Valtur 2018: il Catalogo diventa una Guida all'Italia

"Noi non vendiamo camere ma vacanze in Italia". Esordisce così l'amministratore delegato e direttore generale di Valtur, **Elena David**, nella presentazione riminese della nuova programmazione del tour operator.



E per dimostrarlo arriva il nuovo BOOK dedicato all’intera offerta inverno-estate, con massima attenzione al prodotto e un legame sempre più stretto con i territori in cui si trovano i 15 resort in portfolio. Presentato in un innovativo format quadrato, è stato ideato con l’obiettivo di presentare un’idea di “grand tour by Valtur” per scoprire non solo le bellezze dei resort ma anche l’unicità e le caratteristiche dei territori nei quali essi sono localizzati. Un invito a vivere esperienze uniche che rimarranno nella memoria del viaggiatore.

"Non è più un catalogo ma una Guida all'Italia - rilancia David - è inutile che noi operatori parliamo di turismo petrolio dell'Italia se poi non siamo noi stessi a valorizzarlo"

Il 2018 di Valtur è guidato da una chiara politica commerciale, centrata ancora una volta sull’early booking, con riduzioni fino al 20% sulla tariffa base. Condizioni speciali anche per le famiglie con bambini, che continuano a rappresentare un target prioritario per Valtur: per loro il primo bambino gratis fino ai 13 anni, mentre a partire dal secondo è previsto uno sconto del 50% sulla tariffa base. E’ inoltre possibile scegliere la formula dei soggiorni brevi, a partire da una notte, e flessibili, con data di arrivo e partenza a scelta dell’ospite; gli ospiti che soggiornano per almeno 2 notti possono attivare

lo Speciale Ski Pass, con consegna direttamente al check-in.
“Vogliamo essere riconosciuti come un operatore solido e affidabile dai nostri partner, a partire dalle agenzie di viaggio”, aggiunge **Jordi de Las Moras**, Chief Commercial & Marketing Officer Valtur.
“Quest’ultimo anno di intenso lavoro ci ha consentito di riposizionarci sul mercato e iniziare recuperare la fiducia degli operatori; anche per il 2018 continueremo a garantire alle agenzie una policy commerciale chiara e coerente, che mira alla qualità dell’offerta e alla soddisfazione del cliente”.
“Sono stati mesi di intenso e duro lavoro - conclude Elena David - ma posso ora dire che siamo pronti ad affrontare il nuovo anno con solide basi, con ancora più entusiasmo ed energia. Sono certa che, con il contributo di tutto lo staff e il supporto dei nostri stakeholder, il percorso di ricostruzione e rinnovamento che abbiamo intrapreso ci porterà a raggiungere importanti risultati. Tutti noi abbiamo il compito di salvaguardare questo marchio tesoro del turismo italiano: vogliamo guidare Valtur nel futuro e abbiamo in programma la realizzazione di un grande progetto a favore del turismo in Italia”.