Veratour rilancia il Mar Rosso con tre villaggi "Made in Italy"

“L’Egitto riparte, anzi riparte forte, come confermano i primi indicatori del 2018, con numeri che non si vedevano dal 2013" parole di **Stefano Pompili**, direttore generale Veratour, all’evento organizzato al Vera Resort Sentido Reef Oasis Senses di Sharm El Sheikh davanti a 170 agenti di viaggio, per rilanciare la destinazione.



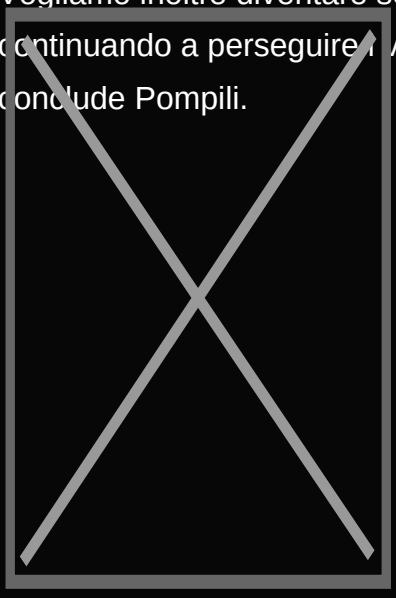
“Una tendenza che vede per la prossima stagione estiva moltiplicarsi per tre gli arrivi, in particolare famiglie, nei nostri tre villaggi Veratour in Egitto, a Sharm El Sheikh e Marsa Alam sul Mar Rosso e Marsa Matrouth, sul Mediterraneo a 250 km. da Alessandria, che riapre il 22 maggio. Nei tre villaggi offriamo un format made in Italy, con un buon rapporto qualità prezzo e un punto mare difficilmente trovabile, aspetti che differenziano il prodotto Veratour rispetto all’offerta di mercato”, ha aggiunto Pompili. Nei tre villaggi in Egitto Veratour offre 1.500 posti a settimana.

Risultati e obiettivi

Veratour ha chiuso il 2017 con il 28esimo bilancio consecutivo in utile ed un incremento del 15% dei volumi ed un aumento degli utili per un fatturato totale di circa 200 milioni di euro, definito da Pompili "il miglior risultato della nostra storia". E’ prevista una crescita media tra il 6 e il 10% con un mantenimento della redditività e un fatturato di 250 milioni di euro nel 2020.

Strategia

Oltre due milioni di euro l'investimento previsto in comunicazione nel 2018 con una campagna che spazierà dai media tradizionali ai social, dalla musica allo sport. Punti fondamentali della campagna saranno la valorizzazione del brand e del format "Made in Italy" come punto di forza dell'offerta del tour operator. Altri aspetti importanti della comunicazione saranno la valorizzazione della prenotazione anticipata e l'importanza di affidarsi a un professionista.
“I nostri punti strategici sono il potenziamento dell’offerta dei Villaggi Veraclub e l’ampliamento dei voli di linea, oltre a riposizionare il trasporto aereo e trovare sinergie con le principali compagnie aeree. Riconfermiamo la nostra politica distributiva, che mette le agenzie al centro dei nostri interessi. Vogliamo inoltre diventare sempre più un punto di riferimento per una clientela medio-alta, il tutto continuando a perseguire i valori di serietà, chiarezza e trasparenza che ci hanno sempre guidato" conclude Pompili.



"L’offerta Veratour è indirizzata sempre più alla qualità ed al controllo diretto dei servizi erogati, con un’offerta flessibile e soprattutto realizzabile su misura, coerente con le attese dei clienti più esigenti. Non vogliamo rincorrere l'offerta del prezzo, ma creare un prodotto e controllarlo, fare in modo che sia ricco di esperienze e di esclusività.”, ha aggiunto il direttore commerciale **Massimo Broccoli**.
"Per il prodotto - specifica **Daniele Pompili,** general manager Divisione Villaggi - Il 2018 è un anno di consolidamento e miglioramento non solo per interventi tecnico-strutturali nei nostri villaggi, ma anche per i servizi per noi trainanti come l’animazione, l’assistenza e la cucina, con l’incremento dei cuochi italiani all’estero. Puntiamo su gestioni dirette dei villaggi per avere sempre più una connotazione alberghiera ed un controllo più diretto sul prodotto.”

Luciano Riella