A casa di Quality Group per prepararsi al turismo del futuro

Quality Group da circa vent'anni costruisce esperienze di viaggio in modo innovativo, grazie alla profonda conoscenza dei prodotti e delle destinazioni offerte.
La conoscenza capillare dei paesi proposti li ha portati ad essere pionieri negli anni '70 ed '80, in molte destinazioni come la Cina, l'India, la Namibia, lo Yemen, la Libia, il Sudafrica, l'Iran, il Tibet e molte altre, prevedendo ed anticipando lo sviluppo di nuovi flussi turistici dal mercato italiano.
Per mantenere innovazione ed alta qualità del prodotto offerto che si coniughi ad una programmazione sempre più ampia e aggiornata, Quality Group da sempre investe per avere una presenza capillare nelle destinazioni proposte, così da avere un controllo diretto e totale dei servizi erogati, in linea con gli elevati standard del gruppo.
"Fino a pochi anni fa, il Tour Operator poteva limitarsi ad una funzione di intermediario fra i clienti e le strutture ricettive e, in aggiunta, di consulente di viaggi. Ora, per poter entrare nel futuro, bisogna anche essere in grado di coinvolgersi direttamente con la dinamica dell'accoglienza, e contribuire, insieme ai partners stranieri, a creare il prodotto in modo nuovo, unico ed esclusivo". Dichiara **Michele Serra**, Presidente Quality Group.
"Una specializzazione sempre più puntuale ed un controllo diretto dei servizi offerti che spaziano dalle guide ai corrispondenti fino ai mezzi di trasporto ed alle strutture ricettive utilizzati per i nostri clienti, ci consentono di proporre aree e mete di notevole impatto in modo innovativo, garantendo soluzioni esclusive per rendere i nostri viaggi impareggiabili". Dichiara **Marco Peci**, direttore commerciale.
Se gli italiani in viaggio sono sempre più numerosi, sono molte le aree del mondo ancora poco conosciute a partire dall'Europa che riserva innumerevoli occasioni di esplorazione.
Ci sono in Europa porzioni di territorio inesplorato come le foreste della Polonia, le aree remote della Russia, il Mar Morto o ancora le aree della Carelia russa, a nord di San Pietroburgo.
Tra le mete più green che entreranno presto a far parte della programmazione del gruppo torinese vi è l'arcipelago delle Azzorre, ideale per geoturismo, trekking e mountain bike, il Montenegro che conserva foreste vergini, e le Orcadi che, oltre alla natura meravigliosa, custodiscono 150 siti archeologici e tra questi ce ne sono addirittura alcuni più antichi delle Piramidi.

Nel lungo raggio ci sono aree dell’Argentina e Cile del Nord che riservano straordinarie opportunità di viaggi di altissimo valore.
Tra le mete che in futuro potranno avere sempre più appeal per un target di viaggiatori colto e curioso, si inserisce la Corea del Nord proposta da Quality Group in abbinamento alla Corea del Sud così che i viaggiatori possano conoscere i due volti della stessa medaglia. Per molti ‘il viaggio dei viaggi’ perché questo paese riserva una condizione storica, politica, economica e sociale unica che solo una visita in questo paese permetterà di cogliere.
“Oltre a mete ed aree inesplorate che crediamo possano richiamare flussi turistici nel prossimo futuro, grazie all’attrattività che conservano, agli investimenti in via di attuazione da parte delle destinazioni in collegamenti e ricettività; come Quality Group abbiamo creato nuovo modi per vivere una destinazione classica incrementandone l’accessibilità, dall’Australia all’Africa.”. – Prosegue Marco Peci, direttore commerciale.
“La conoscenza e la passione sono le chiavi che ci permettono di soddisfare le esigenze di una clientela sempre più informata ed esperta. Il nostro Gruppo, che conta di 8 marchi specializzati in destinazioni diverse, non smette mai di investire sull’innovazione che è lo strumento grazie al quale in questi 20 anni siamo cresciuti in modo equilibrato, solido e con gradimento da parte degli Agenti di Viaggio e dei loro Clienti. E’ la nostra anima artigianale che ci consente di presidiare con creatività e pragmaticità le nostre destinazioni ottenendo soluzioni sempre al passo con i tempi”. Conclude Marco Peci.