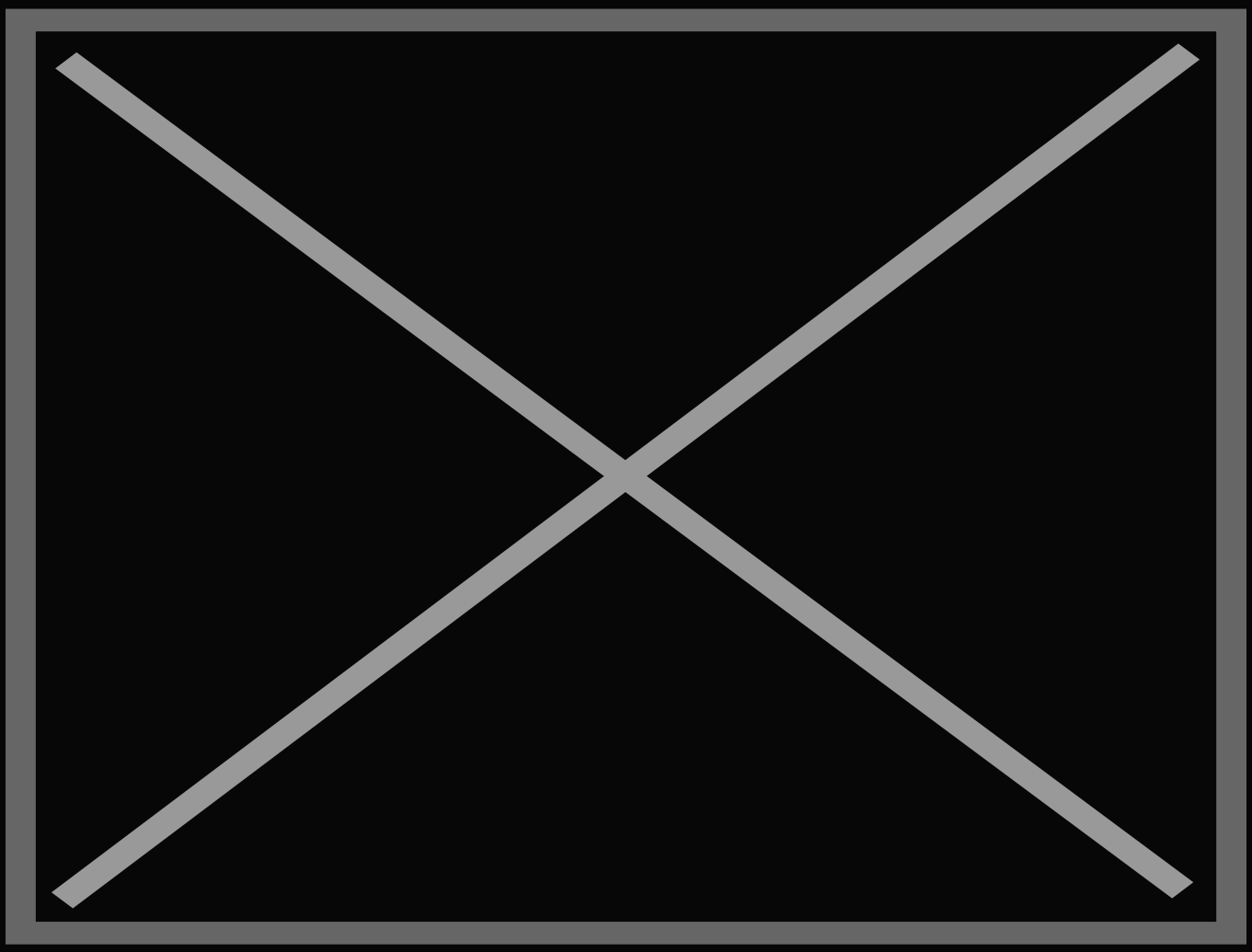
Grecia, Italia e Spagna le mete dell'estate 2018

Dai dati del network **Gattinoni Mondo di Vacanze** comprende circa 900 agenzie di viaggio distribuite in tutta Italia emergono interessanti trend sulle partenze di questa estate: le persone che hanno prenotato vacanze organizzate da effettuare nel periodo giugno-settembre 2018 sono ad oggi il 15% in più rispetto a quelle dello scorso anno, pari periodo.
Il dato potrebbe sorprendere ma nelle agenzie Gattinoni il web non è più vissuto come concorrente ma come strumento per avvicinare nuovi cluster, come i Millennials: le agenzie del network hanno sfruttato gli strumenti digitali messi a loro disposizione per rendersi accattivanti verso vari pubblici, dialogando con persone molto diverse grazie al supporto tecnologico e social.

Le mete più richieste per l’estate 2018 sono Grecia, Italia e Spagna

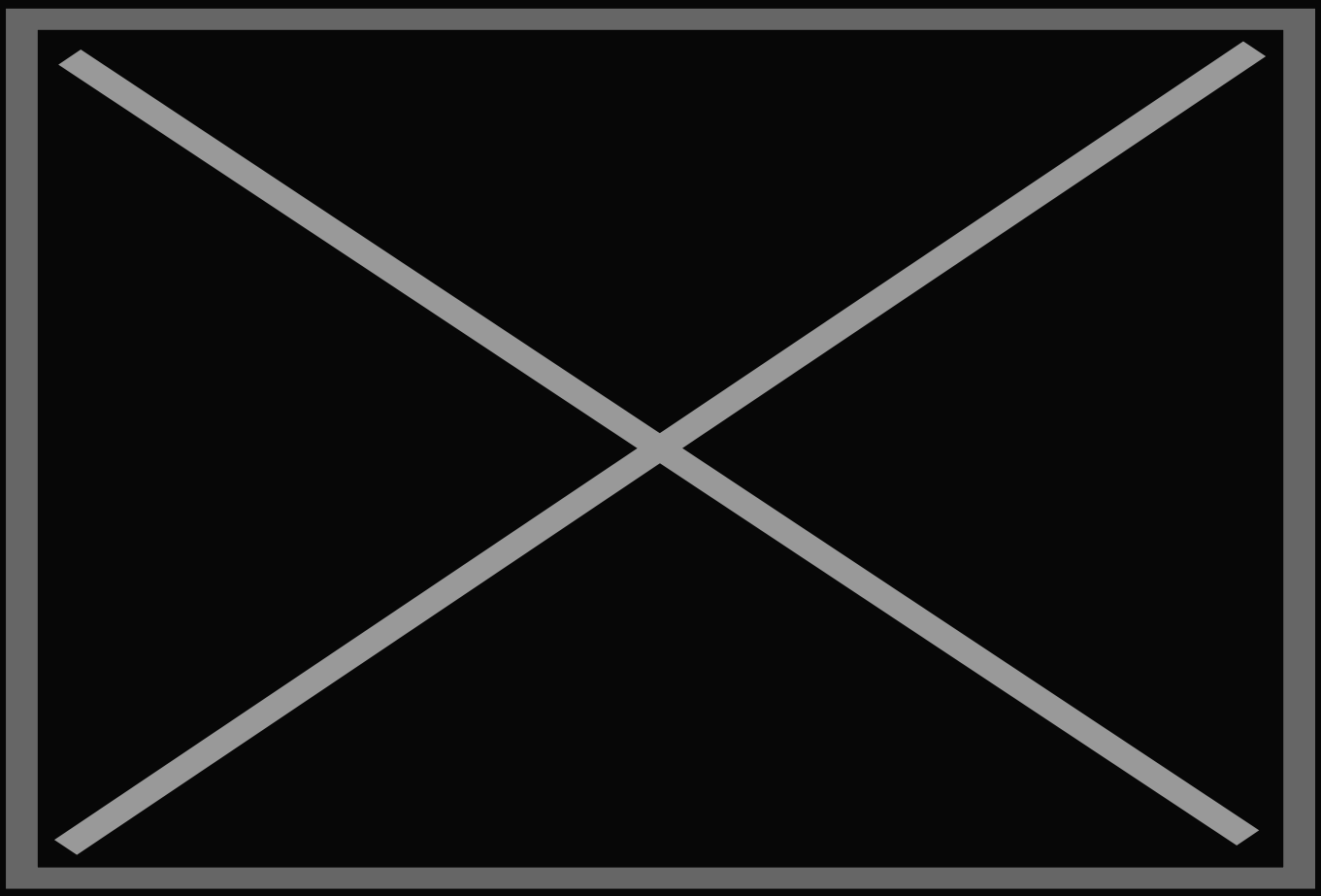
La Grecia registra le migliori performance e la Spagna è in recupero dopo la flessione dello scorso anno dovuta al caro-prezzi. L’Italia cresce a doppia cifra ma purtroppo su una stagionalità ancora troppo corta. Il clima, su buona parte delle nostre coste, consentirebbe di operare con una stagionalità da maggio a fine settembre ma fino a quando le vacanze scolastiche non verranno riviste con una gestione modulare questo non potrà accadere. In Italia le famiglie prediligono ancora il format del villaggio, ma sono in crescita le richieste di hotel su misura, con caratteristiche ad esempio declinate sulla presenza di centri benessere, hotel per coppie e strutture con ristorazione specifiche e in grado di gestire allergie alimentari.



Nel medio raggio posizionamento di Egitto e Tunisia

L’Egitto balneare è in fortissima ascesa, e lascia supporre che il trend continuerà per tutto l’anno; la meta più richiesta è Marsa Alam (Mar Rosso), seguita da Marsa Matrouh (costa Mediterranea) e Sharm El Sheikh. La Tunisia dà segnali di ripresa, ma si prevede che i frutti si coglieranno nell’estate 2019.

Le crociere piacciono sempre molto agli italiani e riscuotono successo anche grazie alle politiche promozionali, di sviluppo e di innovazione dei crocieristi, all'ampliamento della programmazione e dell'offerta. Se un tempo si poteva pensare che le crescite nel bacino del Mediterraneo fossero indotte dalle criticità in atto in alcune destinazioni del nord Africa, oggi si nota una crescita autonoma.
Nel cosiddetto lungo raggio l'andamento è sempre molto positivo verso l'Oceano Indiano, in particolare Maldive e Tanzania. Si assiste a segnali di ripresa verso i Caraibi, dove probabilmente l'interesse tornerà a manifestarsi massicciamente in inverno.



Commenta **Sergio Testi**, Direttore Generale del Network: "I comportamenti dei consumatori vanno colti: se tornano a rivolgersi con fiducia alle agenzie di viaggi è perché hanno deciso di dare priorità alle garanzie, all'affidabilità, alla concretezza che gli agenti di viaggio offrono loro diventando interlocutori reali ed attivi in ogni fase del viaggio. Sono disposti a spendere di più rispetto a prima, ribadiscono che il tempo libero conta e vogliono nei loro momenti di vacanza evitare sorprese sgradevoli".
Continua Testi: "Abbiamo investito molto per diffondere il brand e veicolare i consumatori nelle nostre agenzie. Campagne di comunicazione, pubblicità, iniziative tutto l'anno, ampliamento delle tipologie di programmazione. Parallelamente investiamo costantemente per dotare le agenzie di tutto ciò che può favorirle rispetto alla concorrenza, sia come offerta sia come supporto tecnologico e di marketing. I risultati di questo primo semestre fanno ben sperare per chiudere un 2018 con crescite importanti".