Robintur, 6 milioni di euro per il piano industriale. Obiettivo: 500 agenzie nel 2019

Quasi 6 milioni di euro di investimenti, per arrivare a sviluppare entro fine 2019 una rete integrata di oltre 500 agenzie di viaggio in tutta Italia, con le insegne **Robintur** e **Viaggi Coop**. E un nuovo logo a identificare questo passaggio, che prevede anche un presenza massiccia sull'online, per essere davvero multicanale. Ecco, in estrema sintesi, gli assett del nuovo piano industriale del gruppo turistico Robintur, detenuto interamente da **Coop Alleanza 3.0**. Il piano è stato illustrato a Milano: in questo modo, Coop -leader nella grande distribuzione italiana con 1.168 punti vendita e oltre 8 milioni e mezzo di soci - porta nel carrello degli italiani anche i viaggi, sull'onda di quanto accade in altri paesi europei come Francia e Spagna. Insieme ad alti servizi - carburanti, farmaci, libri, cure dentistiche, gioiellerie, ottica - la vacanza entra a pieno diritto nei punti vendita Coop, in un'ottica id multicanalità che è sua fisica sia digitale.

Dal primo gennaio il gruppo è cresciuto in seguito alla fusione con Planetario Viaggi. Nei prossimi tre anni, secondo lo scenario del piano industriale, le agenzie passeranno da 312, di cui 67 con dipendenti, fino ad un massimo di 500-600, di cui 80 con dipendenti diretti. Circa 30 punti vendita avranno l'insegna Viaggi Coop: la prima ha aperto lo scorso marzo presso l'ipercoop Miralfiore a Pesaro. L'investimento fino al 2019, secondo il piano, è di quasi 6 milioni di euro autofinanziati. Il rilancio prevede anche un nuovo logo, più moderno e grafico.

"Siamo un gruppo turistico nazionale e ragioniamo su questa scala - ha detto il presidente di Robintur, **Stefano Dall'Ara** - abbiamo la possibilità di crescere contando sulla rete Coop sul territorio nazionale. Il gruppo ha autonomia patrimoniale e risorse finanziarie quindi vogliamo investire anche attraverso il digitale".

"Abbiamo anche un capitolo di investimento importante sul digitale - ha spiegato il direttore generale di Robintur, **Claudio Passuti** - con l'obiettivo di allargare la fascia di età e di abbassarla. Al momento abbiamo stanziato 600 mila euro, ma dobbiamo completare il progetto con altri investimenti in marketing e comunicazione. Oltre alla multicanalità, puntiamo alla diversificazione dell' offerta, che si articola in leisure, gruppi e business. In ogni caso, noi ci muoviamo sui valori che da sempre contraddistinguono Coop, fiducia e reputazione innanzitutto".