Alpitour: prenotazioni in crescita grazie al gioco d'anticipo

Chiuso in positivo l'esercizio 2014, **il Gruppo Alpitour si concentra sulla prossima estate**, "anche se ancora registriamo un ottimo flusso di prenotazioni per l'inverno", precisa il presidente **Gabriele Burgio**. Grazie a una sorta di patto con le agenzie di viaggi, frutto di una serie di incontri fra il big del tour operating e la rete agenziale, i cataloghi dei vari brand del gruppo appaiono sugli scaffali in media tre settimane prima rispetto lo scorso anno - l'obiettivo finale è arrivare addirittura a due anni di anticipo - dando così un'ulteriore spinta alle vendite. **Vendite premiate anche da una politica di prezzi dinamici**, una delle tante novità dell'anno, supportata da investimenti tecnologici nei sistemi di boooking.

"**Oggi registriamo un incremento del 20,4% sul prenotato rispetto all'analogo periodo dell'anno scorso**" racconta **Andrea Gilardi**, direttore della divisione Alpitour. "Tutti i brand hanno avuto performance positive: Alpitour segna un +6%, Villaggi Bravo un +26,8% e Karambola addirittura un +57,4%. Quest'ultimo marchio, in particolare, è il leader del turismo italiano per le piccole isole della Grecia". **Per l'estate, sarà rafforzata in particolare l'offerta sul Mediterraneo, con un nuovo villaggio Bravo da 114 camere a Rodi, e con l'ampliamento del ventaglio delle strutture nel catalogo Mare Italia**. "Abbiamo ora la gestione diretta del Floriana in Calabria e del Daniela in Puglia" precisa Gilardi. "Per noi il Mare Italia rappresenta una punta di diamante: basti pensare che per noi significa 65.000 clienti l'anno".

Buone notizie anche in casa Francorosso e Viaggidea. In particolare il marchio Francorosso torna a concentrarsi sulla fascia di mercato medio-alta, con un catalogo per l'estate che propone 49 strutture, tra cui otto novità "e una presenza importante sulla Sardegna", come precisa **Pier Ezhaya**, direttore divisione Francorosso. Bene anche Viaggidea, premiato dal successo dei Tour Voyager "che pesano sul 30% del fatturato". Introdotto per la divisione Francorosso il prezzo dinamico, "che favorisce le prenotazioni in anticipo e ci consente di stabilizzare gli operativi".

Infine, a proposito di operativi, sono in cantiere importanti investimenti su Neos. Il vettore riceverà infatti tre nuove macchine, Boeing 787, che entreranno in flotta tra il 2017 e il 2018, "con le quali svilupperemo ulteriormente il lungo raggio, anche grazie all'ingresso di Press Tours nel gruppo Alpitour" conclude **Carlo Stradiotti**, a.d. di Neos.