaggio legato a ciò che l'uomo crea



Relitti sommersi sulla costa di Santiago de Cuba.

per il divertimento e la conoscenza delle migliori tradizioni di una città caraibica.

Luogo d'origine del rum leggero, Santiago de Cuba, porta con sé l'aroma consacrato alla competenza dei maestri del rum che oggi hanno a loro disposizione la categoria Patrimonio dell'Umanità. Bere un drink fa parte di una cultura locale profondamente radicata, che serve per accogliere l'esperienza dello slancio necessario per iniziare la giornata, o per brindare per celebrare una festività di qualsiasi tipo.

Il suo status di Città Eroe ratifica l'essenza patriottica e libertaria del suo popolo, culla di eroi e martiri, con molteplici scenari di eventi che hanno segnato i destini della nazione cubana. La città storica si riflette anche nel fatto che il suo cimitero è considerato l'altare della Patria, luogo favorevole alla venerazione e all'incontro con personalità di spicco della storia e della cultura cubana.

La storia di questa città vecchia di 510 anni richiede di essere raccontata e ci chiede di continuare a ispirarci all'eredità dei nostri antenati e nella battaglia in cui ci impegniamo, a ricordare le virtù e le glorie, le gioie e i desideri di questo popolo, il cui ideale ha avuto come invariabili il patriottismo e l'amore per la libertà. Una città che vive aggrappata alle sue tradizioni ma determinata ad evolversi verso un futuro fatto di modernità e capacità di trasformazione. Il suo patrimonio e le sue attrazioni culturali la collocano in uno status privilegiato per lo sviluppo del turismo culturale e naturalistico, associato alla valorizzazione delle sue diverse componenti del patrimonio mondiale, che l'UNESCO ha riconosciuto come uno dei luoghi in cui la gestione della Conservazione è un'azione irreversibile della sua popolazione.

Visitare Santiago nell'anno del 510° anniversario della sua fondazione sarà un incontro con la storia, con la cultura viva, con il patrimonio riconosciuto di una città caraibica che vive tra mare e montagna, musicale per eccellenza, aromatica come il suo rum, meticcio per gli apporti migratori, ribelle per le sue tradizioni di lotta e sempre ospitale nel suo desiderio di raggiungere il cuore di ogni visitatore che si avventura a vivere nell'intimità della Cuba profonda e autentica.

proponiamo di avvicinarci alla città di Santiago de Cuba attraverso i sei paesaggi culturali: la città storica, il cimitero patrimonio di Santa Ifigenia, il paesaggio associativo El Cobre, il sito archeologico del caffè paesaggio, il sito del Castillo del Morro e i relitti legati ai combattimenti navali della guerra ispano-cubana-nordamericana

secolo, la rivoluzione di Saint Domingue (Haiti) portò sulle coste sud-orientali l'immigrazione di francesi accompagnati dai loro schiavi che promossero l'industria del caffè nelle catene montuose che circondano la città. Hanno portato i loro usi, costumi e arte nelle aule per offrire una nuova dimensione al commercio, alla cultura e alle attività ricreative locali. Questa cultura, dislocata tra le montagne orientali, ha avuto un pieno sviluppo che ha dato origine al paesaggio archeologico del caffè, che per i valori accumulati ha raggiunto nel 2000 lo status di Patrimonio dell'Umanità.

La città nasce in una valle ondulata, con una particolare disposizione di strade, stradine e vicoli che definiscono piazze che invitano all'incontro e allo

scambio. Sfumata con un'architettura moresca che fin dalla sua fondazione fu la base essenziale del suo adattamento al clima e al rilievo, la cui immagine ricorda i punti panoramici delle città, con la vista verso la baia o le montagne. Una città a più livelli che, sotto forma di anfiteatro naturale, ricrea un ambiente storico dove siti e costruzioni di valore storico e architettonico si esprimono nei suoi molteplici monumenti nazionali.

Percorrerla è un'esperienza attraente per la sua variegata offerta formale, dove urbanistica e architettura in dialogo suggestivo offrono spazi unici, angoli visivi esclusivi, nonché la possibilità di condivisione con una cultura popolare ricca di musica nella sua speciale condizione di culla del bolero cubano, i trova e il son. Le sue feste popolari riempiono strade e piazze e i portatori della sua cultura ancestrale sono la Conga, la Tumba francese, i Carnevali, la Festa del Fuoco e le sue molteplici feste, che ne fanno un luogo indimenticabile

Ufficio del Conservatore della Città di
Santiago de Cuba
penelope@occ.co.cu



De Cuba lo mejor, **lo más natural**

Siamo **Cítricos Caribe S.A.**, una società cubana di importazione ed esportazione che quest'anno raggiunge 31 anni di esperienza dopo la sua fondazione il 16 febbraio 1994; riconosciuta per gli ottimi prodotti che vende sul mercato internazionale, principalmente quello europeo.

I nostri principali prodotti di esportazione sono carbone di marabù, avocado, mango, peperoncino piccante (peperoncino habanero), lime persiano e curcuma; oltre a numerosi prodotti industrializzati come succhi, marmellate e puree di frutta, miele, cera, integratori alimentari, tra gli altri.



📍 Avda. Carlos Manuel de Céspedes N°. 774 tra Tulipán y Conill, Plaza de la Revolución, L'Avana, Cuba.

☎ + 53 7 882 0122 Ext: 101, 103 y 111

@ direccion@ccaribe.co.cu

@ dirmercadotecnia@ccaribe.co.cu

🌐 www.ccaribe.co.cu

f Cítricos Caribe S.A

✂ @citricos_caribe



ICDQ
_CUBA

DI DAILY PÉREZ GUILLÉN
FOTO ARCHIVIO TTC

Più di venti chilometri di spiaggia cristallina e calda potrebbero bastare per farti venire voglia di visitare, o ritornare a Varadero. Ma oltre la striscia di sabbia bianchissima e fine, vi aspetta anche il più grande stabilimento alberghiero dell'arcipelago cubano, porti turistici, un delfinario, ristoranti, un centro congressi e altre strutture ricreative, paesaggi naturali, una cittadina pittoresca e chi dà vita al centro balneario più importante del paese, la sua gente.

Questa impressione emerge anche nelle migliaia di visitatori che ogni anno scelgono la Penisola di Hicacos per godersi le vacanze ai Caraibi.

Margarita Askolskaya è arrivata lì per la seconda volta con i suoi genitori da Mosca lo scorso ottobre. "Mia madre cerca sempre online i migliori hotel nei luoghi in cui viaggiamo. L'anno scorso scelse questo, il Meliá Varadero, che ci piacque molto. Le persone sono molto gentili, il cibo e l'intrattenimento sono buoni".

Undici hotel gestiti da Meliá a Varadero. Questo, diretto da Marco Mazzuccelli si posiziona nella top ten del polo e della catena stessa, pur nel pieno di un rinnovamento costruttivo. "Negli ultimi due anni, in questo processo siamo cresciuti, sia economicamente che in termini di occupazione e qualità. Entro il 2026 avremo completato il rimodellamento totale", dice il dirigente di origine italiana che

Resort e Spa Paradisus Varadero.

Varadero all'orizzonte





conferma con le statistiche la crescita significativa, dato che già nel 2025 si può prevedere nuovamente un aumento "soprattutto a gennaio e marzo, tra il 3.5 e il 5% rispetto all'inizio del 2024".

"La salute di un albergo è diversificare il prodotto per avere la certezza di ricevere clienti da qualsiasi parte del mondo. Fortunatamente siamo una delle realtà più diversificate in termini di mercati. Ci sono mesi in cui il mercato canadese è al primo posto, ma non dipendiamo solo da esso. Oggi è il quarto. Russia, Germania e Cuba occupano le prime posizioni", commenta. E non c'è dubbio che nella lobby i turisti cinesi che arrivano ogni settimana a Cuba con un volo diretto da Pechino, aspettano con le valigie prima di essere sistemati in una delle 490 camere.

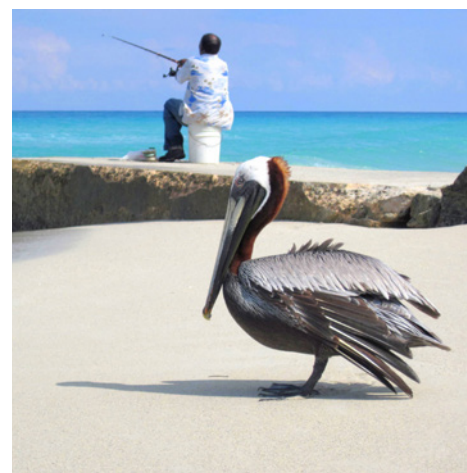
Nel frattempo, Nicholas accetta di parlare con la stampa. Lui è canadese e proprio qui ha conosciuto sua compagna, precisa. "Qui ho trovato un ambiente molto familiare. Mi piace molto il cibo, l'eleganza dell'hotel. Ho subito un intervento chirurgico alla colonna vertebrale e il personale mi ha aiutato molto con un trattamento molto speciale. La mia compagna è russa, ci siamo incontrati anche a Cancún e nella Repubblica Dominicana. Varadero è molto sicura per i canadesi, anche per gli hotel vicini alla città, cosa che non accade in Messico e nella Repubblica Dominicana".

Carlos E. Chávez, vicedirettore della struttura, attribuisce questo livello di soddisfazione a quello che considera un punto di forza: "Il 20% dei lavoratori sono

Questa impressione emerge anche nelle migliaia di visitatori che ogni anno scelgono la Penisola di Hicacos per godersi le vacanze ai Caraibi.

fondatori, coloro che aderiscono hanno imparato da loro e dal know-how di Meliá come catena amministrativa".

Come questo, altri cinquantuno hotel accoglieranno le migliaia di visitatori che arrivano in alta stagione in questa penisola. Tra questi, il Royalton Hicacos, della catena Blue Diamond, un altro all-inclusive con ventidue anni di attività. Jaime Capó Palacios, il suo direttore generale, commenta con soddisfazione che mantengono un'occupazione elevata, "anche in bassa stagione, questo ottobre chiude con il 75%. Per novembre, dicembre e gennaio prevediamo che sia pari all'85%, il che è normale".



Timbalaye, la rumba si



DI DAILY PÉREZ GUILLÉN
FOTO ARSENIO SÁNCHEZ

Nel mezzo di una strada pubblica, alle porte del Palazzo della Meridiana, a Genova, Ulises Mora e Irma Castillo hanno improvvisato una delle loro performance per TTC. La musica rumbera che contraddistingue Timbalaye è uscita da un cellulare e gli artisti hanno iniziato i loro movimenti condividendo un messaggio molto

cubano. Molti dei presenti in quel momento hanno fermato il passo e hanno premiato l'esplosione di movimento e di gioia con applausi e un "Bravo". Quel giorno non c'era più tempo e mesi dopo, attraverso WhatsApp, abbiamo costruito questo dialogo transoceanico.

"Timbalaye, come promotore internazionale della cultura cubana, è

suona e si balla in Italia



Sebbene il motore trainante di questo progetto sia la Rumba, Patrimonio Culturale Immateriale dell'Umanità, nel tempo si sono posti altri obiettivi: realizzare progetti socio-culturali, stimolare lo scambio culturale, diffondere la cultura cubana, promuovere il turismo sostenibile, promuovere la cooperazione e lo sviluppo e sostenere le conquiste dell'istruzione, della sanità, dello sport e della cultura delle Grandi Antille. Tutto questo è in qualche modo collegato all'arte che coltivano.

"Il nostro lavoro si è distinto per la capacità di collegare realtà di paesi diversi, in particolare con Italia e Messico, creando un dialogo interculturale che favorisce l'arricchimento umano e la conoscenza reciproca. Attraverso eventi e progetti, abbiamo fatto sentire persone di diversa origine parte di una comunità culturale condivisa, favorendo così uno scambio di esperienze e conoscenze che trascende i confini".

Nello specifico in Italia, Timbalaye ha costruito un rapporto speciale con il pubblico per oltre tre decenni. "Abbiamo sviluppato diverse iniziative. In primo luogo con la nostra scuola Clave de Son, dove teniamo corsi di danza per mostrare e insegnare il nostro folklore, che è alla base del nostro lavoro. Inoltre, organizziamo forum, itinerari culturali, opere di solidarietà e abbiamo assegnato borse di studio a Cuba. Facciamo anche donazioni e, soprattutto, abbiamo sensibilizzato la nostra cultura e le realtà storiche del nostro popolo, evidenziando i loro successi, la loro resilienza, la loro resistenza e il loro alto grado di valori etici che dimostrano che un mondo migliore è possibile".

Da sedici edizioni, il Festival Internazionale Timbalaye: La Ruta de la

Rumba, porta l'arte e la festa nei quartieri cubani, un evento che riassume per Ulises e Irma l'essenza del loro lavoro. "Il vero spirito e la portata del nostro lavoro sono pienamente sperimentati e apprezzati in questo Festival, che celebriamo ogni anno ad agosto a Cuba. "È un percorso vibrante ed energico che va da Pinar del Río a Guantánamo".

Ogni 6 gennaio, Timbalaye organizza anche attività speciali a Cuba, di cui approfitta per annunciare i vincitori delle Borse di Studio Timbalaye.



Le nostre iniziative non si limitano a Cuba; svolgiamo anche attività itineranti principalmente in Italia e Messico, portando la magia della rumba in diversi angoli del mondo. "Siamo fermamente convinti che sono i quartieri e il popolo cubano a godere di più delle nostre iniziative, poiché sono loro i veri protagonisti del nostro lavoro, di cui I

riuscito a stabilire un legame solido e autentico con il pubblico sia dentro che fuori Cuba. Questo successo è dovuto alla sua attenzione alla parte più genuina e rappresentativa della cultura cubana, portando le sue attività nei quartieri, nelle icone e nei bastioni più rilevanti dell'isola e oltre", leggo nella chat di Ulises, fondatore di Timbalaye insieme a Irma e Maria Elena Mora nel 1999.



FITCUBA 2025

ci vediamo ancora una
volta all'Avana



DI REDAZIONE DEL TTC
FOTO ARCHIVIO TTC

L'Avana esibisce attrazioni di cui innamorarsi in ogni periodo dell'anno: quando arriva l'inverno il mare la decora di bianchi ventagli di schiuma che bagnano il viandante che la ammira dal Malecón; d'estate la luce è un lampo che scalda e avvolge il ricordo. La primavera e l'autunno passano troppo velocemente per le strade di questa città, ma senza dubbio sono stagioni in cui l'aria è più fresca e anche il ritmo cittadino è più tranquillo.

La capitale di Cuba si apre tra piazze coloniali circondate da edifici riconvertiti alla vita moderna: musei, scuole, gallerie d'arte, ristoranti, caffè, negozi, alberghi crescono all'interno di mura secolari. Restituire valore d'uso all'antico è un dono che gli uomini e le donne saggi di questo Paese hanno trasmesso alle generazioni presenti e future e a coloro che giungono qui da qualsiasi parte del mondo.

In una piccola città abitata da più di un milione di persone, centro dell'economia di un Paese circondato da sanzioni e difficoltà, ci sono visioni per desiderare un'altra realtà migliore e anche altri per meravigliarsi di tanto sforzo di bellezza e perseveranza. Piazze, palazzi, teatri, gallerie e altro fioriscono nonostante tutto.

Ecco perché L'Avana non perde il suo fascino. Le persone che ci vivono preferiscono il colore, la musica,

Tour operator, agenzie di viaggio, compagnie aeree e catene alberghiere continuano a investire nell'espansione delle loro attività qui

l'allegria e la cordialità. È difficile uscire da questo incantesimo e l'industria del turismo ne approfitta. Meta preferita dei visitatori internazionali che varcano i confini dell'arcipelago, ci sono offerte e passatempi per tutti i gusti.

Tour operator, agenzie di viaggio, compagnie aeree e catene alberghiere continuano a investire nell'espansione delle loro attività qui. Un motivo in più perché L'Avana mostrerà nuovamente il suo fascino nella prossima Fiera Internazionale del Turismo a Cuba nel mese di maggio del presente anno.



Hoteles Playa Luxury, nuovo marchio del Gruppo di Turismo Gaviota



DI DAILY PÉREZ GUILLÉN FOTO ARCHIVIO TTC

Hoteles Playa Luxury apre un nuovo standard nel turismo cubano, un concetto che cerca di rimanere nella memoria oltre il lusso e il comfort di un hotel, ma mira piuttosto a rimanere in esperienze memorabili.

Il servizio Playa Luxury inizierà ad operare nelle quattro destinazioni più

emblematiche dell'arcipelago cubano: Playa Cayo Santa María, un paradiso dove la natura si fonde con il confort; Playa Vista Azul a Varadero, un angolo dove l'oceano è parte dell'esperienza di lusso; Playa Pesquero nell'incantevole provincia di Holguín e nel nuovo hotel Playa Luxury a Cayo Guillermo, che aspira ad essere un punto di riferimento nei Caraibi per le esperienze personalizzate e memorabili che saranno offerte a ogni ospite.

Questa nuova proposta “è nata dall'idea di offrire qualcosa di diverso, che impressionasse e facesse sentire ad ogni ospite che si trova in un luogo unico”

Playa Cayo Santa María, un paradiso dove la natura si fonde con il confort.

“Più che un soggiorno, è un'esperienza che unisce l'esclusività del lusso con l'essenza che caratterizza la bella Cuba”, sottolineò Carlos M. Latuff, Presidente del Gruppo di Turismo Gaviota, nella sua presentazione nella VI Borsa Turistica Destinos Gaviota l'ottobre scorso nel centro turistico di Holguín, nell'est del paese.

Questa nuova proposta “è nata dall'idea di offrire qualcosa di diverso, che impressionasse e facesse sentire ad ogni ospite che si trova in un luogo unico”, spiegò il direttivo. Questo progetto fa parte della campagna Siéntelo, come opportunità di esclusività ed esperienza sensoriale per mostrare Cuba.

Turismo rurale di festa a Cuba nel settembre 2025



Giardino Botanico Nazionale, L'Avana.

con imprenditori e si affronteranno temi scientifici legati allo sviluppo dell'agriturismo, al turismo locale sostenibile, al cambiamento climatico, al turismo comunitario e altri verranno anche trattati in questa decima edizione.

L'Università Agraria dell'Avana e il Giardino Botanico Nazionale ospiteranno le principali attività dell'Incontro e hanno già iniziato i preparativi.

A dare vita a questa organizzazione sono i rappresentanti dei 22 paesi dell'America Latina, tra cui imprenditori, università e associazioni.

DI REDAZIONE DEL TTC FOTO ARCHIVIO TTC

Cuba organizza il X Incontro Iberoamericano del Turismo Rurale che si terrà dal 29 settembre al 5 ottobre nella parte occidentale del paese.

L'evento è stato presentato ufficialmente nel Centro Internazionale della Stampa nell'ambito della Fiera Internazionale del Turismo (FITUR) dal segretario generale dell'Istituto Iberoamericano di Turismo Rurale (Iberoatur), Juan José Salado Sánchez.

Dopo aver gareggiato, questa organizzazione ha deciso di concedere la sede a Cuba per la lunga esperienza di lavoro in questa modalità turistica

che la rende un riferimento per la regione, ha precisato il dirigente.

Da parte sua, Raúl Naranjo Aday, direttore di Ecotur, agenzia specializzata in queste opzioni di viaggio nella destinazione, ha presentato il concetto dell'evento, che si basa sullo sviluppo sostenibile.

In questa decima edizione si realizzeranno feste contadine, visite ad aziende agricole ed ecologiche, incontri in centri accademici, scambi



**L'Università Agraria dell'Avana e il
Giardino Botanico Nazionale ospiteranno
le principali attività dell'Incontro e hanno
già iniziato i preparativi**

“Motivos Cubanacan”: un nuovo capitolo del turismo cubano per il mercato italiano



DI REDAZIONE DEL TTC FOTO ARCHIVIO TTC

Entro il 2025, Cubanacan mira a potenziare il segmento matrimoni ed eventi, oltre a promuovere il turismo nautico



Cubanacan Hotels, una delle catene alberghiere più emblematiche di Cuba, annuncia il lancio di “Motivos Cubanacan”, un evento che vuole segnare una pietra miliare nella promozione del turismo sull’isola, pensato appositamente per attirare i viaggiatori italiani.

Con data fissata per il prossimo aprile, la prima edizione di Motivos Cubanacan, propone uno scambio commerciale esclusivo per la propria rete di vendita, dove verranno aggiornati i cataloghi di prodotti e servizi rivolti agli agenti di viaggio italiani. Questo evento permetterà di conoscere novità e miglioramenti nell’offerta della catena e presenterà una nuova immagine sia per il B2B che per il B2C.

“Motivos Cubanacan” rappresenta non solo un’opportunità per rilanciare il marchio Cubanacan Hoteles in Italia, ma anche un impegno per lo sviluppo sostenibile del turismo a Cuba. La catena cerca di attirare più visitatori da quel paese, contribuendo allo stesso tempo alla crescita economica locale e alla conservazione del patrimonio culturale cubano.

Con la sua vasta rete di hotel sparsi in tutto l’arcipelago, questa azienda offre ai visitatori un’esperienza diversificata e arricchente. Dalle paradisiache spiagge di Varadero alla vibrante cultura dell’Avana, passando per la tranquillità di Viñales e le meraviglie naturali della Sierra Maestra, si posiziona come l’opzione ideale per i turisti italiani in cerca di avventura, relax e cultura.

Entro il 2025, Cubanacan mira a potenziare il segmento matrimoni ed eventi, oltre a promuovere il turismo nautico. Le coppie italiane che sognano una destinazione idilliaca per la loro unione coniugale troveranno la cornice perfetta: un ambiente straordinario e un team di professionisti pronto a prendersi cura di ogni dettaglio. Inoltre, chi è interessato alle attività acquatiche potrà esplorare gli impressionanti fondali marini che adornano le coste cubane.

CARIBBEAN OPERATORS BOOK MONOGRAFIA DI CUBA

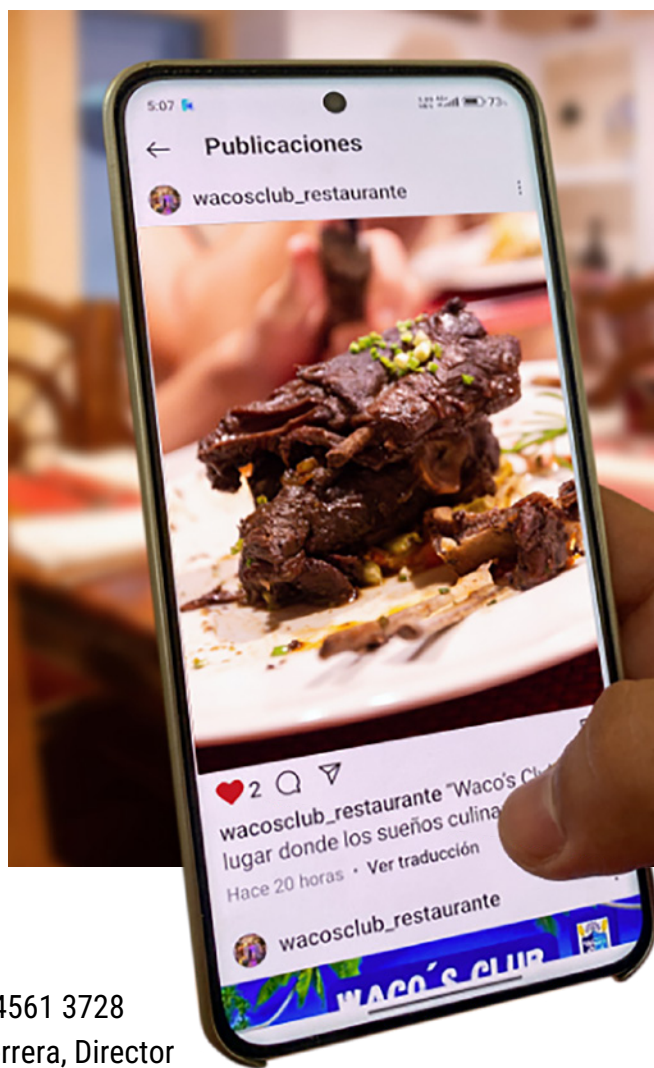


**SCARICA IL
ULTIMA EDIZIONE!**



ttc
Travel Trade Caribbean

Servizio specializzato di mini guide aziendali, rivolto a segmenti specifici del settore turistico e imprenditoriale. Contiene informazioni generali sulla destinazione di Cuba, i suoi centri turistici in spagnolo e inglese e più di 1.000 informazioni di contatto di enti turistici.



WACO'S CLUB RESTAURANTE

📍 Calle 59 esquina 3ra, #212, Varadero
✉️ varaderowacosclub@gmail.com

☎️ +53 5297 1408 | 4561 3728
👤 Roberto Ojeda Herrera, Director

Sostenibili e anche resilienti 2025: i Caraibi si concentrano sul futuro del turismo

DI MARINA MENÉNDEZ
FOTO ARCHIVIO TTC

Sarebbe imperdonabile intraprendere oggi un'attività turistica senza pensare alla sua sostenibilità. La vita ha dimostrato che Madre Natura può togliere alle nazioni tutti i beni di cui le ha dotate, se non se ne prendono cura.

In America Latina e nei Caraibi, spazio che ha nelle sue numerose bellezze naturali la sua maggiore attrattiva, questa consapevolezza ha messo in primo piano le opzioni ricreative legate all'ambiente, avendo cura che i suoli, le acque, il fogliame e la biodiversità, non siano predati su.

I programmi per un maggiore utilizzo dell'energia sostenibile, la conservazione degli ecosistemi e la pianificazione territoriale costituiscono alcune delle modalità che consentiranno al turismo regionale di crescere oggi e, cosa fondamentale, garantiranno che continui ad espandersi domani.

Questa esigenza aumenta nelle nazioni prettamente caraibiche, dove il turismo contribuisce con la percentuale più alta al PIL, seguito da aree con scarso sviluppo come l'agricoltura e l'estrazione mineraria.

Costituita da isole che sono le prime e quelle che soffrono maggiormente gli





effetti del cambiamento climatico, la formula non è solo da proteggere ma anche da superare.

Le meteore e i cicloni che si abbattano ogni anno costringono il territorio a essere sempre pronto a rialzarsi e ad affrontare le ricorrenti catastrofi naturali con resilienza e proattività.

Con queste argomentazioni come sfondo, l'Organizzazione del Turismo dei Caraibi (CTO - acronimo in inglese) ha dichiarato il 2025 come anno della resilienza con il motto: Creando il turismo di domani.

Secondo il suo presidente, Ian Gooding-Edghill, ministro del Turismo e del Trasporto Internazionale delle Barbados, il motto ci sfida a pensare in modo innovativo e ad agire in modo collaborativo rafforzando i partenariati, dando priorità alla sostenibilità e sfruttando la tecnologia e l'innovazione nelle relazioni delle destinazioni turistiche con i vacanzieri.

Privati e Governi mano nella mano

Gooding-Edghill ritiene che la massima dovrebbe costituire un invito ai dipartimenti del turismo, al settore privato e alle comunità locali a lavorare insieme per affrontare queste e altre priorità come l'adattamento climatico, la trasformazione digitale, lo sviluppo della forza lavoro e la diversificazione dei prodotti turistici.

Questa collaborazione tra i diversi attori è stata proprio ciò che ha reso i Caraibi la seconda regione al mondo a recuperare il suo status turistico prima della pandemia, con una risposta che la Presidente dell'Associazione Alberghiera e Turistica dei Caraibi (CHTA - acronimo in inglese), Nicola Madden-Greig, lo ha descritto come "dinamico".

L'entità, che si autodefinisce leader del settore privato caraibico nel settore, spera che questa alleanza con le istituzioni governative possa sostenere l'aspettativa che il turismo nei Caraibi cresca fino al 2032 con un tasso annuo del 6,7%.



Ciò, ovviamente, si ripercuoterà su un PIL regionale superiore al 2,4% registrato nel 2024, con il sostegno della forte domanda che, secondo fonti cubane, è guidata dai turisti provenienti dagli Stati Uniti e dal Canada, e l'aumento dell'interesse degli investimenti internazionali che sono al loro picco più alto, riferisce il CHTA.

Le possibilità esistono. Basta orientare correttamente i passi affinché i Caraibi si consolidino come una delle principali destinazioni turistiche mondiali, che fino al 2023 guidava l'Europa.

Le possibilità esistono. Basta orientare correttamente i passi affinché i Caraibi si consolidino come una delle principali destinazioni turistiche mondiali, che fino al 2023 guidava l'Europa

TURISMO NEL 2025

digitalizzazione, personalizzazione ed evoluzione del low cost e del premium

DI JOSÉ LUIS PERELLÓ
FOTO ARCHIVIO TTC

L'industria del turismo e dei viaggi si trova ad affrontare uno scenario di trasformazione guidato da tendenze chiave come la personalizzazione, l'evoluzione di modelli low-cost e premium e il consolidamento delle piattaforme digitali.

Secondo il recente rapporto "Key Themes in Travel & Tourism 2025" di GlobalData, che analizza anche le dinamiche tecnologiche, macroeconomiche e ambientali, sociali e di governance (ESG) che plasmeranno il settore nei prossimi anni, il panorama turistico quest'anno sarà significativamente diverso rispetto al 2019. Trasformazioni come l'ascesa degli strumenti digitali, i cambiamenti nelle preferenze dei viaggiatori e la riconfigurazione delle operazioni commerciali sono il risultato diretto degli effetti prolungati della pandemia di COVID-19.

La personalizzazione: uno standard imprescindibile

Una delle conclusioni più importanti del rapporto è che le strategie di marketing di massa sono diventate obsolete nel settore. La personalizzazione, resa possibile dalle piattaforme digitali che raccolgono e analizzano i dati dei consumatori, è diventata un requisito essenziale per la competitività. In questo senso, il rapporto Global Data evidenzia che le aziende devono muoversi verso la personalizzazione "one-to-one" attraverso tecniche di macro e micro-segmentazione, offrendo proposte ottimizzate in base ai comportamenti individuali. Questo approccio crea un



vantaggio competitivo e aiuta a costruire la fedeltà al marchio, ad aumentare la soddisfazione e a migliorare i tassi di fidelizzazione dei clienti.

Inoltre, la ricerca, la selezione e l'analisi dei dati rilevanti è fondamentale per comprendere le esigenze e le aspettative dei viaggiatori. Ciò consente di prendere decisioni rapide e informate, oltre a offrire esperienze su misura ai desideri dei consumatori.

La digitalizzazione guida il cambiamento

Altro asse fondamentale per il settore è la digitalizzazione, rappresentata dal ruolo centrale delle piattaforme di viaggi online e delle applicazioni mobile. Queste

risorse semplificano la prenotazione dei servizi e generano dati preziosi per la progettazione di offerte personalizzate e modelli di prezzo dinamici.

Il rapporto evidenzia come queste piattaforme abbiano rivoluzionato il comportamento dei consumatori, migliorato l'efficienza operativa e ridefinito le dinamiche di mercato. Il loro fascino non risiede solo nella comodità che offrono, ma anche nella capacità di confrontare le opzioni per prezzo, posizione e servizi.

Le applicazioni mobili hanno guadagnato terreno adattandosi alla crescente domanda di flessibilità e aggiornamenti in tempo reale. Tuttavia, il suo successo ha anche



intensificato la concorrenza nel settore, richiedendo alle aziende di migliorare continuamente design e funzionalità per soddisfare le aspettative dei clienti.

L'evoluzione del low-cost e della premiumizzazione

Due tendenze che sembrano opposte ma che coesistono strategicamente sono l'evoluzione del modello low cost e il fenomeno della premiumizzazione. Entrambe le tendenze riflettono lo sforzo del settore di diversificare la propria offerta e adattarsi a segmenti di mercato con esigenze molto diverse. Il low cost è un modello di business che si basa

principalmente sulla riduzione dei costi, che porta ad una diminuzione del prezzo di vendita. Offre un prodotto base, funzionale, senza extra, ma della stessa qualità dell'equivalente prodotto tradizionale.

Nel modello di business a basso costo vengono offerti prodotti molto semplici ed essenziali, completamente privi degli extra che solitamente offrono i prodotti a costo più elevato, ma senza sacrificare la funzionalità nel processo. Per questo motivo molte persone amano investire in questi prodotti, in alternativa ai prodotti più tradizionali.

Il rapporto evidenzia che gli operatori low cost hanno ampliato il mercato rendendo il turismo più accessibile,

attraendo nuovi viaggiatori o coloro che viaggiano meno frequentemente.

Da parte loro, i marchi premium hanno fissato standard che anche le categorie economiche cercano di adottare, come un migliore servizio clienti o miglioramenti nei servizi.

Questo duplice approccio non solo consente alle aziende di servire un pubblico diversificato, ma anche di diversificare le proprie fonti di reddito. Inoltre, il movimento dei consumatori tra le due estremità dello spettro -da basso costo a premium- man mano che le loro preferenze o circostanze finanziarie evolvono, genera un effetto sinergico che rafforza il settore nel suo insieme.

Fattori esterni che influenzano la trasformazione

Il rapporto GlobalData analizza anche come i fattori tecnologici e macroeconomici influenzano queste tendenze. Aspetti come l'intelligenza artificiale, la sicurezza informatica, la connettività, l'inflazione e le normative emergenti sono cruciali per comprendere il contesto in cui si sviluppano queste trasformazioni.

La tecnologia, in particolare, gioca un ruolo di primo piano. Algoritmi avanzati e intelligenza artificiale consentono raccomandazioni personalizzate e modelli di prezzo più flessibili. Questi progressi rispondono alla crescente domanda di esperienze su misura per le preferenze dei viaggiatori, sia nel segmento economico che in quello del lusso.

Sfide e opportunità

Sebbene le tendenze presentate offrano molteplici opportunità, pongono anche sfide significative. Questi includono l'intensa concorrenza nell'ambiente digitale, la trasparenza dei prezzi e la necessità di rispondere rapidamente alle mutevoli aspettative dei consumatori.

Le aziende che riescono a bilanciare queste esigenze, integrando tecnologie avanzate e offrendo esperienze personalizzate, saranno meglio posizionate per guidare il mercato nel 2025. D'altro canto, quelle che resistono al cambiamento potrebbero incontrare difficoltà nel rimanere rilevanti in un ambiente sempre più competitivo.

Turismo accessibile, forza trasformatrice per destinazioni e aziende



Sull'argomento è intervenuto il Segretario Generale di UN Tourism, Zurab Pololikashvili: "Tutti dovrebbero avere l'opportunità di godersi il turismo. Noi di UN Tourism promuoviamo da anni l'accessibilità universale. I suoi molteplici vantaggi non sono mai stati così evidenti come oggi. Le nuove linee guida sul turismo accessibile, prodotte insieme ai nostri numerosi partner ed esperti, mostrano come le destinazioni e le aziende che abbracciano l'innovazione e gli investimenti possono anche promuovere l'accessibilità, lungo tutta la catena del valore.

Per aiutare le destinazioni e le imprese a sfruttare questo enorme potenziale di mercato, UN Tourism e i suoi partner hanno lanciato sei serie di linee guida con raccomandazioni strategiche e consigli pratici per garantire l'accessibilità delle esperienze turistiche.

La Fondazione ONCE, l'Associazione Spagnola di Standardizzazione (UNE), la Rete Europea per il Turismo Accessibile (ENAT) e altri enti esperti hanno partecipato alla preparazione del testo che cerca di avere un impatto sulle amministrazioni turistiche nazionali e sulle organizzazioni di gestione delle destinazioni; aziende ricettive, di ristorazione, congressuali; agenzie di viaggio e tour operator; trasportatori; siti del patrimonio e istituzioni culturali, organizzazioni e aziende che operano in aree naturali.

DI REDAZIONE TTC FOTO ARCHIVIO TTC

Piccoli investimenti nell'accessibilità e nell'innovazione possono avere un impatto estremamente potente sulle destinazioni turistiche su scala globale, ritiene UN Tourism.

L'analisi si basa su statistiche, poiché più di 1,3 miliardi di persone nel mondo hanno un alto grado di disabilità; nei prossimi cinque anni, 1 persona su 6 avrà 60 anni o più e i viaggiatori con disabilità di solito viaggiano accompagnati da 2 o 3 persone. Tuttavia, molte destinazioni e aziende turistiche non tengono conto di questo segmento di mercato.

L'organizzazione internazionale stima che i benefici economici e sociali derivino

dal miglioramento dell'accessibilità. In un comunicato stampa, si evidenzia il "potenziale economico potente e trasformativo, ottimizzando i risultati aziendali e i ricavi nella media e bassa stagione. Il loro pubblico obiettivo è molto vario e leale. Inoltre, il turismo accessibile genera occupazione e migliora la reputazione delle destinazioni e delle aziende che accolgono tutti i turisti, con o senza disabilità".

Nella sola Unione Europea, più del 70% degli 80 milioni di cittadini con disabilità hanno i mezzi economici per viaggiare e godersi il turismo. In Asia e nel Pacifico il mercato potenziale raggiunge i 690 milioni di persone, mentre in America Latina e nei Caraibi la cifra sale a 85 milioni.





FITSaludCuba

II Fiera Internazionale Del Turismo Medico e del Benessere

L'Avana, Cuba

Dal 21 al 24 aprile 2025

**II SEMINARIO INTERNAZIONALE SUL
TURISMO MEDICO E DEL BENESSERE**

**III FORUM INTERNAZIONALE SUGLI
INVESTIMENTI ESTERI**



smc@smcsalud.cu



[@fitcubasalud](https://www.facebook.com/fitcubasalud)



[@fitcubasalud](https://twitter.com/fitcubasalud)

Connettività aerea nei Caraibi

DI RACHEL COWAN CANINO FOTO ARCHIVIO TTC



iberorjet

Iberorjet riprende i voli diretti per Santa Clara, Cuba quest'estate

La compagnia aerea spagnola riprenderà i voli diretti tra Santa Clara e Madrid nell'estate del 2025. L'offerta ritorna per il secondo anno consecutivo e diventa una delle migliori opzioni per viaggiare dalla Spagna al centro di Cuba.

Questo collegamento diretto tra l'aeroporto di Santa Clara e Madrid-Barajas, ti offre prezzi vantaggiosi e pacchetti turistici a Cayo Santa María, a nord della provincia di Villa Clara.

MEXICANA

Mexicana prepara undici destinazioni internazionali a partire dal 2025

Mexicana de Aviación sta preparando quest'anno voli verso undici destinazioni internazionali, con partenza dall'aeroporto Felipe Angeles, AIFA, in Messico.

Isidoro Pastore, direttore dell'AIFA, ha annunciato che saranno complessivamente 18 le nuove destinazioni. Questi sono: Montreal, Canada, Ottawa, Portland, Stati Uniti, Punta Cana, Repubblica Dominicana; Caracas, Venezuela, Lima, Perú.

world2fly

World2Fly annuncia voli giornalieri per Cancun, Messico

Questa compagnia aeronautica con sede in Spagna sta ora aumentando le sue frequenze con voli giornalieri per Cancun, in risposta agli sforzi del governo di Quintana Roo e in conformità con il suo impegno sociale. World2Fly prevede una crescita del 20% acquisendo BDX – Best-day, che trasporta più di 105mila passeggeri tra Madrid, Lisbona e Cancun con due voli settimanali. Attualmente impiega 500 persone a Cancun.

Dal suo sito web, la compagnia annuncia che offre servizi extra per tutti i passeggeri e sottolinea che dispone di una flotta moderna.

Avianca

Avianca lancia il volo diretto tra Costa Rica e Porto Rico

Un nuovo volo diretto tra San José, Costa Rica e San Juan, Porto Rico inizierà il 31 marzo 2025 operato da Avianca. Questa rotta avrà tre frequenze settimanali, che aggiungeranno 16.200 posti all'inventario esistente, secondo la Compagnia del Turismo di Porto Rico (CTPR).

Il volo sarà disponibile il lunedì, giovedì e venerdì, con arrivo all'Aeroporto Internazionale Luis Muñoz Marín alle 12:40 e ritorno all'Aeroporto Internazionale Juan Santamaría alle 14:10. CTPR sottolinea che questi nuovi voli avranno un impatto economico stimato in 6 milioni di dollari.

Crociere ai Caraibi

DI RACHEL COWAN CANINO FOTO ARCHIVIO TTC



Royal Caribbean presenta il piano di lavoro e i progetti per Cozumel

Cozumel è considerato un porto chiave nei Caraibi per la compagnia di navigazione. Uno dei progetti principali per questo spazio è la creazione del Royal Beach Club Cozumel, uno sviluppo innovativo che aprirà le sue porte nel 2026.

Questo sarà il secondo beach club della collezione globale di Royal Caribbean, progettato per offrire esperienze uniche che combinano la bellezza naturale delle spiagge di Cozumel con attività ricreative,

cucina messicana e opzioni culturali esclusive. L'investimento complessivo per quest'opera ammonta a 75 milioni di dollari, riaffermando l'interesse dell'azienda a consolidare la propria presenza sull'isola.

La scelta di Cozumel per il Royal Beach Club Cozumel ne rafforza l'importanza per la compagnia di navigazione e per il turismo messicano in generale.



Norwegian Cruise Line presenterà due nuove navi per i Caraibi

Due nuove navi innovative, la Norwegian Aqua e la Norwegian Luna, entreranno nella flotta di Norwegian Cruise Line, la prima nella primavera del 2025 e la seconda nel 2026.

Entrambi stupiranno gli ospiti sugli itinerari dei Caraibi. Queste navi all'avanguardia sono progettate per offrire esperienze di vacanza senza eguali, con nuovissimi concetti di ristorazione, cabine adatte a tutti i budget e l'Aqua Slidecoaster, primo nel suo genere, -un mix di giostra e scivolo acquatico-. Le navi promettono di ridefinire davvero la crociera in questa famosa regione.



Costa Crociere raddoppia la sua offerta nei Caraibi

La compagnia di navigazione Costa Crociere ha comunicato che è ora possibile prenotare i suoi itinerari nei Caraibi per la stagione 2025-2026. Le crociere saranno offerte con due navi, Costa Fascinosa e Costa Pacifica, con itinerari che partiranno dai porti di Santo Domingo e La Romana, con partenze rispettivamente il lunedì e la domenica.

Le crociere dureranno 7 notti, visitando diverse destinazioni dei Caraibi. Costa Fascinosa e Costa Pacifica offriranno nuove opportunità per vivere "una vacanza con Costa", ha sottolineato Fernando Joselevich, Country Manager della compagnia per Argentina e America Latina.

Cuba nella Borsa del Turismo di Lisbona



DI REDAZIONE TTC FOTO ARCHIVIO TTC

Sarà Cuba la destinazione internazionale invitata alla Borsa del Turismo di Lisbona (BTL 2025) che si terrà dal 12 al 16 marzo nella capitale portoghese. Espositori provenienti da tutto il mondo presentano le loro novità in questa fiera e i visitatori possono partecipare a workshop tematici, presentazioni, prove gastronomiche e altre iniziative legate al settore del tempo libero.

Il mercato portoghese ha inviato buoni segnali alla destinazione Cuba nel 2023 essendo tra le principali fonti di turisti nell'arcipelago. "Il suo grande potenziale è stato evidente ancora una

volta ne 2024, quando è salito all'11° posto con l'arrivo di 33.724 visitatori fino alla fine di dicembre. È l'unico mercato europeo che sta crescendo e supera il record raggiunto nel 2019", afferma Niurka Pérez Denis, Ministro del Turismo cubano per Spagna e Portogallo.

Tra le azioni che hanno contribuito al raggiungimento di questi risultati, il rappresentante delle Grandi Antille evidenzia la prima edizione della Borsa Turistica Destinazioni Cuba ad Albufeira, in Portogallo, un evento turistico professionale di portata internazionale che ha riunito nel 2024 i diversi attori del settore di quella nazione e della Spagna.

"Come precedente di questo evento, c'è anche il XIV Forum Portogallo/America Latina, patrocinato dall'Istituto per la Promozione dell'America Latina e dei Caraibi (IPDAL), tenutosi a Lisbona nel 2023 e nel quale Cuba è stata la nazione ospite", ricorda.

"Questo mercato continua ad essere strategico per il Paese e la nostra intenzione è continuare a rafforzarlo. Nel BTL 2025 cercheremo di promuovere un aumento degli investimenti, incoraggiare l'esportazione di servizi, continuare a

rafforzare la commercializzazione della destinazione, mostrare i suoi punti di forza e vantaggi, così come i prodotti e i servizi offerti ai viaggiatori che scelgono l'isola per le loro vacanze e la possibilità di concretizzare nuovi accordi", precisa Pérez Denis.

L'anno scorso, la catena portoghese-brasiliana Hotéis Vila Galé ha iniziato la gestione del suo primo hotel a Cuba, nel polo turistico Jardines del Rey. Il resort all-inclusive con 638 camere, cinque bar, piscine per bambini e adulti, spa, spazi per i più piccoli, sale per eventi e campi polisportivi su un terreno delimitato da una spiaggia vergine a Cayo Paredón è la prima struttura di quella compagnia nei Caraibi.

Nuove rotte aeree dirette da Lisbona a Cuba attraverso le compagnie aeree Iberojet e World2Fly hanno facilitato l'arrivo dei turisti portoghesi nei principali centri turistici dell'arcipelago caraibico nell'ultimo anno.

Il Ministero del Turismo della Repubblica di Cuba e il suo omologo lusitano hanno stabilito le basi per lo sviluppo della cooperazione istituzionale nell'aprile 2017 con l'obiettivo di aumentare i flussi turistici bilaterali.

Il mercato portoghese ha inviato buoni segnali alla destinazione Cuba nel 2023 essendo tra le principali fonti di turisti nell'arcipelago



UN SAPORE INEGUAGLIABILE, DAL CUORE DELLA TERRA

Nel cuore di Guantánamo, l'Azienda Agroforestale "El Salvador" (Agrosalva) custodisce le piantagioni francesi di caffè, un gioiello naturale e storico, dichiarato Patrimonio dell'Umanità dall'UNESCO.

Agrosalva ti invita ad un emozionante viaggio nel tempo attraverso le sue proprietà. Questo nuovo progetto di percorso

turistico ti porterà ad esplorare la bellezza e la ricchezza delle piantagioni di caffè che sono state testimoni di secoli di coltivazione e dedizione, mentre potrai deliziarti con i loro aromi e sapori.

Non perdere l'occasione di vivere un'esperienza indimenticabile!





Ú N I C A

Cuba