Sardinia 360, bilancio positivo anche grazie alle agenzie

Volumi d’affari, marginalità, fidelizzazione e distribuzione: **sono tutti positivi gli indicatori di Sardinia 360 alla chiusura della stagione estiva 2014**. Al secondo anno di attività, Sardinia 360 rispetta il business plan prefissato e raggiunge il break even, raddoppiando il volume d’affari dell’anno 2013. Le vendite sono state positive sia nel comparto pratiche individuali sia per gruppi precostituiti. “Stiamo parlando ancora di numeri piccoli se paragonati ai grandi tour operator, ma siamo molto soddisfatti dei risultati raggiunti e ottimisti per le prospettive della stagione 2015” afferma **Marco Bongiovanni** Amministratore Delegato Sardinia 360. “Siamo riusciti a realizzare i traguardi che ci eravamo posti potenziando la nostra programmazione Sardegna, fidelizzando una selezione di agenzie del centro nord che apprezzano il nostro prodotto e i nostri servizi, nonché raccogliendo la soddisfazione dei clienti. Certamente il mercato è complesso e non sempre lineare, con prenotazioni spesso sotto data influenzate da tante variabili, ma crediamo che esperienza, competenza, prodotti e servizi di qualità siano il miglior modo per affrontare tali variabili con cui il nostro settore si confronta ogni giorno”.

Per quanto riguarda il prodotto, **la programmazione di Sardinia 360 conta circa 80 strutture ubicate in tutta l’isola:** le vendite maggiori sono state registrate da alberghi e resort al nord, ma sono stati buoni i riscontri anche per i villaggi nel sud dell’isola e le vendite delle strutture 5 stelle. **Particolarmente apprezzata dalle agenzie di viaggi è stata poi la parte trasporti, con tariffe vantaggiose per compagnie aeree e traghetti, così come la disponibilità di pacchetti di durata variabile e non solo di 7 o 14 notti**. Sempre sul fronte adv, **al momento le agenzie fidelizzate sono circa 250, ma per il 2015 il t.o. punta a raggiungere le 360**. “Dopo due anni di lavoro capillare e senza sosta possiamo dire che iniziamo con grande soddisfazione a vedere i risultati” commenta **Claudio Ardigò**, Direttore Commerciale Sardinia 360. “Per noi è molto importante la relazione diretta e continuativa con le agenzie selezionate. Nel 2015 vogliamo ampliare il nostro panel di agenzie di viaggio incrementando la nostra penetrazione nelle regioni di Piemonte, Toscana e Lazio”.