InViaggi, il rinnovamento fa rotta sulla qualità

Aumentare la marginalità, alzare la **qualità** del prodotto e concentrare l'offerta su alcune destinazioni, in modo da riuscire a caratterizzarla meglio e di più. Sono tanti e tutti impegnativi gli obiettivi di **InViaggi,** storico tour operator (è stato fondato 36 anni fa) che affronta ormai da diversi mesi un'importante fase di **rinnovamento**. In seguito all'aumento di capitale deciso lo scorso anno, la guida dell'azienda è passata al presidente Andrea Rastellini, mentre il fondatore Renato Martellotti resta a far parte della squadra con l'incarico di consigliere delegato, e con il 30% delle quote societarie.
Con una lunga esperienza nel settore digital e dell'innovazione, Rastellini punta in particolare ad "applicare" al turismo il modello di gestione dell'industria, con investimenti nella tecnologia e nella razionalizzazione e integrazione dei sistemi informativi, allo scopo di aumentare l'efficienza e di conseguenza la competitività e marginalità dell'azienda. Detto in cifre, l'obiettivo per il 2017 (il fatturato 2016 si è attestato intorno ai 40 milioni di euro) è quello di "incrementare i volumi del 2017 del 10-15%".
In distribuzione in questi giorni, il catalogo 2017 è declinato secondo le parole d'ordine "novità" e "continuità", come spiega il responsabile commerciale Sergio Staiti. E cioè, innanzitutto, dal "ritorno" in Egitto, con tre nuove, selezionatissime strutture sul Mar Rosso. A sostegno della crescita nelle prenotazioni riscontrata da inizio anno, l'operatore ha deciso di investire ulteriomente, con tre voli speciali da Milano a Sharm El Sheikh in calendario il 15, 22 e 29 aprile. Accanto all'Egitto ritorna la Tunisia, con tre villaggi Orange Club, mentre cresce ulteriormente il prodotto Grecia (in catalogo due nuovi Orange Club, a Creta e Paros) e Spagna (con un volo speciale in più per Fuerteventura.
Non manca in catalogo l'Italia, con un nuovo resort in Sardegna, e la Toscana, per la prima volta inclusa nella programmazione dell'operatore. In un catalogo che punta a restare in agenzia tutto l'anno, poi, non può mancare il lungo raggio, con il Kenya, Mauritius e Cuba.
Da notare che tutta la programmazione è venduta anche con formula solo land, per quei viaggiatori (o quegli agenti di viaggi) che provvedono in autonomia al volo, ma non vogliono rinunciare alla selezione e alla "garanzia" dell'operatore.