Crescita a due cifre e un nuovo marchio nel 2017 del Quality Group

Quality Group ha reso noti i risultati del 2017 che vedono una crescita complessiva dei tour operator associati del 13% nel 2017, con un fatturato che sfiora i 137 milioni di Euro e con un +12% di passeggeri rispetto al 2016.

“Abbiamo chiuso il 2017 con un buon risultato contraddistinto da una forte predominante di viaggi individuali ad hoc su misura” commenta **Marco Peci**, Direttore Commerciale Quality Group -. La crescita ha interessato tutti i brand del Quality Group con un aumento del fatturato per singolo marchio che si è attestato tra il 5 ed il 23%. Il 2018 è iniziato con un forte advance booking che ha caratterizzato i primi 2 mesi dell’anno in modo più marcato del passato”.

Per quanto riguarda le destinazioni, crescita a due cifre per moltissime mete di Quality Group, come Usa, Bolivia, Nepal, Birmania, Namibia, Botswana, Gran Bretagna, Spagna, Russia, Messico, Indonesia, Malesia, Nuova Zelanda e Canada. In forte ripresa destinazioni come il Kenya, ma anche la Giordania e la Colombia.

“Non ci siamo dati un obiettivo specifico di crescita per il 2018, saremmo felici di consolidare il 2017 anche se i numeri, al momento, ci fanno intravedere un’ulteriore crescita possibile per il 2018. Ci aspettiamo un decremento per la Russia, a causa dei Mondiali di Calcio che influenzeranno negativamente le vendite estive, ma contiamo su una forte opportunità di crescita delle vendite per prodotti mare, già in aumento negli ultimi mesi, relativi ad Oceano Indiano, Maldive, Caraibi, Polinesia. Il 2017 ha visto anche la nascita di un nuovo marchio di Quality Group, **ItalyScape** che è partito molto bene e sta crescendo sensibilmente nel 2018, segno evidente che la rete di agenzie di viaggi incoming italiane ha ben recepito l’impegno e il prodotto di alto livello offerto” precisa Marco Peci.

Prosegue anche quest’anno l’impegno di Quality Group rivolto al trade, con la formazione che interessa un bacino di oltre 8.000 agenti di viaggio, spaziando tra workshop, webinar, fam trip e altre iniziative. Sta riscuotendo un grande successo la formula de “In viaggio col Product Manager”, dove il Quality Group registra costantemente il sold out.