# A NF 2015 la strategia social con la tripla A di PecoraVerde

L'innovazione nel turismo parte dall'interno e avviene su due fronti: quello digitale e quello dei comparti più tradizionali come le agenzie di viaggio. E' questo il messaggio che pecoraverde.com vuole lanciare a NF 2015, forte dei risultati della stagione estiva: un incremento costante a tripla cifra in termini di fatturato e la continua espansione della rete agenzie, che a luglio 2015 ha superato 2400 unità.

L'azienda parteciperà all'evento di Bergamo come ospite speciale all'intervento di Franco Cordero dal titolo "Intimacy, la dimensione social del turismo" e proporrà la sua **strategia social "con la tripla A" - Ascolto, Attenzione Assistenza"**. L'appuntamento è per il 26 settembre alle ore 11.15 in sala gialla.

A **NoFrills** Pecora Verde presenterà inoltre allo stand E2 i suoi prodotti di punta e le escursioni per la stagione autunno/inverno come quelle negli **Emirati Arabi** che al loro esordio l'anno scorso hanno riscosso un enorme successo.

La "rivoluzione #fuoridalgregge" di Pecora Verde si gioca su **3 aspetti chiave**: lo sviluppo di un prodotto fortemente targettizzato, a partire dalle escursioni per crociere; un'attiva presenza sui canali digitali, social media in primis; infine, un modello di distribuzione misto offline-online, che include alcune delle principali OTA e una rete sempre più estesa di agenzie di viaggio.

"Da 10 anni a questa parte - spiega il Sales director di Pecoraverde, **Sacha Panarello** - in questo settore si sono affacciate nuove aziende e nuovi modi di fare turismo ma molti di questi non riescono a diffondersi capillarmente tra gli addetti ai lavori. è necessaria la collaborazione con le agenzie di viaggio: solo così l'innovazione sarà più completa e duratura"