Travel Quotidiano, 10 ottobre 2019

Sul nuovo sito del to in vendita le singole escursioni

Sos Travel: la Brexit che non ti aspetti

ROMA – (m.s.) Le incertezze legate alla possibile uscita del Regno Unito dall'Unione europea, invece di scoraggiare la domanda italiana verso la Gran Bretagna, paiono generare esattamente l'effetto contrario. Almeno stando a quello che racconta il direttore commerciale di Sos Travel, Stefano Iannucci: «C'è in effetti grande curiosità in attesa del fatidico 31 ottobre, data della possibile uscita del Paese dalla Ue. Il nostro pacchetto "Tutta Londra in italiano" si è quindi rivelato perfetto per visitare con guide Blue badge la capitale inglese. Da novembre sarà perciò ulteriormente arricchito con l'entrata alla Torre di Londra, una sosta alla ruota panoramica London Eye e il biglietto per lo Sky Garden su uno dei grattacieli della City».

Ma le novità Sos Travel non finiscono qui, perché «a breve sarà online anche il nostro nuovo sito web – prosegue Iannucci -. Presenterà un'interfaccia completamente rinnovata, un motore di ricerca più performante e un'area dedicata alle esperienze. In questo modo, per ogni destinazione i visitatori potranno scegliere se acquistare il pacchetto di viaggio o alcune esperienze, come i tour locali, le escursioni, le serate gastronomiche, i biglietti a serate speciali… Siamo uno dei primi operatori a tentare questa operazione: unire alla vendita dei pacchetti, quella delle singole escursioni. Lo facciamo dopo averlo sperimentato con successo per diversi anni su Cracovia, dove possiamo contare su un ufficio locale che svolge il ruolo di dmo». Proprio i Paesi dell'Est, destinazioni sulle quali Sos Travel è da sempre specializzato, si caratterizzano da anni per una domanda in costante aumento, in particolare verso la Polonia, la Repubblica Ceca e la Romania: «Un interesse che siamo convinti resterà alto anche per il futuro – sottolinea ancora Iannucci – E ciò, grazie alla crescita dell'offerta di nuove strutture ricettive, voli low cost e scali aeroportuali, uniti a prezzi stabili e a livelli di sicurezza ottimali. In queste settimane, inoltre, stiamo riscontrando grande interesse anche per i mesi invernali. Il che ci fa ben sperare per novembre e dicembre».

8 Operatori 10 ottobre 2019

La compagnia di crociere festeggia un anno con volumi in crescita del 20% e ottime performance delle tariffe

di MASSIMILIANO SARTI

6.334 La capacità passeggeri di Msc Grandiosa

Ocean Cay In arrivo la nuova isola privata nei Caraibi

Cuba Nessun effetto dopo lo stop voluto da Trump

Sudafrica Nuova nave e nuove partenze da Cape Town

Giappone Itinerari ad hoc per il Paese del Sol Levante

Il last minute è scomparso dagli orizzonti Msc

NAPOLI – Msc Crociere archivia un'altra stagione eccellente con i volumi del mercato italiano in crescita in doppia cifra percentuale. «Non abbiamo ancora chiuso il bilancio 2019 – racconta il country manager, Leonardo Massa – ma posso dire che potremmo arrivare a superare la soglia del 20% di incremento». E non è solo una questione di volumi, trainati peraltro dall'arrivo in flotta di Bellissima. Nel 2019 sono cresciute infatti anche le tariffe medie, con la domanda italiana che ha cominciato a generare una mole di prenotazioni importanti già da giugno 2018: «In pratica il last minute è pressoché scomparso dai nostri orizzonti».

In tale contesto, tutte le destinazioni toccate dalle navi Msc hanno registrato numeri positivi: «Per gli italiani la meta più importante rimane sone'altro il Mediterraneo, che in valore assoluto è quindi quella che è cresciuta di più – prosegue Massa –. Ma bene sono andati anche il Nord Europa e i Caraibi, dove invece abbiamo registrato i tassi di incremento più elevati. Un 2019 così ti fa davvero guardare con ottimismo anche ai prossimi anni».

> *Un 2019 così ti fa davvero guardare con ottimismo anche ai prossimi anni*
>
> Leonardo Massa

Ed eccole allora le novità in arrivo. A cominciare dal tanto atteso debutto di Msc Grandiosa, che sarà varata ad Amburgo il 9 novembre, per poi approdare in Italia a partire dal 22 dello stesso mese. La nuova ammiraglia di Msc Crociere - 181 mila tonnellate di stazza e una capacità massima di 6.334 passeggeri con una forte vocazione green – sarà dislocata nel Mediterraneo, per itinerari estate-inverno di sette notti. Altra grande novità è poi l'isola privata Ocean Cay Marine Reserve, che sarà anch'essa presentata ufficialmente in Italia il prossimo 22 novembre. La nuova destinazione sarà scalo obbligato di tutte le unità Msc in partenza dal porto di Miami: la Seaside e l'Armonia durante tutto l'anno, a cui si aggiungeranno la Meraviglia e la Divina nella stagione invernale.

Proprio Ocean Key contribuirà inoltre a colmare definitivamente il vuoto provocato dalla dolorosa rinuncia a Cuba, dopo l'embargo sancito dal presidente Usa, Trump. «Per la verità, noi abbiamo avvertito solo una reazione emotiva nella parte di quegli ospiti che avevano un forte desiderio di visitare l'isola – rivela Massa –. Dopo la modifica degli itinerari, con l'aggiunta dello scalo a Key West al posto dell'Isla Grande, non abbiamo registrato nessun reale rallentamento nei volumi di prenotazione. Tanto più che l'Armonia, la nave che originariamente si fermava a Cuba, è un'unità particolarmente adatta per il mercato italiano, grazie alle sue cabine multiple e agli ampi spazi di socializzazione a bordo».

Il 2020 vedrà inoltre l'introduzione di una nuova nave in Sudafrica, «con partenze da Cape Town, che è un porto estremamente agevole per la clientela europea e italiana in particolare. Sempre per il mercato tricolore abbiamo inoltre in programma degli itinerari ad hoc per il Giappone ».

Fronte agenzie di viaggio, la compagnia intende quindi consolidare il proprio tool Msc Book, «che è il cuore pulsante della nostra relazione con le adv – conchude Massa – non solo strumento di prenotazione, ma anche prezioso canale di comunicazione con tutte le agenzie. Intendiamo inoltre potenziare ulteriormente il nostro progetto *social-friendly* lanciato l'anno scorso, che sta riscontrando un notevole successo tra le adv partner, in quanto consente di potenziare le vendite sulle piattaforme 2.0. Infine abbiamo già in calendario una serie di fam trip e workshop lungo la Penisola per far conoscere a tutti meglio la nostra nuova Ocean Cay Marine Reserve».

Idee per Viaggiare brinda al Capodanno con un +20% delle vendite sul 2018

Molte le iniziative per promuovere i pacchetti per le festività, tra cui un sito ad hoc, una brochure dedicata e le bollicine in adv

di MASSIMO TERRACINA

ROMA - Non si è ancora finito di tracciare i bilanci dell'estate appena trascorsa, che già nel calendario dei tour operator incombe il prossimo Capodanno «Proprio per la fine dell'anno abbiamo dato vita a un grande investimento in termini di posti volo, raddoppiando in alcuni casi i volumi - spiega Danilo Curzi, ceo di Idee per Viaggiare -. E le vendite ci stanno premiando con un bauo 20% in più rispetto al 2018. Molte le attività messe in campo per stimolare e veicolare le vendite: sito ad hoc, brochure dedicata molto particolare con una selezione delle offerte divise per destinazioni e per date di partenza e soprattutto l'attività dei nostri commerciali nelle scesi in campo con tanto di bollicine Franciacorta per brindare al Capodanno direttamente in adv (per l'iniziativa #Stoppercapodanno, terminata il 4 ottobre). Il team commerciale si arricchisce inoltre di Massimiliano Renzi, quale direttore vendite e Marta Pianeti, come annunciato recentemente». «Quest'anno registriamo un bauo andamento su Maldive con i resort a 4 e 5 stelle (+15% i passeggeri) – prosegue Curzi -. A ciò si devono aggiungere New York e Dubai, destinazioni iconiche per il 31 dicembre, così come molto meglio dello scorso anno sono andate Thailandia e Mauritius, vista pure la maggior disponibilità di voli diretti dalle città del Sud: Napoli, Catania, Lamezia, Palermo, Cagliari».

Ultime introdotte lo scorso anno, sono state quindi Tanzania e Zanzibar, che hanno anche loro dato ottima prova nel 2019 sia come tour, sia come soggiorno mare nell'arcipelago.

«Abbiamo poi ripreso con ritrovato entusiasmo la Giordania con tour dedicati – aggiunge Curzi -: ottima anche qui la richiesta per il 31 dicembre. Per il prossimo anno cercheremo di focalizzarci maggiormente sulle esperienze del Sud-Est asiatico e del Giappone e spingeremo l'acceleratore su tutta l'Africa Australe, con il Sudafrica in prima linea. Già ci stiamo preparando inoltre per l'Expo 2020 di Dubai con esclusive e progetti che si stanno definendo in questi giorni».

Infine la piattaforma Archimede che, dopo un restyling pensato per semplificare e migliorare la sua veste grafica condotto durante la scorsa estate, consente ora, con il dynamic packaging dedicato, di produrre un terzo dei preventivi del to.

> *Ci stiamo già preparando per l'Expo 2020 di Dubai, con esclusive e progetti che si stanno definendo proprio in questi giorni*
>
> Danilo Curzi

Sul nuovo sito del to in vendita le singole escursioni

Sos Travel: la Brexit che non ti aspetti

ROMA – (m.s.) Le incertezze legate alla possibile uscita del Regno Unito dall'Unione europea, invece di scoraggiare la domanda italiana verso la Gran Bretagna, paiono generare esattamente l'effetto contrario. Almeno stando a quello che racconta il direttore commerciale di Sos Travel, Stefano Iannucci: «C'è in effetti grande curiosità in attesa del fatidico 31 ottobre, data della possibile uscita del Paese dalla Ue. Il nostro pacchetto "Tutta Londra in italiano" si è quindi rivelato perfetto per visitare con guide Blue badge la capitale inglese. Da novembre sarà perciò ulteriormente arricchito con l'entrata alla Torre di Londra, una sosta alla ruota panoramica London Eye e il biglietto per lo Sky Garden su uno dei grattacieli della City».

Ma le novità Sos Travel non finiscono qui, perché «a breve sarà online anche il nostro nuovo sito web – prosegue Iannucci -. Presenterà un'interfaccia completamente rinnovata, un motore di ricerca più performante e un'area dedicata alle esperienze. In questo modo, per ogni destinazione i visitatori potranno scegliere se acquistare il pacchetto di viaggio o alcune esperienze, come i tour locali, le escursioni, le serate gastronomiche, i biglietti a serate speciali… Siamo uno dei primi operatori a tentare questa operazione: unire alla vendita dei pacchetti, quella delle singole escursioni. Lo facciamo dopo averlo sperimentato con successo per diversi anni su Cracovia, dove possiamo contare su un ufficio locale che svolge il ruolo di dmo». Proprio i Paesi dell'Est, destinazioni sulle quali Sos Travel è da sempre specializzato, si caratterizzano da anni per una domanda in costante aumento, in particolare verso la Polonia, la Repubblica Ceca e la Romania: «Un interesse che siamo convinti resterà alto anche per il futuro – sottolinea ancora Iannucci – E ciò, grazie alla crescita dell'offerta di nuove strutture ricettive, voli low cost e scali aeroportuali, uniti a prezzi stabili e a livelli di sicurezza ottimali. In queste settimane, inoltre, stiamo riscontrando grande interesse anche per i mesi invernali. Il che ci fa ben sperare per novembre e dicembre».