A Bit 2017 il grande passo di Australian Travel: da agenzia viaggi a tour operator socio Astoi

Australian Travel nasce 21 anni fa da un'agenzia viaggi che era già stata nel nucleo fondatore di importanti esperienze di network come G40 Travel Group e ONE ! Travel Experience. Il titolare, **Agatino Falco**, mirava però a un passaggio evolutivo più importante per allargare il raggio d'azione dell'agenzia. Inizia quindi a proporre le destinazioni del "Pacifico" al mondo agenziale trasformandosi poco alla volta in tour operator specialista su queste destinazioni, fino alla consacrazione con l'ingresso nel novero dei soci di Astoi - Confindustria Viaggi.

Australia, Nuova Zelanda, Isole Fiji, Isole Cook, Nuova Caledonia, Polinesia Francese, Isole del Pacifico, sono le principali destinazioni coperte dal tour operator, quelle che compaiono sul nuovo catalogo che sarà presentato alla rinnovata edizione 2017 della BIT di Milano dove l'operatore fa il suo esordio ufficiale.

«Ci apprestiamo a partecipare per la prima volta in maniera ufficiale e completa in **BIT** al PAD. MICO 0 stand C35 - spieg Agatino Falco - per **presentare il nostro nuovo catalogo** (Australia, Nuova Zelanda e Isole del Pacifico) con un’immagine completamente rinnovata nello stile, nel brand e logo. Ci presentiamo con una struttura adeguata ed efficiente, numeri in forte crescita e puntiamo su un prodotto del tutto personalizzato, modulabile, ricco di rapporti con i dmc locali».

I punti di forza di Australian Travel risiedono nella struttura leggera, nella velocità di risposta e nella totale interazione fra l’adv e il passeggero da una parte e il to dall’altra.

«Non ci interessa fare preventivi fini a se stessi - aggiunge Falco - quando ci viene richiesta una quotazione per un viaggio cerchiamo di capire e di consigliare l’agente e il passeggero per migliorare e ottimizzare l’itinerario. Lavoriamo con pochissime compagnie aeree e con dmc selezionati. I nostri prodotti non sono pacchetti standard, sebbene possano soddisfare tutte le tasche perché non ci siamo posizionati su segmenti di mercato ma su destinazioni a tutto tondo, per tutte le fasce di clientela. Infatti, nel nostro catalogo, compaiono itinerari con attenzione alle disabilità e anche itinerari per viaggi low budget. La cura va posta comunque nel confezionare il prodotto e il nostro modello di business ce lo consente».