Veratour, l’importante è diversificare

Il 2015 si chiuderà per Veratour con una contrazione del 3-4% del **volume d’affari**. Il segno meno, che peraltro non dovrebbe pregiudicare un risultato economico comunque positivo, è dovuto alla situazione del **Nord-Africa**, situazione che però l’operatore romano ha contrastato potenziando altre offerte. In una parola, **diversificando**. Nel dettaglio, l’andamento delle destinazioni evidenzia la crescita di **Grecia** (+ 32%), **Italia** (+12%) e **Spagna** (+10%, con segnali particolarmente positivi da Ibiza e Formentera). Il **lungo raggio** e i viaggi con voli di linea crescono dell’8%, mentre **Mar Rosso ed Egitto** mostrano un calo del 14% e la **Tunisia** ha subito, ovviamente, un'importante battuta d’arresto.
Si riconfermano i dati positivi legati alla percentuale della **prenotazione anticipata**, pari al 70% dei volumi prodotti, e all’alta fidelizzazione del cliente, con il 38% di **repeater**.
Per quanto riguarda la strategia per l’anno 2016 Veratour continua a puntare sulla diversificazione, con una serie di novità. Dal 19 dicembre saranno disponibili **tre nuovi Veraclub a Cuba e in Oman**, dove nella località di **Salalah** l’operatore ha rilevato circa la metà delle sistemazioni della struttura Marriott e le propone in esclusiva al mercato italiano. Tra le novità anche il **Veraclub Negril in Giamaica,** struttura davanti a una bellissima spiaggia e già entrata nel portfolio dell’operatore ad agosto. “L’obiettivo Veratour – spiega **Massimo Broccoli**, direttore commerciale Veratour - è quello di diventare uno dei tour operator di riferimento sulle destinazioni a lungo raggio, attraverso una selezione di villaggi che mirano al presidio di una **clientela medio-alta**, supportati da una forte disponibilità sul fronte dei trasporti”.