Veratour apre il 2019 con +28% di prevendite

Continua la cavalcata di **Veratour** che apre il 2019 nel migliore dei modi: i volumi indicano una crescita del 28% sulle prenotazioni. Un dato senza precedenti che alla fine dell'anno potrebbe portare il fatturato a superare il +10%, mantenendo gli indici di redditività.

Non nasconde una certa soddisfazione **Stefano Pompili**, direttore generale Veratour che comunque invita alla prudenza: “Sono ancora i dati iniziali, vedremo alla fine dell'anno. La cosa importante è che stiamo lavorando bene, che i clienti riconoscono il nostro impegno e ci premiano con le loro scelte. Anche le nuove strutture inaugurate stanno funzionando in linea con le nostre previsioni, tutto il team Veratour sta facendo un gran lavoro”.

Ottime le prestazioni dei nuovi arrivi, soprattutto il Veraclub Kelibia in Tunisia e i due nuovi villaggi in Egitto, Sharm el Sheikh e Marsa Alam. Questi ultimi in particolare beneficiano di una forte crescita di tutta l'area che al 15 febbraio raddoppia rispetto all'anno scorso.

Quasi tutte le destinazioni confermano il trend di crescita: con Caraibi al +32% rispetto al 2018, Oceano Indiano al +7%, Estremo Oriente +10% e le sole Canarie in flessione (-12%). Bene anche i primi dati di vendita sul Mediterraneo con la Grecia al +3%, Baleari +14% e Italia +13% che tuttavia mostreranno il loro potenziale dalla primavera in poi.

“Cresciamo su quasi tutte le destinazioni, quindi a funzionare è la nostra strategia, - spiega **Massimo Broccoli** direttore commerciale Veratour - il +28% sul prevenduto è merito della trasparenza sulle politiche di pricing che invitano i clienti alla prenotazione anticipata. La nostra vera forza è data dalla collaborazione con le agenzie di viaggi, con il circuito Verastore e i network. Vendiamo il 100% del nostro prodotto tramite agenzia e i risultati sono eccezionali, segno inequivocabile che la scelta di Veratour di distribuire esclusivamente su questo canale è vincente”.

Per consolidare la crescita Veratour ha già disposto per il 2019 una serie di investimenti in aree strategiche: comunicazione, digital, ricerca di nuove destinazioni, gestione diretta delle strutture e sviluppo dei viaggi con voli di linea.