Alitalia: nasce il portale incoming "Discover Italy". Lazzerini: "Non vogliamo sostituirci ai tour operator"

Alitalia ha presentato una delle novità più attese: il portale **Discover Italy,** piattaforma editoriale realizzata con **Touring Club** e **Gambero Rosso** che hanno fornito contenuti originali per raccontare le eccellenze italiane, attirare nuovi passeggeri e incrementare il turismo in Italia.
‘Discover Italy’ è una piattaforma digitale multilingue e multicanale: inizialmente in italiano e in inglese contiene informazioni, consigli, guide ed esperienze di viaggio e offre un’attenta e ampia selezione di destinazioni del nostro Paese, selezionati in maniera intelligente a seconda della lingua di visualizzazione. I diversi itinerari tematici con cui viene narrata ogni località spaziano dall’enogastronomia, all’architettura; dal cinema, alle feste popolari; dal lifestyle, allo sport. Il tutto declinato in modo originale ed emozionale, con un taglio contemporaneo e proposte personalizzate per diverse tipologie di viaggiatori.
Il portale non è però solo editoriale dato che accanto alla scoperta delle destinazioni permette l'acquisto dei biglietti di Alitalia.
“Con ‘Discover Italy’ avviamo il processo di trasformazione del nostro sito in una nuova piattaforma digitale con contenuti dedicati e personalizzati. L’obiettivo è quello di attirare sui nostri voli più turisti, soprattutto dall’estero, e promuovere in un modo coinvolgente ed emozionale le destinazioni italiane”, ha dichiarato **Fabio Maria Lazzerini**. “Voglio ringraziare gli autorevoli partner di questo progetto, Touring Club Italiano e Gambero Rosso, perché attraverso il loro importante contributo siamo riusciti a confezionare un prodotto innovativo e di grande qualità, che ha infiniti margini di sviluppo. Alitalia ha l’ambizione di essere sempre più la porta di ingresso in Italia per milioni di turisti da tutto il mondo. Un’aspirazione che produrrà importanti e benefici effetti sull’economia di un Paese che ha nel turismo un suo asset fondamentale”, ha aggiunto il Chief Commercial Officer and Revenue Management di Alitalia.
Nelle intenzioni la piattaforma potrebbe andare anche oltre la vendita di voli. "E' chiaro che chi viene in Italia non ha bisogno solo del volo ma anche di altri servizi accessori, come hotel, transfer e tickets. - ha proseguito Lazzerini - Non è però nostra intenzione sostituirci ai tour operator con cui fra l'alto

collaboriamo a stretto contatto. Non escludiamo però di iniziare un dialogo con gli operatori per offrire dei servizi in più. Lo stesso Touring Club che ora fornisce solo contenuti potrebbe diventare un interlocutore".
Per Alitalia infatti l'intermediato vale oltre tre quarti del fatturato: "Il sito di Alitalia contribuisce al 24% per cento del fatturato della compagnia, un dato che sale al 30% sul mercato interno,ma il resto è intermediato" - conclude Lazzerini
“Abbiamo lavorato a lungo per essere partner di questo accordo che abbiamo condiviso – ha poi affermato **Franco Iseppi**, Presidente del Touring Club Italiano – consapevoli che sia fondamentale promuovere con autorevolezza le eccellenze del nostro Paese. L’Italia è uno dei Paesi in Europa più ricchi di biodiversità, di distintività territoriale, di qualità di beni gastronomici, di attrattività paesaggistica, di patrimonio culturale. È un Paese unico al mondo e merita di essere conosciuto, promosso e valorizzato. La preziosa collaborazione con partner che sono autorevoli attori del sistema Italia ci assicura il raggiungimento del nostro obiettivo”.
“Gli ultimi dati del settore turistico - dichiara **Paolo Cuccia**, Presidente di Gambero Rosso - confermano l’attenzione e l’interesse crescente per l’enogastronomia made in Italy e come questa sia diventata una spinta motivazionale per l’incoming nel nostro Paese, rivestendo la stessa importanza della storia, della cultura e dei beni archeologici che ogni anno richiamano milioni di turisti. L’Italia è incomparabile per la straordinaria presenza di eccellenze legate ai territori, unici nei loro paesaggi e nella loro biodiversità. Gambero Rosso, che si conferma soggetto di riferimento del settore, è orgoglioso di far parte di questo progetto insieme ai partner di prestigio Alitalia e Touring Club Italiano”.
La piattaforma editoriale ‘Discover Italy’ è stata realizzata da Shado, media company di H-Farm, punto di riferimento per l’innovazione e prima realtà in Italia in grado di supportare la creazione di nuovi modelli d’impresa e la trasformazione e l’educazione dei giovani e delle aziende italiane in un’ottica digitale.
Per visitare ‘Discover Italy’ basta digitare discoveritaly.alitalia.com.