

## SPORTSWEAR

Vuotto lancia sul mercato un «tris» ultima generazione del «made in Italy»

>>L'ultima generazione di prodotti sportswear immessa sul mercato da Vuotto è "rapide black lounge" un progetto assemblato che racchiude in un unico elemento ben tre componenti. La prima è "travel bag", una borsa da viaggio ripiegabile in tessuto e pelle nera che contiene al suo interno field jacket e gilet. Applicata all'esterno l'inconfondibile piastrina di chiusura in alpacca brunita in nero

e smalto viola. Gli esterni sono in nylon cordura marino con rinforzi in pelle naturale. Field jacket è in tessuto ultralight con memoria stivabile all'interno della borsa ispirato all'intuitivo sistema FTC (follow the colour) con ancoraggi interni da unire tra loro nei rispettivi colori. Il gilet staccabile ultraslim ad alto valore termico da indossare in caso di abbassamento della temperatura.



**Turismo nautico** Per i diportisti è il vero «port de plaisance»

## MARINA DEL CAVALLINO RESORT GALLEGGIANTE



## OSPITALITÀ INTEGRATA

Dalla canoa al diving dalla vela al megayacht c'è una risposta per tutti

CATERINA GROSSO

Un «albergo galleggiante» a 5 stelle alla foce del fiume Sile e all'ombra del faro di Piave Vecchia su un fondale sabbioso in ingresso con pescaggio di 3,30 m. per raccordare una tra le più affascinanti vie d'acqua interne che si snoda tra Veneto e Friuli, la Litoranea Veneta, alla Laguna di Venezia e al mare. **Marina del Cavallino**, tra i primi porti turistici realizzati nel nostro Paese, fin dal 1970 con i suoi **400 posti barca** e la possibilità di **ormeggiare yachts fino a 30 m.**, rappresenta ancora la testa di ponte non solo per il turismo nautico ma anche per tante iniziative agonistiche di settore che l'hanno reso famoso tra i diportisti di tutta Europa, i cantieri nautici del nord Italia e i protagonisti dei grandi eventi nautici, come i campionati mondiali ed europei di offshore e le competizioni veliche di livello internazionale. Per i diportisti è il vero «port de plaisance»

distribuito in due grandi bacini contigui ma, ancor più per gli operatori del comparto turistico, rappresenta il vero valore aggiunto a quella che è comunemente considerata l'area più attrezzata d'Europa per il turismo del "plain air". In questo senso, Marina del Cavallino, un **marina completamente privato**, ha realizzato strutture in grado di promuovere ogni tipo di attività, **dalla canoa al diving, dalla vela al megayacht**. "Your first class, Full service, Marina in Venice" per definire il livello di qualità dei servizi e dell'ospitalità che offre questa struttura che negli anni, anticipando il concetto di resort integrato, si è sempre più sviluppata privilegiando al cemento i suoi **sconfinati spazi verdi, oltre 30.000 mq. di parco**, che le fanno da confine. Oltre agli **ampi piazzali dedicati al rimessaggio** e al "fai da te", l'eliporto, il rifornitissimo magazzino per ricambi e accessori, gadget e abbigliamento nautico, capannoni per il rimessaggio invernale, offi-

## Grandi eventi

Già teatro per mondiali e europei di offshore, e per competizioni veliche

cina per l'assistenza meccanica e elettronica, falegnameria, **carro ponte da 70 tonn.**, scivolo, pompa di carburante, travel lift da 15 tonn. per alaggi vari di imbarcazioni di dimensioni minori ben si integrano con il resto dei servizi come il fitness center, il ristorante galleggiante con angolo relax dotato di piscina e idromassaggio, in un continuum cromatico che rafforza la contiguità di questa struttura con il prospiciente "**villaggio al Porticciolo**": una vera e propria oasi con piscina e villette a schiera immerse nel verde delle palme, dei pini marittimi, delle tamerici e di siepi di rosmarino. Marina del Cavallino è sede di **Assomarinas**, l'Associazione Italiana che conta una settantina tra le più prestigiose marine del Paese.

## LIGURIA

### UNA REGIONE... ...PER TUTTE LE STAGIONI!

>>«Una regione per tutte le stagioni». Con questo slogan la Regione Liguria si è presentata alla BIT di Milano sottolineando così come politici e operatori hanno avuto la capacità di destagionalizzare l'offerta turistica che, anno dopo anno, si arricchisce di nuove iniziative. Nell'occasione sono state presentate sei nuove proposte, sviluppate dall'Agenzia "in Liguria" per far vivere questa terra a 360° tutti i giorni dell'anno. Le occasioni di lavoro sono state incessanti per i 24 operatori turistici - tra consorzi, tour operator e agenzie di viaggio - che hanno ricevuto su appuntamento ben



1.759 operatori esteri. Tra questi è stata prevalente la presenza di buyer americani e tedeschi (243 per entrambi i paesi), seguiti da olandesi (124) e giapponesi (116). A pari merito austriaci, canadesi, australiani e russi (90). Per quanto riguarda la tipologia di offerta, le richieste per la Liguria vedono in primis la vacanza mare, seguita da città d'arte e cultura, gastronomia, turismo attivo e turismo verde. «Questi dati sono per noi di grande soddisfazione», ha spiegato Angelo Berlangieri, direttore generale dell'Agenzia in Liguria, «perché confermano le scelte di marketing e la strategia a supporto del trade portate avanti negli ultimi due anni, a fianco dei nostri operatori per rafforzare l'offerta turistica ligure». Che dire delle sei nuove offerte turistiche sviluppate con la collaborazione dei Sistemi Turistici Locali? C'è solo l'imbarazzo della scelta tra «Maggio nei Parchi», «Eventi del Mare», «Genova - City Break», «Borghi da Gustare», «Eventi... con gusto» e «Altra Stagione». A ciascuno la sua vacanza!