Estate positiva per I Viaggi dell'Airone: fatturato a +16% sul lungo raggio

Nella stagione dello shopping e delle grandi aggregazioni di marchi, emerge nel tour operating la figura delle aziende “tailor made specialist” del lungo raggio.
Il bilancio dell’estate e degli ultimi mesi più in generale, segnala un’attenzione accresciuta nel loro confronti da parte del mercato della distribuzione, un partner essenziale e orientato dalla ricerca di prodotti senza sorprese. Spesso si tratta di aziende di grande tradizione, marchi storici che ancora sanno resistere all’assorbimento dei grandi gruppi e alla loro concorrenza.
“E’ sicuramente il caso di **I Viaggi dell’Airone** - afferma **Angioletto de Negri** amministratore e titolare del tour operator napoletano – e l’attività che oggi riscoprono le agenzie di viaggio è quello che ho sempre fatto fin dal 1975 insieme alla mia famiglia. Trovare una conduzione così duratura è cosa oggi rarissima – prosegue de Negri - specialmente in un settore come il nostro invaso dalla presenza di fondi, prestiti obbligazionari, ingressi in MPI, cambi di proprietà , accaparramento di marchi, etc, etc.”.
I numeri parlano a favore dell’azienda napoletana che per la stagione in corso ad oggi registra + 16% sul fatturato lungo raggio ed un + 11% sul fatturato come reseller di Amadeus per la biglietteria aerea.
La motivazione che prevale nella scelta del tour operator tailor made, spiega de Negri, è la ricerca del viaggio costruito addosso al cliente, sulle sue esigenze e sulla volontà di fare del viaggio un’esperienza da ricordare.
“Un tour operator tradizionale come I Viaggi dell’Airone rappresenta un porto sicuro e una soluzione ad una platea di agenzia di viaggi sempre più disorientate che cercano un interlocutore in carne ed ossa che, oltre che soddisfare le esigenze loro e dei clienti, risolva in tempi brevissimi l’eventuale necessità di assistenza o altro. Non accetta quindi volentieri il fornitore anonimo oppure con tanto di marchio ma senza un vero titolare o meglio ancora senza chi ha creato marchio, prodotto, avviamento e mercato. Al suo posto spesso solo un finanziatore, una banca o un fondo di investimento”.