Operazione "Caraibi, si parte!": la campagna ASTOI dedicata alla destinazione

I Tour Operator **ASTOI** lanceranno a breve una campagna a sostegno dell'area dei Caraibi che prevede diverse iniziative rivolte a trade e consumer con diffusione sui canali offline, online e social. Azioni di marketing, commerciali e di comunicazione, declinate in modalità differenti dai singoli operatori, verranno legate al claim "Caraibi, si parte!", comune denominatore.
L'iniziativa nasce per supportare e promuovere un'area turistica molto importante per gli associati, ma anche per informare correttamente i consumatori sulla fruibilità delle strutture e circa le reali condizioni delle mete caraibiche, dopo gli eventi naturali che hanno coinvolto l'area nel mese di settembre.
Nelle isole principali dei Caraibi quali, ad esempio, Repubblica Dominicana, Cuba, Giamaica, i danni causati dal passaggio dell'uragano Irma e Maria sono stati contenuti e le strutture sono immediatamente tornate alla piena operatività.
Anche le crociere rinnovano la loro presenza sui Caraibi per la stagione invernale 2017 /18, selezionando nuovi scali (Bonaire, Aruba, Curacao, Saint Vincent, Grenadine e Martinica) e confermando, in tal modo, l'importanza strategica della destinazione.
Per quanto riguarda il Messico, lo Yucatan non è stato direttamente interessato dai movimenti tellurici e tutte le attività e la vita della popolazione e dei turisti è sempre continuata normalmente. Le scosse, infatti, hanno interessato le zone che si affacciano sull'area pacifica del Paese, distanti oltre mille chilometri dalla regione dello Yucatan, dove si trovano le mete più richieste dal mercato turistico italiano (tra queste Cancún, Tulum, Playa del Carmen) e dove i Tour Operator italiani principalmente operano, concentrando in quest'area il 90% circa del loro business.
Il comparto del turismo organizzato è abituato a confrontarsi con eventi naturali non prevedibili ed è strutturato per affrontarli. In caso di crisi legate all'attualità o di calamità naturali, come in questo caso specifico, gli operatori sono stati pronti a mettere in sicurezza le infrastrutture e a tutelare l'incolumità dei clienti. Inoltre, avendo attuato da tempo una politica di diversificazione del prodotto, i Tour Operator hanno comunque tempestivamente offerto valide alternative in sostituzione ai clienti che desiderassero un cambio destinazione.
Il commento da parte del Presidente ASTOI, **Nardo Filippetti**:

“Il passaggio degli uragani Irma e Maria e il terremoto in Messico, come era naturale e fisiologico, hanno certamente prodotto una lieve contrazione della domanda, ora già in fase di ripresa. Abbiamo voluto supportare l’area dei Caraibi con un’azione forte e congiunta che ci vede uniti con un unico obiettivo, anche se con diverse modalità. Infatti, le azioni commerciali e di marketing saranno personalizzate, ma avranno tutte la medesima finalità: sostenere i Caraibi attraverso proposte molto incentivanti, che avranno validità solo per un breve periodo, considerato che si tratta di una destinazione storicamente molto amata dagli italiani. Infatti, le prenotazioni per l’ultimo dell’anno stanno già facendo registrare il tutto esaurito.”