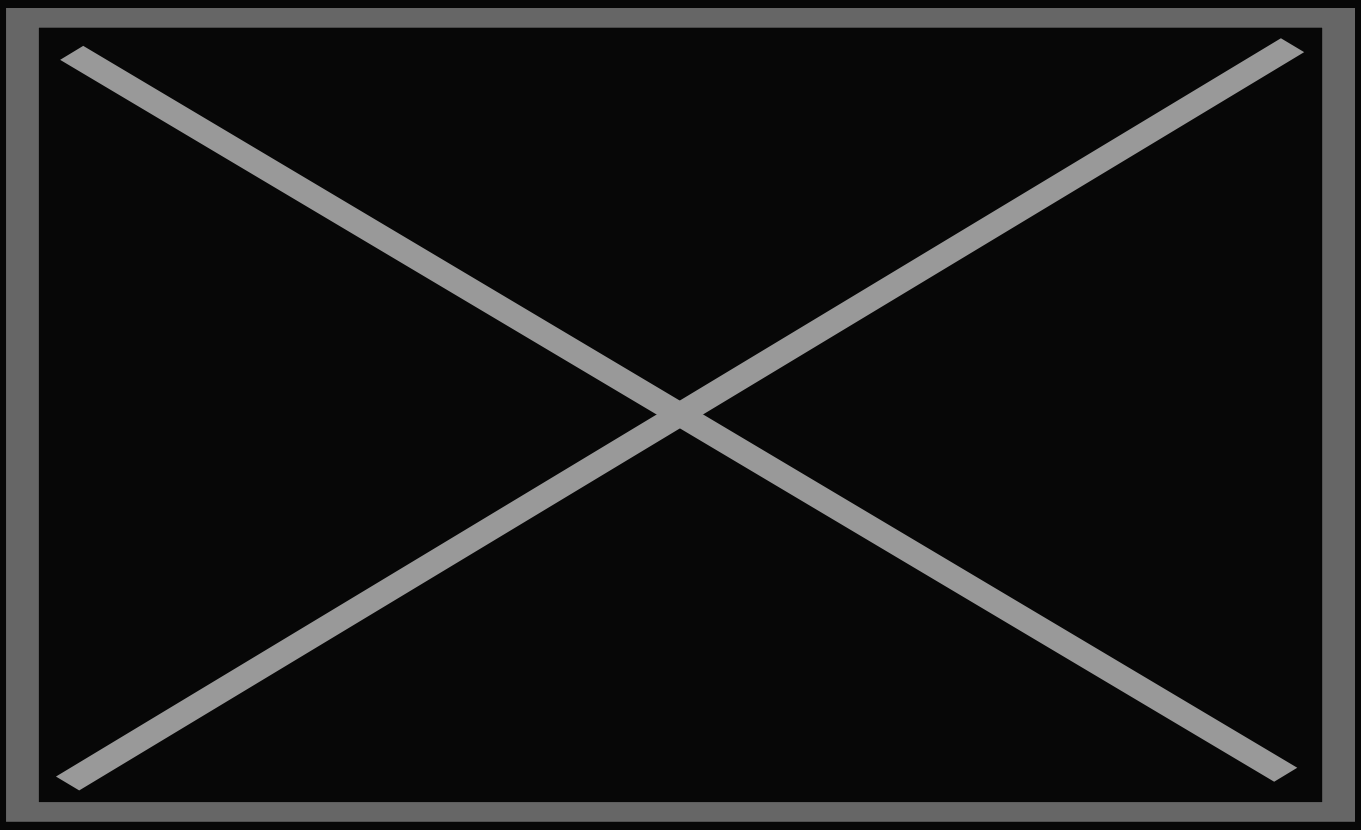
Gattinoni Mondo di Vacanze: estate 2018 a +16%, Mar Rosso quarta destinazione

Bilancio positivo per il network **Gattinoni Mondo di Vacanze**, che comprende circa 900 agenzie di viaggio distribuite in tutta Italia. L’andamento dell’estate 2018 ha registrato un aumento del fatturato e dei passeggeri pari al 16% rispetto allo scorso anno.
I dati progressivi della stagione includono le prenotazioni delle vacanze in settembre, mese sempre più richiesto, e confermano il trend dell’anno precedente.
Il Mar Rosso, come da previsioni, è stato protagonista di una forte ripresa, diventando la quarta destinazione preferita, dopo Spagna (nonostante i prezzi non competitivi), Grecia (in costante crescita) e Italia (trainata dall’Advance Booking).
La Tunisia invece, nonostante abbia raggiunto numeri significativi da parte dei mercati europei, non è stata ancora percepita dagli italiani come meta completamente sicura per le vacanze.

Per i viaggiatori che si sono rivolti alle agenzie del network, oltre alle 4 destinazioni sopra citate, ce ne sono altre che possiamo considerare “emergenti”: Giapp one per i tour, Albania migliore outsider, Marocco, Kenya e Tanzania (gradito ritorno).



Le previsioni per le partenze d’autunno in Italia ed Europa fanno presagire un proseguimento del trend positivo: c’è grande interesse infatti verso i Parchi divertimento, le capitali con particolare attenzione per gli eventi e la cultura e ai Mercatini di Natale, oltre che un inizio di prenotazioni per Natale e Capodanno.

Sergio Testi, Direttore Generale del Network commenta l’andamento estate e fa un passaggio anche sull’Italia: “Auspichiamo che l’Italia riveda la propria politica di prezzi per continuare ad essere destinazione di forte interesse. Infatti, dopo alcuni anni di forte positività delle vendite, notiamo che i prezzi da catalogo 2018 hanno registrato un forte aumento, in particolare in alta stagione, portando ad un calo di domanda e ad un ritorno alle prenotazioni last minute. Se imparassimo ad allungare la stagionalità, come il nostro clima consente, potremo sfruttare le potenzialità straordinarie del nostro Paese; oggi buona parte delle strutture nazionali preferisce chiudere in maggio e nella seconda quindicina di settembre, rinunciando alla media-bassa stagione e alimentando le crescite verso Spagna, Grecia ed Egitto”.

Continua Testi: “I risultati commerciali dell’estate, e in generale dei primi otto mesi dell’anno, dimostrano che la politica distributiva e le azioni promosse dal network hanno portato frutti alle agenzie; dalle operazioni di marketing alla comunicazione che induce il consumatore a indirizzarsi verso il nostro brand, l’obiettivo è sempre dare riconoscibilità alle singole agenzie, con

strumenti sempre più evoluti e con elementi di novità”.