



R A S S E G N A S T A M P A

GENNAIO - GIUGNO
2012

GUIDA VIAGGI

DAL 1972 AL SERVIZIO
DEL TURISMO PROFESSIONALE.
EDITORIA, EVENTI E SERVIZI

AREA UTENTI | CHI SIAMO & CONTATTI | PER LA TUA PUBBLICITÀ | HOME

L'ASSICURAZIONE
SUL VOLO È INCLUSA...
APPROFITTAENE!

VOLA VIA
VENEZIA

GVWEBTV

GVLAVORO

GVBUSINESS

GVNO-STOP

cerca

You need to upgrade your Flash Player

AGENZIA STAMPA

Le ultime notizie
Economia e assicurazioni
Organizzative o distributive
Strutture ricettive
Territorio e associazioni
Trasporti
Invio comunicati stampa

ONLINE

Offerte di lavoro
GuidaViaggi Focus
Settimanale online
Ricerche di mercato
Personal newsletter
GV UpDATE
GuidaViaggi Mobile

QUICK INFO

Clima nel mondo
Manifestazioni
Operatività aeroporti
Scioperi
Vaccinazioni
Viaggiare informati

COMUNICA CON NOI

Pubblicità sui nostri media
Publireazionali
Paesi al microscopio
DEM
Virtual workshops
Workshop eseguiti

EVENTI

NoFrills
workshop b2b del turismo
Meeting Suisse
MARTEDI turismo

LOGIN

Username Password

Salva la password
Dimenticata la password?
Registrazione nuovo utente

SETTIMANALE

GVAGENZIA STAMPA

ULTIME RICERCHE

- alpitour
- alpitour
- alpitour
- air transat
- Altre ricerche...

09/01/2012 - 17:51

Sette new entry per i Veraclub

Sono situati a Phuket, Mahdia, Georgiopolis, Pigadia, in Sardegna, a Lanzarote e il villaggio in montagna a Ponte di Legno



Del nuovo catalogo annuale "Villaggi Veraclub" di **Veratour** l'anteprima è uscita ed è stata distribuita nelle agenzie di viaggi in settembre. Il catalogo conta 308 pagine, 40 soluzioni tra villaggi Veraclub, Club Amico, hotel e appartamenti in località di mare e di montagna oltre a itinerari, safari e crociere. Sono sette le new entry: il Veraclub Ranyatavi a Phuket, in Thailandia, il Veraclub El Mehdi a Mahdia, in Tunisia, il Veraclub Creta a Georgiopolis, il Veraclub Konstantinos Palace a Pigadia (sull'isola di Karpathos) il Veraclub Porto Istana in Sardegna, il Club Amico Hotel La Geria di Puerto del Carmen a Lanzarote e infine il primo villaggio in montagna dell'operatore, il Veraclub Acquaseria, a Ponte di Legno, nell'Alta Valle Camonica. Nelle prime pagine del

catalogo si trova la parte dedicata a tutti i vantaggi riservati a chi prenota una vacanza in un Veraclub. Come le formule Prenotazione Anticipata, che consente una riduzione a coppia per le prenotazioni effettuate almeno 45 e 90 giorni prima della partenza o la Super Prenotazione Anticipata, per chi prenota entro il 29 febbraio o il 30 giugno e parte in determinati periodi. Formule garantite secondo il principio della Vera Trasparenza per la Super Prenotazione Anticipata, che non solo assicura il prezzo migliore, ma rimborsa la differenza nel caso di un'offerta più vantaggiosa emessa sotto data da **Veratour**. Con la Formula Prenotazione Anticipata, il sistema di Vera Serenità non prevede penalità alcuna in caso di annullamento del viaggio fino a 60 giorni prima della partenza. Non mancano le soluzioni per i viaggi di nozze, per i bambini con soggiorno gratis in camera con i genitori. Il t.o. propone nella maggior parte dei villaggi, il Superminiclub per i bambini dai 3 ai 12 anni, ma anche la Biberoneria per le mamme con bimbi da 0 a 2 anni. **Veratour** ha studiato una linea di Veraclub battezzati Atmosphaera Resort +18, riservati agli ospiti con età superiore ai 18 anni, come l'Orangea Village in Madagascar, il Royal Tulum in Messico e il Costa Rey in Sardegna. Non mancano le settimane speciali all'insegna di sport, danze e musica, per accontentare ogni fascia di età. La collezione dei cataloghi **Veratour** si completa con "Viaggi. Tentazioni ed emozioni" dedicato a Sudafrica, Namibia, Zimbabwe, Botswana, Oceano Indiano, Emirati Arabi, Sri Lanka, Thailandia, Messico e Cuba, con il catalogo Stati Uniti Caraibi & Polinesia e con l'edizione "Oggi Sposi" dedicata ai viaggi di nozze.

Questa e altre notizie su:

[Veratour](#)

[Back](#)





vola con noi su oltre 40
destinazioni in
Africa

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER | BANCA DATI | TURISMO RESPONSABILE | WEB TV | MOBILE

Vieni a vedere...

agenzia di viaggi

Il network dell'informazione turistica



CHI SIAMO | PUBBLICITÀ | WEBTV | NEWSLETTER | CONTATTI

TRANSLATE

Home

Annuario

Giornale

Giornale Online

Speciali

Lavoro

Offerte Turistiche

Eventi e Fiere

FAI VIAGGIARE IL TUO BUSINESS.

Giornale del 11 Gennaio 2012 - sfoglia il giornale

'Villaggi Veraclub 2012': 40 proposte con sette new entry

OPERATORI

NUMERO: 1

11-01-2012

invia ad un amico
stampa articolo



Il t.o. romano **Veratour** ha lanciato l'edizione 2012 del catalogo annuale "Villaggi Veraclub", dopo l'anteprima uscita e distribuita nelle agenzie di viaggi lo scorso settembre.

La brochure di oltre 300 pagine propone 40 soluzioni tra Villaggi Veraclub, Club Amico, Hotel e Appartamenti nelle più apprezzate località di mare e di montagna del mondo, oltre a itinerari, safari e crociere.

Sette le new entry: il **Veraclub Ranyatavi** a Phuket, in Thailandia; il Veraclub El Mehdi a Mahdia, in Tunisia; il Veraclub Creta a Georgiopolis; il Veraclub Konstantinos Palace a Pigadia (sull'isola di Karpathos); il Veraclub Porto Istanta in Sardegna; il Club Amico Hotel La Geria di Puerto del Carmen a Lanzarote; e infine il primo villaggio in montagna dell'operatore, il Veraclub Acquaseria, a Ponte di Legno, nell'Alta Valle Camonica.

'Vera Trasparenza' e 'Vera Serenità'

Il catalogo si apre con la descrizione dei vantaggi riservati a chi prenota una vacanza in un Veraclub: dalla formula Prenotazione Anticipata, che consente una riduzione a coppia per le prenotazioni effettuate almeno 45 e 90 giorni prima della partenza, alla Super Prenotazione Anticipata, per chi prenota entro il 29 febbraio o il 30 giugno e parte in determinati periodi.

Formule garantite secondo il principio della Vera Trasparenza per la Super Prenotazione Anticipata che non solo assicura il prezzo migliore, ma rimborsa la differenza nel caso di un'offerta più vantaggiosa emessa sotto data da **Veratour**. Con la Formula Prenotazione Anticipata, il sistema di Vera Serenità non prevede penalità in caso di annullamento del viaggio fino a 60 giorni prima della partenza.

E ancora, le soluzioni per i viaggi di nozze, per i bambini con soggiorno gratis in camera con i genitori. Come sempre attenta alle famiglie, **Veratour** propone nella maggior parte dei Villaggi il Superminiclub per i bambini dai 3 ai 12 anni, ma anche la Biberoneria per le mamme con bimbi da 0 a 2 anni, con tutte le attrezzature necessarie a questa fascia di età. E dallo scorso anno la mascotte Panteravera accompagna i più piccoli in tante attività ricreative e divertenti, lasciando liberi i genitori di godere le proprie vacanze.

Bambini ma non soltanto, perché l'operatore ha studiato una linea di Veraclub battezzati Atmospha Resort +18, riservati agli ospiti con età superiore ai 18 anni, come l'Orangea Village in Madagascar, il Royal Tulum in Messico e il Costa Rey in Sardegna.

Vanno poi ricordati i Villaggi Veraclub Atmospha Resort, strutture uniche e speciali in località esclusive in Thailandia, Maldive, Kenya, Zanzibar e Mauritius.

Infine, tante settimane speciali all'insegna dello sport, della danza e della musica, studiate per accontentare ogni fascia di età: un plus che i villaggi Veraclub offrono alla propria clientela.

La nuova collezione dei cataloghi **Veratour** si completa con "Viaggi. tentazioni ed emozioni" dedicato a Sudafrica, Namibia, Zimbabwe, Botswana, Oceano Indiano, Emirati Arabi, Sri Lanka, Thailandia, Messico e Cuba, con il catalogo "Stati Uniti Caraibi & Polinesia" e con l'edizione "Oggi Sposi" dedicata ai viaggi di nozze.

www.veratour.it

Sandra Di Meo

Ricerca avanzata in **Notizie**



offerte turistiche Veronelli

Tour 10 giorni/8 notti



12 giorni

Agamatour Danimarca - Groenlandia Tour 6 notti

Alldays Canada - Caraibi Tour + soggiorno

Nicolaus Italia Soggiorno

Il Viaggio Oman Soggiorno 7 giorni/6 notti

[Elenco Completo](#)

lavoro

Offerta/Lavoro Responsabile booking - Roma

Offerta/Lavoro PM per incoming - Roma

Offerta/Lavoro PM Sud America - Roma

Offerta/Lavoro Sales Plurimandato - Varie regioni

Cedesì Agenzia Cedesì Agenzia - Roma Eur

Offerta/Lavoro Agenti di Viaggio - Roma e Fiumicino APT

[Elenco Completo](#)

speciali

Speciale Low Cost

Speciale Africa

Speciale Focus India

Speciale Neve

Debuttano intanto le strutture a Phuket e Ponte di Legno

Portfolio Veratour: novità per il 2012

Sono sette i resort in cantiere nei prossimi mesi

IN EVIDENZA



TECNOLOGIA

■ **Verso il trade**

Novità anche per il sito del t.o., che, grazie alla nuova release, rinnova il proprio portale nella grafica dando più spazio alle agenzie.

VIAGGI NOZZE

■ **Il catalogo**

Con il catalogo 'Oggi sposi' il t.o. propone 32 destinazioni dedicate al segmento viaggi di nozze. Tra le mete Stati Uniti, Caraibi, Polinesia e Oceano Indiano.

È ai tornelli di partenza la stagione delle nuove aperture per Veratour.

Sono sette i resort che andranno ad aggiungersi nel 2012 al ventaglio dell'offerta dell'operatore. Le new entry di quest'anno sono state anticipate dalle aperture di due nuove strutture a fine 2011: si tratta del Veraclub Ranyatavi di Phuket e il Veraclub Acquaseria di Ponte di Legno, nell'Alta Val Camonica. Due novità assolute, sia per il mercato, sia in casa Veratour. Se si considera la new entry a Phuket, con essa viene inaugurato dall'operatore il primo resort italiano in Thailandia. Mentre per quanto riguarda il resort nell'Alta Val Camonica, la nuova struttura rappresenta il debutto per il tour operator sul prodotto neve.

“Diamo il via alle prime due delle sette aperture previste per questa stagione - commenta il direttore commerciale e marketing, Stefano Pompili -: le prossime tappe saranno in Tunisia, due Veraclub in Grecia, il Club Amico a Lanzarote alle Canarie e infine il Veraclub Porto Istana in Sardegna”.

www.ecostampa.it



**GUIDA
VIAGGI**DAL 1972 AL SERVIZIO
DEL TURISMO PROFESSIONALE.
EDITORIA, EVENTI E SERVIZI

AREA UTENTI | CHI SIAMO & CONTATTI | PER LA TUA PUBBLICITÀ | HOME

L'ASSICURAZIONE
SUL VOLO È INCLUSA...
APPROFITTAINE!VOLA VIA
VENEZIA

GVWEBTV

GVLAVORO

GVBUSINESS

GVNO-STOP

cerca

You need to upgrade your Flash Player

AGENZIA STAMPA

Le ultime notizie
Economia e assicurazioni
Organizzative o distributive
Strutture ricettive
Territorio e associazioni
Trasporti
Invio comunicati stampa

ONLINE

Offerte di lavoro
GuidaViaggi Focus
Settimanale online
Ricerche di mercato
Personal newsletter
GV UpDATE
GuidaViaggi Mobile

QUICK INFO

Clima nel mondo
Manifestazioni
Operatività aeroporti
Scioperi
Vaccinazioni
Viaggiare informati

COMUNICA CON NOI

Pubblicità sui nostri media
Publiredazionali
Paesi al microscopio
DEM
Virtual workshops
Workshop eseguiti

EVENTI

No Frills
workshop b2b del turismo

Meeting Suisse

MARTEDI turismo

LOGIN

Username Password

Salva la password
Dimenticata la password?
Registrazione nuovo utente

SETTIMANALE

GVAGENZIA STAMPA

ULTIME RICERCHE

16/01/2012 - 16:34

Veratour, cambiano i fatturati delle aree geografiche*Domina il Med, Caraibi al secondo posto*

Cambiano i fatturati per area geografica nell'ultimo anno fiscale di **Veratour** "a causa dei tanti eventi negativi che hanno caratterizzato il 2011: dalla cosiddetta Primavera araba alla crisi dell'economia mondiale", commentano dall'azienda.

"Il Mediterraneo ha fatto senz'altro la parte del leone, rappresentando il 36,69% del nostro fatturato. Ottime performance da Grecia, Canarie, Baleari, Isole Greche, Turchia. Al secondo posto l'area caraibica, con uno share percentuale di 21,48% rappresentato dai nostri prodotti a Cuba, Messico, Repubblica Dominicana, Giamaica e Bahamas. Seguono l'Egitto e il Mar Rosso con il 16,16%, poi l'Oceano Indiano (Zanzibar, Kenya, Maldive, Mauritius, Madagascar) con il 15,57%. L'Italia chiude con un 8,10%

di fetta di mercato", osserva l'ad Carlo Pompili.

Questa e altre notizie su:

[Veratour](#)[Back](#)

chi siamo about us Pubblicità contatti area riservata

CERCA



**PAUSE PRANZO
SALTATE**



Notizie Tour operator Distribuzione Trasporti Alberghi Internazionale Affari e finanza Incoming Eventi TTG Mice Tecnologia Dossier
Vacanze tematiche Destinazioni corto e medio raggio Destinazioni lungo raggio Trasporti Business Travel Lavoro Technology II
commento del direttore La voce degli agenti Protagonisti per un giorno Giro d'Italia TTG

Ultime notizie ▶ TTG News -

Versione stampabile | Invia ad un amico | Rss

Search News Newsletter TTG Alert

Cerca tra tutte le notizie

Veratour: il bilancio 2011 si chiude in positivo per il t.o.

16/01/2012

"Chiudiamo con un fatturato di 167 milioni di euro e un decremento del 5% rispetto al 2010, ma un ebit positivo per 5 milioni": Carlo Pompili, a.d. di **Veratour**, evidenzia le cifre portanti del bilancio 2011 del t.o. e la chiusura in attivo dell'esercizio, sottolineando "la capacità di arginare le perdite sui prodotti ad alta marginalità, quali Egitto e Tunisia; i cali su queste destinazioni sono stati compensati dalle vendite di pacchetti viaggi per Canarie, Baleari, Grecia e Italia". Il Mediterraneo ha registrato lo share più elevato, rappresentando il 36,69% del fatturato **Veratour** al secondo posto l'area caraibica, con il 21,48% rappresentato da Cuba, Messico, Repubblica Dominicana, Giamaica e Bahamas. "Il 2012 sarà ancora un anno in salita - aggiunge l'a.d. -, ma, nonostante tutto i nostri investimenti non si fermano, ed entro qualche mese apriremo 5 nuovi Veraclub nell'area

mediterranea, in esclusiva sul mercato italiano".

Altre notizie su

▶ **VERATOUR** ▶ VERACLUB ▶ CARLO POMPILI

Condividi



ULTIME NOTIZIE

16/01/2012 | 18.15

Borsa, salta l'effetto S&P: indice Ftse Mib a +1,4 per cento
Chiusura positiva per l'avvio di settimana in Borsa. L'indice Ftse...

16/01/2012 | 17.45

Marcelletti incentiva l'anticipo su Messico, Usa e Perù
Il 2012 di Marcelletti parte all'insegna dell'advance booking. Il tour...

16/01/2012 | 17.20

Air Alps fallisce, sospesi tutti i voli sull'Italia
Fallimento per Air Alps. L'ente per l'aviazione austriaco ha ritirato...

Archivio News

credits privacy Note legali copyright ttg italia spa partita iva 03343190405 ttg italia società certificata ISO 9001

Per Veratour inaugurazione doppia

Inaugurati alla vigilia di Natale 2011 i due nuovi Veraclub: il Veraclub Ranyatavi in Thailandia e il Veraclub Acquaseria, a Ponte di Legno, Italia. Ancora novità per l'estate prossima

Doppia inaugurazione il 22 scorso dicembre per Veratour. L'operatore ha infatti aperto ufficialmente e in contemporanea due nuovi Veraclub, uno dal sapore decisamente orientale, in **Thailandia**, precisamente sull'isola di Phuket, il **Veraclub Ranyatavi**, e il secondo il **Veraclub Acquaseria**, a **Ponte di Legno**, nell'Alta Valle Camonica, la prima struttura in alta quota firmata dal to romano. Il Veraclub Ranyatavi fa parte della linea Atmosphaera Resort di Veratour, ovvero strutture che si contraddistinguono per le dimensioni contenute, per un livello di servizio particolarmente curato, adatte a una clientela di target medio alta. Il villaggio è un piccolo gioiello di sole 36 camere deluxe, di 14 ville di differenti dimensioni e di due spettacolari pavil-

lon suite di 120 e 125 metri quadrati, naturalmente fronte mare e circondati da un curato giardino. Per raggiungere questo villaggio Veratour propone voli diretti da Milano Malpensa a Phuket con Blue Panorama e voli di linea via Bangkok da Roma. Per il primo Veraclub sulla neve, Veratour ha scelto una delle località che di neve davvero se ne intende. Cento chilometri di piste è il biglietto da visita del comprensorio Adamello Ski e soli 300 metri separano il Veraclub Acquaseria dagli impianti di risalita, trenta per la precisione, tra cui una moderna telecabina che collega in pochi minuti Ponte di Legno con il Passo del Tonale. Il complesso, costruito nel 2010, dispone di 83 camere di charme, realizzate utilizzando materiali naturali e di una SPA di 400 metri quadri per rilassarsi dopo una giornata sugli sci. Adatto anche alle famiglie con bambini gra-

zie al Superminiclub che organizza per i più piccoli tante attività di intrattenimento. Ma le novità di casa Veratour non si fermano qui. Come sottolinea **Stefano Pompili, direttore commerciale**, "i Veraclub Atmosphaera Resort Ranyatavi e il Veraclub Acquaseria sono i primi due dei sette nuovi villaggi che andremo ad aprire entro la primavera del 2012 per un totale di 35 complessi in tutto il mondo. Si tratta del Veraclub El Mehdi a Mahdia, in Tunisia, dei due Veraclub in Grecia, per la precisione a Georgiopolis a Creta, del Veraclub Creta e del Veraclub Konstantinos Palace a Pigadia, sull'isola di Karpathos, del Club Amico Hotel La Geria di Puerto del Carmen a Lanzarote, Isole Canarie e infine del Veraclub Porto Istana in Sardegna." In distribuzione il catalogo Villaggi 2012: 308 pagine e 40 location. ■



**GUIDA
VIAGGI**DAL 1972 AL SERVIZIO
DEL TURISMO PROFESSIONALE.
EDITORIA, EVENTI E SERVIZI

AREA UTENTI | CHI SIAMO & CONTATTI | PER LA TUA PUBBLICITÀ | HOME

L'ASSICURAZIONE
SUL VOLO È INCLUSA...
APPROFITTAINE!VOLA VIA
VENEZIA

GVWEBTV

GVLAVORO

GVBUSINESS

GVNO-STOP

cerca

You need to upgrade your Flash Player

AGENZIA STAMPA

Le ultime notizie
Economia e assicurazioni
Organizzative o distributive
Strutture ricettive
Territorio e associazioni
Trasporti
Invio comunicati stampa

ONLINE

Offerte di lavoro
GuidaViaggi Focus
Settimanale online
Ricerche di mercato
Personal newsletter
GV UPDATE
GuidaViaggi Mobile

QUICK INFO

Clima nel mondo
Manifestazioni
Operatività aeroporti
Scioperi
Vaccinazioni
Viaggiare informati

COMUNICA CON NOI

Pubblicità sui nostri media
Pubblicazioni
Paesi al microscopio
DEM
Virtual workshops
Workshop eseguiti

EVENTI

No Frills
workshop b2b del turismo
Meeting Suisse
MARTEDI turismo

LOGIN

Username Password

Salva la password
Dimenticata la password?
Registrazione nuovo utente

SETTIMANALE

GVAGENZIA STAMPA

ULTIME RICERCHE

17/01/2012 - 12:59

Carlo Pompili: 'I nostri investimenti non si fermano'*Da qui a qualche mese il t.o. apre 5 Veraclub nell'area mediterranea, in esclusiva sul mercato italiano*

Costa Rei in Sardegna, acquisito 9 anni fa mentre l'anno scorso abbiamo acquistato sempre in Sardegna il Veraclub Suneva, 15 milioni di euro. Questo importante investimento non ha intaccato la solidità finanziaria del gruppo in quanto è stato effettuato direttamente dai soci **Veratour**", conclude Pompili.

Le sette nuove aperture di **Veratour** per il 2012 sono: il Veraclub Ranyatavi a Phuket, in Thailandia, il Veraclub El Mehdi a Mahdia, in Tunisia, il Veraclub Creta a Georgiopolis, il Veraclub Konstantinos Palace a Pigadia (sull'isola di Karpachos) il Veraclub Porto Istana in Sardegna, il Club Amico Hotel La Geria di Puerto del Carmen a Lanzarote, e infine il Veraclub Acquaseria, a Ponte di Legno, nell'Alta Valle Camonica.

Questa e altre notizie su:

[Veratour](#)[Back](#)

- grandi navi veloci
- transhotel
- costa crociere
- livingston
- Altre ricerche...





Commissioni del 20%
sul nuovo sito dedicato alle Agenzie di Viaggio.

AVIS

Cerca la notizia nel sito

Vai

Home Company Profile I Quaderni di Travel Abbonati Pubblicità Contatti Lavora con noi Link utili

Trasporti Tour Operator Alberghi Mercato e tecnologie Estero Enti, Istituzioni e Territorio
Travel Agent Book Il giornale Le sedi Feed RSS

Concessionaria di pubblicità Pubblicità sul sito Pubblicità sul giornale Pubblicità su I Quaderni di Travel Formazione Permanente

Formazione turistica Portali turistici

Ultime notizie

- » Veratour: fatturato 20...
- » Korean Air apre i voli...
- » Vueling, investimento...
- » Sofitel, prima struttu...
- » Viaggi del Mappamondo...
- » Grimaldi Lines, crocie...
- » Club Med, nuovo portali...
- » Nicolaus, aumenta l'of...
- » Eden Viaggi, week end...
- » Convention invernale p...
- » Crociere, compagnie e...
- » Kompas lancia il catal...
- » Naar potenzia il team...
- » Singapore Airlines ina...
- » Air Vallee lancia il c...
- » Astoi: cordoglio per l...

Sfoggia il giornale

Archivio giornale sfogliabile

Vuoi ricevere
la nostra
newsletter?

Inserisci email

Iscrivimi



Veratour: fatturato 2011 a 167 milioni di euro

Martedì, 17 Gennaio 2012

Il 2011 di **Veratour** si chiude con un calo molto contenuto. «Chiudiamo con un fatturato pari a 167 milioni di euro e con un decremento del 5% rispetto al 2010 - dichiara Carlo Pompili, amministratore delegato dell'operatore - ma con un Ebit positivo di 5 milioni di euro. Ritengo sia un ottimo risultato visto la difficoltà dell'anno. Siamo riusciti ad arginare le perdite sui prodotti ad alta marginalità per l'azienda, come l'Egitto e la Tunisia, grazie a un'offerta diversificata e alla fiducia che il mercato ha nei nostri confronti. Infatti, i cali per queste destinazioni sono stati ampiamente compensati dalle vendite di pacchetti di viaggio alle Canarie, alle Baleari, in Grecia e in Italia. Il margine operativo ci consente anche quest'anno di chiudere il bilancio in attivo e soprattutto significa disporre delle risorse necessarie per fare nuovi investimenti. Come l'apertura di nuovi Veraclub, ben sette nell'area del Mediterraneo, in particolare su alcune isole greche, a Ibiza, in Tunisia e in Sardegna, in Thailandia e in montagna. Il Mediterraneo ha fatto la parte del leone, rappresentando il 36,69% del fatturato. Ottime performance da Grecia, Canarie, Baleari, isole greche, Turchia. Al secondo posto l'area caraibica, con uno share del 21,48% rappresentato dai nostri prodotti a Cuba, Messico, Repubblica Dominicana, Giamaica e Bahamas. Seguono Egitto e mar Rosso con uno share del 16,16%, l'oceano Indiano (Zanzibar, Kenya, Maldive, Mauritius, Madagascar) con uno share del 15,57%. L'Italia chiude con un 8,10% di fetta di mercato».

Scarica "Veratour: fatturato 2011 a 167 milioni di euro" in formato PDF

Condividi l'articolo con i tuoi amici

SHARE

Commenti

Nuovo Commento

Home	Company Profile	I Quaderni di Travel	Abbonati	Pubblicità	Contatti	Lavora con noi	Link utili		
Trasporti	Tour Operator	Alberghi	Mercato e tecnologie	Estero	Enti, Istituzioni e Territorio				
Travel Agent Book	Il giornale	Le sedi	Feed RSS						

[Concessionaria di pubblicità](#)
[Pubblicità sul sito](#)
[Pubblicità sul giornale](#)
[Pubblicità su I Quaderni di Travel](#)
[Formazione Permanente](#)

[Formazione turistica](#)
[Portali turistici](#)

Ultime notizie

- » Bini Viaggi lancia il...
- » Utat Viaggi, pronto il...
- » Linnea Tours punta sul...
- » Chiariva lancia il pro...
- » Erbagoglio Viaggi, pac...
- » Veratour presenta in B...
- » Liguria, Festival Sanr...
- » Aviomar lancia la camp...
- » Emirates raddoppia da...
- » Fitur: Aventurismo, to...
- » Sun International acqu...
- » Kempinski St. Moritz...
- » Ana: decollano le low...
- » Ferrovie Francesi, big...
- » Meridiana fly attiva i...
- » Bit Milano, in palio v...

Sfoggia il giornale

► [Archivio giornale sfogliabile](#)

Vuoi ricevere la nostra newsletter?

Inserisci email

QUOTIDIANO
Travel
www.travelquotidiano.com

Offerte di lavoro

agenzie di viaggio, hotel, tour operator



Veratour presenta in Bit cinque nuovi villaggi mare

Venerdi, 20 Gennaio 2012

Dopo sette anni di assenza, **Veratour** ritorna alla Bit di Milano dal 16 al 19 febbraio 2012: «Avremo uno spazio nell'area Astoi e presenteremo le novità dell'anno – commenta Stefano Pompili, direttore commerciale **Veratour** -. In particolare, il nostro nuovo catalogo Villaggi Veraclub che, oltre alle tante conferme, ha anche villaggi in apertura nei prossimi mesi soprattutto nell'area del Mediterraneo. Infatti, dopo l'opening in dicembre del nostro primo villaggio in alta quota, il Veraclub Acquaseria a Ponte di Legno e del primo in Thailandia, il Veraclub Ranyatavi di Phuket, della linea Atmosphera Resort, abbiamo in apertura altre cinque strutture in Grecia, Tunisia e in Sardegna».

Scarica "**Veratour** presenta in Bit cinque nuovi villaggi mare" in formato PDF

Condividi l'articolo con i tuoi amici

SHARE

Commenti



Un'altra stagione in trincea per i t.o.

Gli operatori si preparano a dodici mesi in prima linea tra Egitto in difficoltà ed eccesso di offerta sui voli

L'anno più lungo delle ultime stagioni del turismo è finalmente alle spalle. Ma anche se il 2011, con tutta la sua densità di avvenimenti, è ormai archiviato, le incognite e i grandi temi che l'hanno attraversato si sono ripresentati intatti a bussare alla porta del 2012.

All'Egitto, che qualche segnale di ripresa lo sta anche dando, ma è ancora ben lontano dai fasti di un tempo e, inoltre, è nel pieno della fase elettorale che tiene con il fiato sospeso, si affianca la roccaforte dell'Oceano Indiano, le Maldive, che fatica a vendere. Nel mondo del tour operating, poi, le operazioni di 'integrazione verticale' con gli operatori che acquistano i network potrebbero aggiungere un altro tassello destabilizzante negli equilibri di mercato.

Incognita Nord Africa

"Con le festività abbiamo finalmente visto un interessante ritorno degli italiani in Mar Rosso, dopo un anno di purgatorio". È Stefano Pompili, direttore commerciale e marketing di Veratour, a lanciare il primo messaggio di speranza al quale si associa il direttore generale di Marevero, Renato Scaffidi: "Sembra quasi di essere tornati a respirare l'aria della

cara e vecchia 'normalità'. Guido Ostrana direttore commerciale di Settemari, prova a fare due conti per trovare fiducia nei numeri: "Sul Mar Rosso e in particolare Marsa Alam possiamo portare mille pax a settimana e, se le cose continuassero così, torneremmo ad aspettarci uno share sul nostro fatturato del 30 per cento". E così fa Enrico Ducrot, a.d. di Viaggi dell'Elefante: "I primi segnali positivi di quest'anno, nonostante non si parli di grandi numeri, sono comunque di un certo rilievo, se consideriamo l'annata che ci siamo lasciati alle spalle".

Ma se il Mar Rosso "è un'isola felice", come definisce il responsabile divisione Easy di Alpitour, Sergio Testi, e "gli egiziani che lavorano nel turismo sono persone molto ragionevoli", come precisa l'a.d. di Weltour, Remo Bodrato, la situazione politica del Paese tiene comunque alta l'at-

— tenzione degli operatori. Nelle sessioni elettorali si stanno infatti affermando i partiti più conservatori e gli operatori tricolore non danno per

scontato un facile dialogo: "Ognuno porta avanti le proprie bandiere, poi quando sei alla guida le dinamiche cambiano - prova a rassicurare il d.g. Hotelplan, Marco Cisini - e non credo che a nessun egiziano sfugga l'importanza fondamentale del turismo". E il vero 'giro di boa' sulla questione egiziana potrà arrivare solo con l'insediamento del nuovo Governo, come afferma il direttore commerciale e marketing di Eden, Angelo E. Cartelli. "Da marzo pensiamo che il Mar Rosso potrebbe tornare alla velocità giusta".

Capitolo long haul

Le Maldive, altra cassaforte del tour operating della Penisola stentano a fare numeri. Non lo nasconde Pompili, che lo definisce "il prodotto che soffre di più, sul quale bisogna scendere troppo di prezzo e compromettere i margini". Per Testi il calo è invece "fisiologico", considerato che "per il lungo raggio la do-

— manda è la stessa e con la ripresa dei Caraibi soffre conseguentemente l'Oceano Indiano".

Sul long haul a tutto tondo, però, le opinioni si dividono. Irene Mungai, responsabile reparto marketing di Phone&Go, descrive le Maldive "come un prodotto con un andamento stabile, mentre Kenya e Zanzibar, con strutture di proprietà, permettono buoni risultati". In casa Naar Aviomar Maurizio Casabianca, direttore commerciale del gruppo, spiega che "si guarda con cautela al lungo raggio sia per l'incertezza del mercato, sia per una questione di calendario".

Eppure investire si deve per mantenere vivo il mercato e, come spiega Cisini, "guardare al turismo con elasticità". Il grosso della partita si giocherà, con tutta probabilità, anche quest'anno "nel Mediterraneo, il bacino principale dei grandi numeri", come sottolinea Testi. Per Bodrato "Spagna e Canarie e, in qualche misura, l'Italia con la Sardegna", mentre Mungai conferma "la Grecia, con strutture in 12 isole e una grande varietà di prodotto".

Questione charter

"Ci sono troppi voli, a breve dovremo creare tavoli tecnici per rivedere i volumi di volato e di land". Cartelli lancia il warning sull'intasamento dei cieli da parte delle compagnie charter e invita i colleghi "a creare un

rapporto più stretto per evitare di gestire le emergenze e muoversi sempre e so-

lo a cose già accadute". Anche per Scaffidi è necessario a-

prire un dialogo in quanto "se una macchina viaggia

mezza vuota, il t.o. paga comunque un sacco di soldi".

Stefano Gianuario

**VERATOUR**

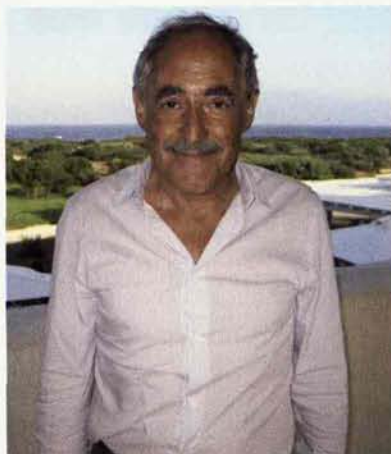
"Mi aspetto un ritorno di fiamma del Mar Rosso - spiega Stefano Pompi -. Gli stessi egiziani sono ottimisti, non credo ci saranno autogol. Noi t.o. dovremo concentrarci sul prezzo corretto, non si può sostenere la continua corsa al ribasso"

Lieve calo di fatturato; Ebit positivo per 5 milioni di euro; proseguono gli investimenti

Veratour: «Un 2011 soddisfacente»

ROMA - Il 2011 si chiude per Veratour con una lieve flessione di fatturato, derivante dalla generale crisi economica. «Chiudiamo con un fatturato di 167 milioni di euro e con un decremento del 5% rispetto al 2010 - commenta Carlo Pompili (nella foto), amministratore delegato dell'operatore - ma con un Ebit positivo per 5 milioni di euro. Ritengo sia un ottimo risultato visto la difficoltà dell'anno. Siamo riusciti a contenere le perdite sui prodotti ad alta marginalità per l'azienda, come l'Egitto e la Tunisia, grazie a un'offerta diversificata e alla fiducia che il mercato ha nei nostri confronti. I cali su queste destinazioni sono stati infatti compensati dalle vendite di pacchetti alle Canarie, alle Baleari, alle Canarie, in Grecia e in Italia. Il margine operativo ci consente anche quest'anno di chiudere il bilancio in attivo e soprattutto significa disporre delle risorse necessarie per fare nuovi investimenti. Come l'apertura di nuovi Veraclub, ben sette nell'area del Mediterraneo, in particolare su alcune isole greche, a Ibiza, in Tunisia e in Sardegna, in Thailandia e in montagna».

Nel 2011 il Mediterraneo ha fatto la parte del leone, «rappresentando il 36,69% del nostro fatturato. Ottime performance da Grecia, Canarie, Baleari, isole greche, Turchia. Al secondo posto l'area caraibica, con uno share del 21,48% rappresentato dai nostri prodotti a Cuba, Messico, Repubblica Dominicana, Giamaica e Bahamas. Seguono l'Egitto e il mar Rosso con uno share del 16,16%, l'oceano Indiano (Zanzibar, Kenya, Maldive, Mauritius, Madagascar)



167 mln €

Fatturato registrato nel 2011

36,69%

Fatturato procurato dal Mediterraneo

Sette nuove aperture per il 2012

Veraclub Ranyatavi a Phuket, Thailandia
 Veraclub El Mehdi a Mahdia, Tunisia
 Veraclub Creta, Georgiopolis
 Veraclub Konstantinos Palace, Pigadia (Karpathos)
 Veraclub Porto Istana, Sardegna
 Club Amico Hotel La Geria, Puerto del Carmen a Lanzarote
 Veraclub Acquaseria, Ponte di Legno

con uno share del 15,57%. L'Italia chiude con un 8,1% di quota di mercato» continua Carlo Pompili.

Veratour sottolinea poi una lieve ripresa del mar Rosso. «Ci sono state già delle avvisaglie a fine 2011 perché durante le vacanze di Natale e Capodanno abbiamo riempito i Veraclub in Egitto. Un segnale che significa che gli italiani stanno superando i timori di partire per questa destinazione - continua Carlo Pompili -. Non ci aspettiamo sicuramente di tornare ai numeri del passato, ma contiamo su una ripresa. A fronte dell'uscita di scena di grandi tour operator negli ultimi tre anni e di un vuoto di offerta lasciato sul mercato, non è seguita una crescita delle altre aziende. Significa che sempre meno persone entrano in agenzia di viaggi e che la forte crisi economica ha il potenziale di acquisto degli italiani. Il 2012 sarà ancora un anno in salita ma nonostante tutto i nostri investimenti non si fermano e da qui a qualche mese inaugureremo cinque nuovi Veraclub nell'area mediterranea, in esclusiva sul mercato italiano. L'azienda è solida finanziariamente: oltre a una sede di proprietà possediamo due villaggi, il Veraclub Costa Rei e il Veraclub Suneva in Sardegna». Tra le iniziative per incentivare le prenotazioni estive, Veratour punta sulle formule di prenotazione anticipata. «Secondo le nostre analisi il 60% delle prenotazioni è realizzato 60 giorni prima della partenza. Per questo anche quest'anno, proponiamo questa formula che consente un notevole risparmio al cliente» aggiunge il direttore commerciale Stefano Pompili.



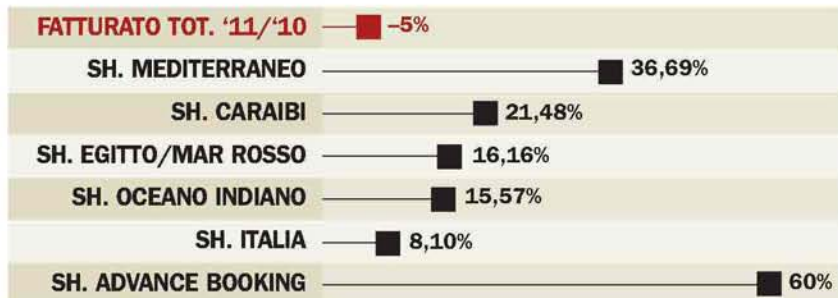
Il t.o. chiude il bilancio 2011 con ebit positivo. Mediterraneo il prodotto più forte

Veratour, torna il Mar Rosso

IL FATTURATO

Fonte: Veratour

Il bacino mediterraneo ha prodotto la quota più alta sul fatturato generale di Veratour nell'esercizio 2011. Lo share dell'Italia è di poco superiore agli 8 punti percentuali, mentre Egitto e Mar Rosso mettono in luce una quota del 16,16 per cento. Nel 2012 il tour operator effettuerà nuovi investimenti per aprire altre strutture in Mediterraneo e in destinazioni di lungo raggio



“Chiudiamo con un fatturato di 167 milioni di euro e un decremento del 5 per cento rispetto al 2010, ma un ebit positivo per 5 milioni”. Carlo Pompili, amministratore delegato di Veratour, evidenzia le cifre portanti del bilancio 2011 del t.o. e la chiusura in attivo dell'esercizio, sottolineando “la capacità di arginare le perdite sui prodotti ad alta marginalità, quali Egitto e Tunisia”.

I cali sulle due destinazioni di punta del Nord Africa e della programmazione stessa del tour opera-

tor sono stati compensati dalle vendite in aumento di pacchetti viaggi per Canarie, Baleari, Grecia e Italia.

Mediterraneo motore a pieni giri. È su questo bacino che Veratour ha registrato lo share più elevato sul giro d'affari complessivo: il Mare Nostrum ha rappresentato il 36,6 per cento del fatturato, mentre al secondo posto si sono posizionati i Caraibi, con il 21,4 per cento. Traini dell'area, Cuba, Messico, Repubblica Dominicana, Giamaica e Bahamas.

Ma la notizia migliore è che il Mar Rosso è in ripresa. “Ci sono già state

avvisaglie a fine 2011 - spiega Carlo Pompili -: durante lo scorso periodo di Natale-Capodanno abbiamo riempito i Veraclub in Egitto. Non ci aspettiamo di tornare ai numeri del passato sul Mar Rosso, ma contiamo su una ripresa”. E per incentivare le prenotazioni, il tour operator lancia iniziative per l'estate, puntando sulle formule di advance booking. “Secondo le nostre analisi, il 60 per cento delle prenotazioni di pacchetti di viaggi Veratour è realizzato a 60 giorni prima della partenza - precisa l'a.d. -, e per questo proponiamo questa formula che consente risparmio al cliente”. La proposta si basa su una riduzione a coppia per le prenotazioni effettuate almeno 45 o 90 giorni prima della partenza, mentre la Super Prenotazione Anticipata riguarda chi prenota entro il 29 febbraio o il 30 giugno e parte in determinati periodi.

Su queste basi il tour operator riparte per affrontare il 2012. “Sarà un altro anno in salita, ma i nostri investimenti non si fermano - ha affermato l'a.d. -. Entro qualche mese apriremo cinque nuovi Veraclub nell'area mediterranea, in esclusiva sul mercato italiano”.



Veratour, continua la corsa

L'operatore romano chiude il 2011 con un lieve decremento ma un Ebit positivo di 5 meuro. "Siamo sani e pronti a futuri investimenti - dichiara l'ad Carlo Pompili. Il ritorno, dopo sette anni, in Bit



Chiude con un decremento molto contenuto il 2011 di Veratour, imputabile alla crisi economica e alla conseguente minore capacità di spesa degli italiani. "Chiodiamo con un fatturato pari a 167 milioni di euro e con un decremento del 5% rispetto al 2010 - dichiara Carlo Pompili, ad dell'operatore - ma con un Ebit positivo di 5 milioni di euro. Ritengo sia un ottimo risultato visto la difficoltà dell'anno. Siamo riusciti ad arginare le perdite sui prodotti ad alta marginalità per l'azienda, come l'Egitto e la Tunisia, grazie a un'offerta diversificata e alla fiducia che il mercato ha nei nostri confronti. Infatti, i cali per queste

destinazioni sono stati ampiamente compensati dalle vendite di pacchetti di viaggi alle Canarie, Baleari, Canarie, Grecia e Italia. Il margine operativo ci consente anche quest'anno di chiudere il bilancio in attivo, e soprattutto significa disporre delle risorse necessarie per fare nuovi investimenti. Come l'apertura di nuovi Veraclub, ben sette nell'area del Mediterraneo, in particolare su alcune isole greche, a Ibiza, in Tunisia e in Sardegna, in Thailandia e in montagna". In seguito alle ultime vicende del 2011 sono in parte mutati i fatturati per area geografica di Veratour, dalla cosiddetta Primavera araba alla crisi dell'economia mondiale. "Il Mediterraneo ha fatto senz'altro la parte del leone, rappresentando il 36,69% del nostro fatturato. Ottime performance da Grecia, Canarie, Baleari, Isole Greche, Turchia. Al secondo posto l'area caraibica, con uno share percentuale di 21,48% rappresentata dai nostri prodotti a Cuba, Messico, Repubblica Dominicana, Giamaica e Bahamas. Segue l'Egitto e il Mar Ros-

so con uno share del 16,16%, l'Oceano Indiano (Zanzibar, Kenya, Maldive, Mauritius, Madagascar) con uno share del 15,57%. L'Italia chiude con un 8,10% di fetta di mercato - spiega Carlo Pompili. "Per quanto riguarda il mar Rosso, assistiamo a una lieve ripresa. Ci sono state già delle avvisaglie a fine 2011 perché durante le vacanze di Natale e Capodanno abbiamo riempito i Veraclub in Egitto. Un segnale positivo che dimostra come gli italiani stiano superando i timori di partire per questa destinazione. Non ci aspettiamo sicuramente di tornare ai numeri del passato sul Mar Rosso, ma contiamo su una ripresa". Carlo Pompili va oltre la lettura dei suoi dati aziendali e offre una sua visione del mercato attuale. "La mia personale lettura della situazione turistica italiana - insiste Pompili - è che, a fronte dell'uscita di scena di grandi tour operator negli ultimi 3 anni, a fronte di un vuoto di offerta lasciato sul mercato, non ha corrisposto una crescita per le altre aziende. Significa che sempre meno persone entra-

no in agenzia di viaggi e che la forte crisi economica ha senz'altro diminuito il potenziale di acquisto degli italiani. Il 2012 sarà ancora un anno in salita ma nonostante tutto i nostri investimenti non si fermano e da qui a qualche mese apriamo 5 nuovi Veraclub nell'area mediterranea, in esclusiva sul mercato italiano. L'azienda è solida finanziariamente: oltre a una sede di proprietà abbiamo due villaggi, uno è il Veraclub Costa Rei in Sardegna, acquisito 9 anni fa, mentre l'anno scorso abbiamo acquistato sempre in Sardegna il Veraclub Suneva, 15 milioni di euro. Questo importante investimento non ha intaccato la solidità finanziaria del gruppo in quanto è stato effettuato direttamente dai soci Veratour - conclude Carlo Pompili. Prossimo appuntamento per l'operatore, dopo un'assenza di sette anni, la Bit di Milano, posizione area Astoi, per presentare le tante novità della stagione 2012, i cataloghi, e incontrare le agenzie di viaggi "unico nostro supporto per la vendita dei pacchetti viaggio". ■

cerca nel network

travelnostop

Il portale
del travelling
italiano



Gli open forum di travelnostop.com

* Homepage

* Le news

* Il database

* Logos

* La redazione

* F.A.Q.

* Pubblicità

* Chi siamo

FEB

10

ultimo aggiornamento:
Venerdì 10/02/2012
ore 15.02

Home » News » Viaggi di nozze, **Veratour** propone la formula Viaggi Mix

* Clicknews

Share



Il TO offre la possibilità di combinare tour e soggiorni differenti Viaggi di nozze, **Veratour** propone la formula Viaggi Mix

Veratour propone nel proprio catalogo 'Oggi Sposi' la formula Viaggi Mix che comprende una combinazione di tour e soggiorni differenti. La pubblicazione presenta 32 combinati che si sviluppano tra Usa, Caraibi, Polinesia, Oceano Indiano, Dubai, Sudafrica e Thailandia. La formula 'Speciale Viaggi di Nozze', offre una riduzione di 100 euro a coppia oltre a una serie di Vplus, omaggi e promozioni vantaggiose durante il soggiorno.

Il catalogo si basa sulla formula dei Viaggi Mix, ovvero la possibilità di abbinare delle città o dei minitour a un momento di vacanza balneare, una formula molto richiesta dai clienti **Veratour**.

Per i soggiorni mare, per le destinazioni di Messico, Cuba, Repubblica Dominicana, Mauritius, Maldive e Thailandia, **Veratour** propone la sistemazione nei villaggi Veraclub.

Per esempio, una vacanza di qualche giorno a New York, Orlando, Miami, Las Vegas o in California può essere abbinata al mare del Messico al Veraclub Royal Tulum o della Repubblica Dominicana al Veraclub Canoa.

Oppure se si sceglie Cuba, L'Avana può essere abbinata alle località di Varadero o Cayo Largo, con sistemazione al Veraclub Lindamar; la Polinesia abbinata a New York, Las Vegas e Los Angeles o in alternativa al tour Diné il Popolo Navajo; ed ancora Sri Lanka e Maldive; Thailandia con Bangkok e Phuket; Dubai o Sudafrica abbinati con Maldive o Mauritius dove rispettivamente **Veratour** propone il Veraclub Ranveli e il Veraclub Le Grand Sable entrambi della esclusiva linea Villaggi Veraclub Atmospha Resort.

www.veratour.it

Tag: **veratour**, oggi sposi, viaggi mix



Venerdì 10/02/2012 - 10.40 | categoria **Tour operator** | 0 commenti | [*LE ALTRE NEWS](#)

* Commenti

* Lascia un commento

Nome

Cognome

Email (non verrà pubblicata)

LA TUA AZIENDA IN QUESTO SPAZIO

*Leggi le altre news

*L'archivio dei video

* Categorie news

- » A denti stretti
- » ADV
- » Aeroporti
- » Alberghi
- » Associazioni
- » bandi e circolari
- » Beni culturali
- » Compagnie aeree
- » Congressuale
- » Cronaca
- » Dati e statistiche
- » Economia
- » Enogastronomia
- » Eventi
- » Formazione
- » Gds
- » I commenti
- » L'opinione
- » Lampedusa
- » Ospitalità
- » Reportage
- » Riceviamo e pubblichiamo
- » Sindacato
- » teatri antichi sicilia
- » Territorio
- » Tour operator
- » Trasporti
- » Travelexpo
- » Travelexpo In
- » Travelexpo Roadshow
- » Turismo

* Ricerca News

Le news più recenti

tutte

Anno

tutti gli anni

Parola chiave

dal

al

Categoria

tutte le categorie

Veratour: brand rafforzato

Crisi economica, web e crociere. Sintetizza così, Carlo Pompili, a.d. di Veratour, lo scenario con il "quale ci dobbiamo confrontare". E il manager si sofferma ad analizzare i tre punti: "C'è crisi economica, ma non come qualche anno fa" e la differenza è dettata dal fatto che "ora ci sono altre possibilità per il cliente di costruirsi la propria vacanza con l'uso del web. Anche se la vendita dei pacchetti attraverso le Olta ancora non viene molto utilizzata, attualmente resta uno dei principali competitor dei t.o.". La mossa? "Cogliere la sfida e riportare il cliente in agenzia". Quanto al fronte crociere, il manager esprime in primis la massima solidarietà per l'evento accaduto a Costa Concordia ed osserva che diversi fattori fanno di questo prodotto "uno dei più temibili competitor per noi operatori. Per affrontare tutto ciò dobbiamo rafforzare ancora di più la qualità del prodotto, renderlo esclu-

sivo al pari di una crociera, ma ancora più peculiare". Nonostante la situazione e gli accadimenti, per quanto riguarda l'esercizio chiuso il 31 dicembre 2011 i primi risultati che affiorano sono confortanti. I ricavi aziendali segnano un -5% e si attestano a circa 167 milioni di euro. L'Ebit a circa 5 milioni (6,2 l'anno precedente): "Abbiamo fatto fronte all'aggravarsi della crisi economica generale e abbiamo cercato di fortificare il nostro brand", afferma il presidente. La primavera araba ha sconvolto completamente l'assetto organizzativo dei principali t.o., "Egitto e Tunisia due prodotti basilari, con alti margini, sono mancati nelle previsioni di produzione degli operatori, abbiamo dovuto riorganizzarci, ampliando l'offerta dell'area mediterranea, tra Baleari, Canarie, Grecia e Italia, con differenze di costi sostanziali rispetto a Egitto e Tunisia e quindi con meno marginalità".

Nessun network in vista

Alle mosse di aggregazione o acquisizione cui si sta assistendo, Veratour rilancia non pensando di crearsi un proprio network, ma cercando "una forma di aggregazione più commerciale con le adv che dimostrano una maggiore considerazione nei confronti del nostro prodotto - afferma Pompili -, dedicando loro maggiore attenzione. Le consideriamo delle adv amiche". Non si tratta certo di un network a marchio Veratour, ci tiene a precisare, "perché sarebbe controproducente, dobbiamo puntare sia alle 5-6 mila adv aderenti ai network sia a quelle indipendenti". La produzione fa incursione nel mondo della distribuzione, si stringono patti e promesse da rispettare, i network coinvolti nelle acquisizioni avranno obblighi in più verso i loro investitori. Veratour non teme l'avanzata di questi poli, né di perdere posizioni tra le scelte dei network. Il perché è tutto lega-

to al brand. L'operatore ha una forte identità legata ai villaggi. "Queste aggregazioni hanno bisogno di prodotto e quando il prodotto ha una propria personalità è inevitabile che venga venduto". La situazione contingente a quali riflessioni porterà i villaggi? Si dovrà perseguire una maggiore internazionalizzazione dell'offerta? Per Pompili la risposta è: "No, altrimenti diventeremmo degli albergatori, un conto è farlo come struttura alberghiera distribuita a livello mondiale, un conto è il t.o. il cui core business sono i villaggi, che sono pensati per il cliente italiano". Aprirsi alla commercializzazione estera presupporrebbe un cambiamento di tutta la politica, delle dimensioni dei villaggi, che dovrebbero essere più ampi, e della rete commerciale, che dovrebbe essere strutturata in modo diverso. "E' vero, le economie di scala si fanno con più mercati, ma se l'offerta è sufficiente solo per quello italiano bisogna mantenersi su questa peculiarità". S.V.



Carlo Pompili

Azienda sana

Veratour è un'azienda sana e solida, "grazie alla tipologia del suo prodotto può continuare a puntare ad una crescita controllata ancora per molti anni", afferma Carlo Pompili. Il 2012 porterà una sfida che il manager definisce "molto impegnativa", ma nonostante ciò il t.o. si presenta al mercato con sette nuovi Veraclub: Phuket, Creta, Karpathos, Lanzarote, Mahdia, Ponte di Legno, Porto Istana ad Olbia. Con queste nuove aperture l'offerta ammonta a 34 villaggi su una trentina di località. L'azienda ha fissato un obiettivo economico di vendita di circa 189 milioni di euro per l'esercizio corrente, con una crescita stimativa del 14%.



ADV - Strategie di Comunicazione su Facebook

Mi piace

ADV - Strategie di Comunicazione piace a 3,851 persone.



Nicola Giampiero

Plug-in sociale di Facebook

CANALI

- Brand Identity & Packaging
- Comunicazione Integrata
- Comunicazione Online
- Eventi & Sponsorizzazioni
- Marketing Diretto & CRM
- Media
- Mobile
- People
- Promozioni
- Pubbliche Relazioni
- Pubblicità
- Retail e Punto Vendita
- Web Marketing

Media

- Online
- Out of Home
- Radio
- Stampa
- TV

CASE STUDIES

- Alimentari
- Auto
- Telecomunicazioni
- Abbigliamento
- Bevande - alcolici
- Finanza - assicurazioni
- Farmaceutici
- Distribuzione
- Elettrodomestici
- Moto - veicoli
- Giochi - articoli scolastici
- Informatica
- Casa e arredamento
- Editoria
- Home Care
- Utilities
- Personal Care
- Trasporti e Turismo

APPROFONDIMENTI

- Articoli
- Interviste

GUIDA ALLE SOCIETA'

- Agenzie di pubblicità e comunicazione integrata
- Agenzie di pubblicità, agenzie di comunicazione globale

NEWS - Web Marketing

Veratour in testa ai motori di ricerca grazie a Mamadigital

Publicato il: 15/02/2012

- Stampa articolo
- Invia ad un amico
- Commenta l'articolo



Continuano i successi firmati Mamadigital (www.mamadigital.com) nell'importante e competitivo settore del travel online. Grazie al progetto di SEO e Universal Optimization per **Veratour**, il tour operator specializzato nel segmento Villaggi Turistici ha registrato una grande crescita in termini di visibilità del proprio sito www.veratour.it.

L'attività di Universal Optimization è l'evoluzione pensata da Mamadigital del concetto classico di SEO e include

l'ottimizzazione di contenuti ulteriori rispetto a quelli del sito (video, immagini, presenza social). Il progetto per **Veratour** è iniziato nel febbraio 2011 e ha previsto la realizzazione di un nuovo blog, progettato sia dal punto di vista del piano editoriale che dei singoli post per ottenere la migliore performance possibile sui motori di ricerca. A tutto ciò è seguita l'ottimizzazione dei contenuti veicolati tramite i social network, in particolare Facebook, Twitter e Youtube.

I risultati ottenuti grazie a questo progetto hanno portato a un significativo aumento delle visite provenienti da keyword strategiche e oltre il 100% in più di posizionamenti acquisiti sui motori di ricerca rispetto agli obiettivi concordati inizialmente. L'attività di Universal Optimization inoltre ha permesso di ottenere un ottimo posizionamento anche dei contenuti video, immagini, "social" e un rilevante miglioramento del presidio delle pagine dei risultati, raggiunto posizionando nei motori di ricerca, oltre al sito, il blog e i profili Facebook, Twitter e Youtube.

"Siamo molto soddisfatti dei risultati ottenuti grazie alla collaborazione con Mamadigital - afferma Alessandro Balasco, Responsabile Web **Veratour** - in particolare del raddoppio dei risultati rispetto ai KPI definiti inizialmente".

"Il concetto di Universal Optimization - ha commentato Emiliano Cappai, CEO e Co-Founder Mamadigital - ha ottenuto un nuovo importante successo nel mondo del travel online, un settore non facile in quanto molto maturo, affollato e competitivo. E' la conferma che figurare in testa nelle ricerche fatte sui motori è uno degli investimenti più efficaci che un operatore turistico possa fare: siamo assolutamente orgogliosi di poter dare il nostro supporto a un'azienda solida e affermata nel proprio settore come **Veratour**".

del.icio.us OKNOTizie Digg! Segnalo Viadeo

Commenti

Non ci sono commenti

Per inviare un commento effettua la [login/registrazione](#)



Servizi

- Notizie più lette
- Notizie più commentate
- Articoli più letti
- Articoli più commentati
- Feed RSS
- Registrati
- Invia un comunicato stampa

SEGUI CI SU



Login

UTENTE

Nome utente

Password

INVIARE Aiuto | [Iscriviti ora!](#)

[Esplora la community!](#)

PER LA TUA AZIENDA

Vuoi essere presente su Advertiser?

CLICCA QUI

Gia presente esegui il login.



Newsletter

[Iscriviti alla newsletter di ADvertiser.it](#)

ARTICOLI CORRELATI

Glossario

[Vai al glossario](#)

Il t.o. torna in fiera per presentare le novità di prodotto. Mediterraneo in pole position

Veratour: Villaggi e Linea per continuare a crescere

di MONICA LISI

ROMA - Si prefigurano già positive le tendenze per il periodo estivo in casa Veratour, forte dei risultati ottenuti e in virtù delle numerose new entry che arricchiranno la programmazione 2012. Nello specifico, sono sette le nuove aperture del tour operator per quest'anno: il Veraclub Ranyatavi della linea Atmosphaera Resort situato sulla spiaggia di Pilai a circa dieci chilometri da Phuket in Thailandia (36 camere deluxe, sei ville, otto grand villa e due pavillon suite) già inaugurato nel dicembre scorso insieme al primo villaggio in montagna, il Veraclub Acquaseria a Ponte di Legno nell'Alta Valle Camonica (83 camere e suite), il Veraclub El Mehdi a Mahdia in Tunisia rinnovato nel 2009

e dotato di 388 camere, il Veraclub Creta a Georgiopolis nella zona nord-occidentale dell'isola sulla spiaggia di Kavros-Georgiopolis (145 camere), il Veraclub Konstantinos Palace a Pigadia sull'isola di Karpathos (136 camere), il Veraclub Porto Istana in Sardegna tra le spiagge di Capo Ceraso e Coda Cavallo (83 unità in villette) e il Club Amico Hotel La Geria di Puerto del Carmen a Lanzarote (242 camere rinnovate). Stefano Pompili, direttore commerciale di Veratour, precisa che «oltre al nuovo catalogo Villaggi Veraclub, uscito in seconda e definitiva edizione alla fine del 2011 con nuove aperture concentrate nell'area del Mediterraneo, saremo presenti con il nuovo catalogo Linea. Quest'ultimo racchiude un'accurata selezione di viaggi combinati e tanti

prodotti "emozionali" tra cui scegliere per soddisfare le esigenze dei nostri clienti». Veratour ha archiviato il 2011 con un decremento del 5% rispetto al 2010, pari a un fatturato di circa 167 milioni di euro, a causa delle difficoltà che hanno interessato il bacino mediterraneo - soprattutto Egitto e Tunisia -, producendo d'altro canto un Ebit positivo per 5 milioni di euro. «Ad oggi il volume di fatturato rispetto allo scorso anno resta invariato - conclude sintetizzando Pompili -. Abbiamo riscontrato un certo calo su gruppi e incentive, ma manteniamo invariato il fatturato per gli individuali. Stimiamo una crescita del

13% rispetto allo scorso anno, pari a 189 milioni di euro di fatturato previsto». Nel 2011 il Mediterraneo ha rappresentato il 36,69% del fatturato, ottime sono state le performance registrate da Grecia, Canarie, Baleari, isole greche e Turchia; al secondo posto si è posizionata l'area caraibica con uno share del 21,48% (Cuba, Messico, Repubblica Dominicana, Giamaica e Bahamas), con il 16,16% Egitto e mar Rosso, con il 15,57% l'oceano Indiano (Zanzibar, Kenya, Maldive, Mauritius, Madagascar), mentre il Belpaese chiude con un 8,1%. Dopo sette anni di assenza, Veratour è presente alla Bit di Milano all'interno dello spazio Astoi, per mostrare agli agenti di viaggio le riconferme e le ultime novità di programmazione.

167 mln €
Fatturato registrato nel 2011

189 mln €
Fatturato previsto nel 2012

+13%
Crescita fatturato prevista per il 2012

“Presentiamo anche il catalogo Linea, che propone viaggi combinati”

Stefano Pompili



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Il ritorno di Veratour...

Dopo lunghi sette anni di assenza Veratour ritorna alla Bit di Milano, nell'area Astoi. Una scelta che si trasforma in una nuova occasione per incontrare gli agenti di viaggi, "unico canale di vendita per il to", come



sottolinea ancora una volta **Stefano Pompili, direttore commerciale**. Tante le novità firmate Veratour per la nuova stagione "a cominciare dal nostro nuovo catalogo "Villaggi Veraclub" uscito in seconda e definitiva edizione alla fine del 2011: 308 pagine, 40 soluzioni tra villaggi Veraclub, Club Amico, Hotel e Appartamenti nelle più belle località di mare e di montagna del mondo, oltre a itinerari, safari e crociere. La Bit è anche un'opportunità per sottolineare alla rete le nostre conferme e i nuovi villaggi in apertura nei prossimi mesi soprattutto nell'area del Mediterraneo. Infatti, dopo l'opening a dicembre del nostro primo villaggio in alta quota, il Veraclub Acquaeria a Ponte di Legno e del primo in Thailandia, il Veraclub Ranyatavi di Phuket, della linea Atmospha Resort, abbiamo in apertura altre 5 strutture in Grecia, Tunisia e in Sardegna". Oltre a "Villaggi Veraclub", la collezione dei cataloghi Veratour si completa con "Viaggi. Tentazioni ed emozioni", dedicato a Sudafrica, Namibia, Zimbabwe, Botswana, Oceano Indiano, Emirati Arabi, Sri Lanka, Thailandia, Messico e Cuba, con il catalogo Stati Uniti Caraibi & Polinesia, e con la brochure "Oggi Sposi". Alle spalle del tour operator una chiusura 2011 soddisfacente, a fronte della complessità dell'anno, e che costituisce una bella spinta per ulteriori investimenti. "Chiudiamo con un fatturato pari a 167 milioni di euro e con un decremento del 5% rispetto al 2010 un Ebit positivo di 5 milioni di euro - ha commentato **Carlo Pompili**, ad dell'operatore. "Ritengo sia un ottimo risultato vista la difficoltà dell'anno. Siamo riusciti ad arginare le perdite sui prodotti ad alta marginalità per l'azienda, come l'Egitto e la Tunisia, grazie a un'offerta diversificata e alla fiducia che il mercato ha nei nostri confronti. Infatti, i cali per queste destinazioni sono stati ampiamente compensati dalle vendite di pacchetti di viaggi alle Canarie, Baleari, Grecia e Italia. Il margine operativo ci consente anche quest'anno di chiudere il bilancio in attivo, e soprattutto significa disporre delle risorse necessarie per fare nuovi investimenti".

Veratour: se c'è crisi si investe

Con un 2011 un po' in calo, l'operatore punta su destinazioni in crescita, come Grecia, Ibiza, Sardegna e Thailandia

«Chiudiamo con un fatturato pari a 167 milioni di Euro e con un decremento del 5% rispetto al 2010 – dichiara Carlo Pompili, A.D. di Veratour – ma con un Ebit positivo di 5 milioni di euro. Ritengo sia un ottimo risultato visto la difficoltà dell'anno.

Il margine operativo ci consente infatti anche quest'anno di chiudere il bilancio in attivo e, soprattutto, di disporre delle risorse necessarie per fare nuovi investimenti.

Come l'apertura di nuovi Veraclub, ben sette nell'area del Mediterraneo: sono il Veraclub Ranyatavi a Phuket, in Thailandia, il Veraclub El Mehdi a Mahdia, in Tunisia, il Veraclub Creta a Georgioupolis, il Veraclub Konstantinos Palace a Pigadia (sull'isola di Karpathos) il Veraclub Porto Istana in Sardegna (foto sotto), il Club Amico Hotel La Geria di Puerto del Carmen a Lanzarote, e il Veraclub Acquaseria, a Ponte di Legno, primo villaggio in montagna. Aggiungo che la mia personale lettura della situazione turistica italiana è che, a fronte dell'uscita di scena di grandi tour operator negli ultimi 3 anni e quindi di un vuoto di offerta lasciato sul mercato, non ha corrisposto una crescita per le altre aziende. Significa che



la forte crisi economica ha senz'altro diminuito il potenziale di acquisto degli italiani. Per questo ritengo che il 2012 sarà ancora un anno in salita: ma, nonostante tutto, i nostri investimenti non si

fermano anche perché l'azienda è solida finanziariamente. Oltre a una sede di proprietà abbiamo due villaggi, uno è il Veraclub Costa Rei in Sardegna». Veratour non molla, insomma e anzi insiste: così, tra le iniziative per incentivare le prenotazioni per l'estate,

l'operatore punta anche quest'anno sulle formule di prenotazione anticipata. Sono soluzioni che consentono un notevole risparmio al cliente, come la "Prenotazione Anticipata", che si basa su una riduzione a coppia per le prenotazioni effettuate almeno 45 e 90 giorni prima della partenza, e la "Super Prenotazione Anticipata", per chi prenota entro il 29 febbraio o il 30 giugno e parte in determinati periodi. Altro segnale di positività, dato da Veratour al mercato, è la presenza in Bit, dopo un'assenza lunga sette anni. Sarà un'occasione perfetta per incontrare le agenzie di viaggi, confermando loro di ritenerle sempre partner esclusivi per la vendita dei propri pacchetti viaggio.

Veratour, prodotto honeymooner

www.ecostampa.it

Il t.o. immette sul mercato una brochure con 32 proposte dedicate ai viaggi di nozze

Riflettori accesi sul target honeymooner per Veratour. L'operatore ha scelto di adottare la formula Viaggi Mix per la brochure dedicata ai viaggi di nozze. Le proposte contenute nel catalogo 'Oggi sposi' contano su 32 combinati distribuiti tra Usa, Caraibi, Polinesia, Oceano Indiano, Dubai, Sudafrica e Thailandia. La formula prevede la possibilità di abbinare del-



La Polinesia tra le mete

le città o dei minitour a un momento di vacanza balneare. "Nei soggiorni mare - spiega il t.o. in una nota -, per le destina-

zioni di Messico, Cuba, Repubblica Dominicana, Mauritius, Maldive e Thailandia, Veratour propone la sistemazione nei suoi villaggi Veraclub".

Tra i tour previsti spiccano invece il 'Triangolo dell'Est' e 'Diné il Popolo Navajo', completati da qualche giorno al mare in Messico o Repubblica Dominicana. Entrando ancora di più nel dettaglio delle destinazioni, la se-

zione più ampia è dedicata ai viaggi di nozze negli Stati Uniti ma altri abbinamenti proposti riguardano Cuba con L'Avana assieme a località come Varadero o Cayo Largo, Polinesia, da mixare con le metropoli statunitensi come New York, Las Vegas o Los Angeles o, sul versante orientale, Thailandia con Bangkok e Phuket o Dubai con Maldive e Mauritius.

Naar investe sull'Oriente
Il tour operator diffonde la sua offerta e amplia le sue long haul

PhonedGo al lavoro nella diversificazione

Offerta Settemari
Al via vendite online

Veratour, prodotto honeymooner

Gli Status targati Idee per Viaggiare

Il "Cameo tour" di Roma 40
per ammirare il Colosseo



23/02/2012 11:02

Veratour: "Non dobbiamo svendere il prodotto"

DI FRANCESCO ZUCCO



Carlo Pompili

Tweet

Leggi anche: [carlo pompili](#), [veratour](#)

La calcolatrice non mente e Carlo Pompili (nella foto) è abituato a misurarsi con la dura realtà dei numeri. Un confronto dal quale il presidente [Veratour](#) è sempre uscito vincitore: il numero in basso a destra ha garantito ogni anno una buona marginalità al tour operator.

TTG ITALIA 23/02/2012

NOTIZIE PRINCIPALI

TOUR OPERATOR 23/02/2012 11:02

Veratour: "Non dobbiamo svendere il prodotto"

DI FRANCESCO ZUCCO



La calcolatrice non mente e Carlo Pompili (nella foto) è abituato a misurarsi con la dura realtà dei numeri. Un confronto dal quale il presidente ...

TOUR OPERATOR 23/02/2012 11:02

Egitto e charter, i nodi del 2012



IL COMMENTO DEL DIRETTORE 23/02/2012 11:33



La misura del signor Carlo



AGENZIE VIAGGI 23/02/2012 11:05

Stati Uniti: ritorno in adv



AGENZIE VIAGGI 22/02/2012 16:31

Az: "Lottomatica non è alternativa alle adv"



PUBBLICITÀ



E Pompili, che si muove con agilità tra le cifre, non ha nessuna difficoltà ad analizzare i trend della sua azienda. "Per la prima volta prevedo un calo della marginalità - afferma -, soprattutto se saremo costretti a rivedere il pricing". Per Pompili, il 2012 non sarà un anno semplice. Ma **Veratour** ha dimostrato di saper mantenere la barra dritta anche nei momenti in cui il mercato navigava a vista. "La nostra filosofia premia i margini", sottolinea. Come si riscontra dai risultati del tour operator, che continua a dimostrare di essere in grado di chiudere in nero.

Un piano per reagire

Anche le difficoltà degli ultimi mesi (in particolare quelle legate a destinazioni di primo piano per i villaggisti) non hanno colto impreparata la famiglia Pompili, che ha immediatamente risposto ampliando le tipologie di prodotto e le destinazioni. Tra le new entry, la Thailandia. "Phuket, nonostante la crisi, è una delle mete che va per la maggiore - spiega il presidente - e vogliamo consolidarla". Anche sull'onda dell'entusiasmo, Pompili non dimentica la cautela e, alla domanda su eventuali ampliamenti di prodotto in Thailandia, taglia corto: "Non vogliamo che sia un fuoco di paglia. Un solo anno di programmazione è troppo poco, può ingannare".

Prima di schiacciare sull'acceleratore, dunque, Carlo Pompili vuole essere sicuro che Phuket sia in grado di mantenere le promesse anche nelle prossime stagioni.

Tweet

Leggi anche: [carlo pompili](#), [veratour](#)



COMMENTI FACEBOOK

Tweet

ULTIME NOTIZIE



TTG ITALIA IN FACEBOOK

Mi piace

TTG Italia piace a 3,166 persone.



Registrazione Crea un account o **accedi** per vedere cosa consigliano i tuoi amici.

Biglietti Alitalia in ricevitoria
13 persone consigliano questo elemento.

Ryanair e Matera: accordo per pacchetti volo+bus

Plug-in sociale di Facebook

RUETE

OGGI - SETTIMANA

- 1 **Veratour:** "Non dobbiamo svendere il prodotto"
- 2 **Az:** "Lottomatica non è alternativa alle adv"
- 3 **Il sorriso di Stefano Colombo**
- 4 **Stati Uniti: ritorno in adv**
- 5 **La misura del signor Carlo**
- 6 **Una giocata al lotto**
- 7 **Volotea: decolla da Venezia una nuova low cost**
- 8 **Egitto e charter, i nodi del 2012**
- 9 **Giovannoni, Fiavet: "Alitalia ricade negli errori del passato"**



IL COMMENTO DEL PETTORE

REMO VANGELISTA

23/02/2012 **La misura del signor Carlo**
11:33 Il signor Carlo vigila sui conti. Questo è il ritornello di newtork ...

21/02/2012 **Una giocata al lotto**
15:48 Mancava Lottomatica per completare il quadro. Adesso il biglietto aereo è veramente ...

CASE HISTORY VERATOUR SPICCA IL VOLO CON MAMADIGITAL

GRAZIE ALLA "UNIVERSAL OPTIMIZATION" DEI CONTENUTI PRESENTI SUL BLOG E NEI SOCIAL NETWORK, IL SITO DEL TOUR OPERATOR HA VISTO INCREMENTARE IL TRAFFICO PROVENIENTE DA KEYWORD STRATEGICHE, OTTENENDO IL 100% IN PIÙ DI POSIZIONAMENTI SUI MOTORI DI RICERCA



EMILIANO
CAPPAI

Continuano i successi firmati Mamadigital nell'importante e competitivo settore del travel online. Grazie al progetto di Seo e Universal Optimization per Veratour, il tour operator specializzato nel segmento Villaggi Turistici ha registrato una grande crescita in termini di visibilità del proprio sito, Veratour.it.

«Siamo molto soddisfatti dei risultati ottenuti grazie alla collaborazione con Mamadigital - afferma Alessandro Balasco, Responsabile Web Veratour -, in particolare del raddoppio dei risultati rispetto ai KPI definiti inizialmente». L'attività di Universal Optimization è l'evoluzione pensata da Mamadigital del concetto classico di Seo e include l'ottimizzazione di contenuti ulteriori rispetto a quelli del sito (video, immagini,

presenza sui social media). Il progetto per Veratour ha preso il via giusto un anno fa, nel febbraio del 2011, e ha previsto la realizzazione di un nuovo blog, progettato sia dal punto di vista del piano editoriale sia dei singoli post per ottenere la migliore performance possibile sui motori di ricerca. A tutto ciò è seguita l'ottimizzazione dei contenuti veicolati tramite i social network, con particolare attenzione per Facebook, Twitter e YouTube. I risultati ottenuti grazie a questo progetto hanno portato a un significativo aumento delle visite provenienti da keyword strategiche e oltre il 100% in più di posizionamenti acquisiti sui motori di ricerca rispetto agli obiettivi concordati inizialmente.

«Il concetto di Universal Optimization - sottolinea Emiliano Cappai, ceo e co-founder di Mamadigital - ha ottenuto un nuovo importante successo nel mondo del travel online, un settore non facile in quanto molto maturo, affollato e competitivo. E' la conferma che figurare in testa nelle ricerche fatte sui motori è uno degli investimenti più efficaci che un operatore turistico possa fare».



PER SAPERNE DI PIÙ

SPECIALISTI DEL DIGITALE

L'AGENZIA HA FORTI COMPETENZE NEL SEARCH MARKETING E NELLA COMUNICAZIONE ONLINE

WWW.MAMADIGITAL.COM

Intanto il t.o. incassa buoni risultati dalle novità degli ultimi mesi, in particolare dalla Thailandia

La tenacia di Carlo Pompili: «Margini sotto osservazione»

L'utile d'esercizio rappresenta la vera sfida dell'anno secondo il presidente **Veratour**

La calcolatrice non mente e Carlo Pompili è abituato a misurarsi con la dura realtà dei numeri. Un confronto dal quale il presidente **Veratour** è sempre uscito vincitore: il numero in basso a destra ha garantito ogni anno una buona marginalità al tour operator. E Pompili, che si muove con agilità tra le cifre, non ha nessuna difficoltà ad analizzare i trend della sua azienda.

“Per la prima volta prevedo un calo della marginalità - afferma -, soprattutto se saremo costretti a rivedere il pricing”. Per Pompili, il 2012 non sarà un anno semplice. Ma **Veratour** ha dimostrato di saper mantenere la barra dritta anche nei momenti in cui il mercato navigava a vista. “La nostra filosofia premia i margini”, sottolinea. Come si riscontra dai risultati del tour operator, che continua a dimostrare di essere in grado di chiudere in nero.

Un piano per reagire

Anche le difficoltà degli ultimi mesi (in particolare quelle legate a destinazioni di primo piano per i villaggisti) non hanno colto impreparata

la famiglia Pompili, che ha immediatamente risposto ampliando le tipologie di prodotto e le destinazioni. Tra le new entry, la Thailandia. “Pukhet, nonostante la crisi, è una delle mete che va per la maggiore - spiega il presidente - e vogliamo consolidarlo”.

Anche sull'onda dell'entusiasmo, Pompili non dimentica la cautela e, alla domanda su eventuali ampliamenti di prodotto in Thailandia, taglia corto: “Non vogliamo che sia un fuoco di paglia. Un solo anno di programmazione è troppo poco, può ingannare”. Prima di schiacciare sull'acceleratore, dunque, Carlo Pompili vuole essere sicuro che Pukhet sia in grado di mantenere le promesse anche nelle prossime stagioni.

Sul fronte dell'Egitto, le previsioni di **Veratour** per il 2012 sono di una netta ripresa. “Quest'anno abbiamo messo a budget l'80 per cento delle vendite registrate nel corso del 2010 - spiega Pompili -, che resta l'anno di riferimento. Il 2011 non può essere preso in considerazione”.

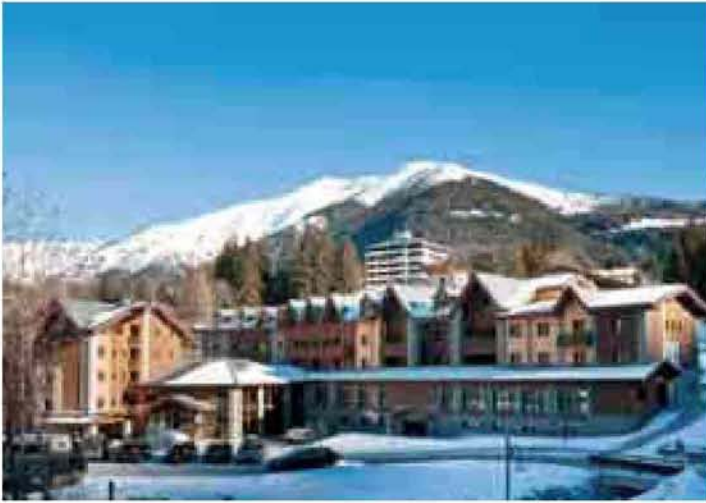
Accordi trasversali

Per un tour operator con il

business model di **Veratour**, quest'anno si prospetta anche un'altra sfida: la contrattazione charter. Un tema sul quale, secondo Pompili, bisogna lavorare. “Prima si contrattavano i posti charter sulla base dell'offerta sulla destinazione - spiega -; oggi si acquista il 20 per cento in meno, poi si fa eventualmente shopping tra gli operatori”. Un passo in avanti verso la collaborazione? “Per certi versi sì - risponde il presidente - perché si ottimizza il riempimento. Però non viene fatto in modo programmato. Bisognerebbe parlarsi prima, senza fare cartelli. Del resto, quando ci sono difficoltà, aumenta la collaborazione: gli accordi saranno sempre più necessari”.

Il 2012 è anche l'anno delle grandi alleanze tra network e i principali competitor dei villaggisti, ovvero le compagnie di crociera. Ma la nascita dei poli Welcome-Costa e Msc-Bluvacanze non preoccupa Carlo Pompili. “Noi forniamo prodotto a tanti network - spiega - e continueremo a fornirlo a chi vorrà lavorare con noi, anche ai network di proprietà. **Veratour** ha un prodotto che, ormai, sono in pochi a proporre”.

Francesco Zucco



Stime positive per la prossima stagione della meta

La promessa del Mar Rosso

Sardegna, Zanzibar ed Egitto: è questa la tripletta dei prodotti a più alta marginalità nel business di **Veratour**. “Per l'Egitto, ovviamente, parlo delle stagioni in cui va bene”, precisa il presidente Carlo Pompili. Per l'anno appena avviato, il tour operator prevede un deciso mi-

glioramento delle cifre sulla destinazione, che potrebbe tornare a numeri non lontani rispetto a quelli precedenti la Primavera araba. Una stima che conferma la percezione positiva del mercato per la prossima stagione del balneare egiziano e del Mar Rosso.

Differenziare il prodotto

Il presidente Carlo Pompili (nella foto a dx) conferma la strategia di differenziazione del prodotto, che l'anno scorso ha portato il t.o. a inserire il Veraclub Acquasera a Ponte di Legno (foto a sx), primo resort neve





News

► [Ultime News](#)

• [T&A: in](#)



Veratour: partiti i roadshow



09/03/2012 - È partita la grande macchina dei **roadshow** di **Veratour**, gli incontri di formazione dedicati agli agenti di viaggi. Prima tappa giocata in casa, a **Roma**, il **1° marzo** con una grande presenza di agenti di viaggi, circa 150. Il calendario degli incontri è molto fitto e comprende, oltre alle grandi città, anche molte località di provincia o minori. Il ciclo di roadshow si conclude il 28 marzo con doppio appuntamento a **Bari** e a **Pescara**. Sono ventidue le tappe programmate in tutta Italia: Brescia, Torino, Milano, Firenze, Napoli,

Bari, Padova, Pescara ma anche Viterbo, Caserta, Cesena, Viareggio e tante altre per raggiungere in maniera capillare metropoli e centri minori. I roadshow hanno una durata di circa 3 ore complessive: quattro moduli formativi di trenta minuti circa l'uno e un momento di aggregazione durante un light lunch o dinner. Il primo modulo formativo – tenuto generalmente dal capo area - è dedicato ad una panoramica generale su **Veratour**, la sua filosofia, i suoi plus e le linee commerciali; segue un intervento del promotore di area dedicato alle novità di prodotto che quest'anno verte sull'apertura di ben sette nuove strutture di cui sei Veraclub e un Club Amico. Segue poi una panoramica su tutti gli altri Veraclub e a chiusura un intervento dedicato ai Viaggi di Linea, ovvero gli itinerari nei Paesi lontani a cui **Veratour** ha dedicato ben due cataloghi: Viaggi Tentazioni ed Emozioni e Stati Uniti Caraibi & Polinesia. In qualche appuntamento previsto anche un intervento a cura di alcuni partner, come l'Ente del Turismo di Lanzarote, l'Ufficio del Turismo Spagnolo e l'Ente del Turismo di Cuba che spiegano ai partecipanti i plus delle rispettive destinazioni. "I nostri roadshow – commenta **Silvio Mitis**, **responsabile del progetto** - sono molto apprezzati dagli agenti di viaggi perché rappresentano non soltanto un momento formativo, ma anche l'occasione per un confronto costruttivo tra le parti." **Veratour** conta di incontrare nel mese di marzo durante i roadshow circa 2000 agenti di viaggi in rappresentanza di 1.500 punti vendita.

◀ [torna indietro](#)

Sfoggia on-line

l'ultimo numero del settimanale Turismo & Attualità



News più lette

News correlate

- 03/02 - Secondo aereo Air New Zealand con il tema "Il signore degli...
- 28/06 - Valtur, riflettori sul VClub Tiran Beach di Sharm
- 05/09 - E learning T&A: "Argentina, palpita con te!": è on line il nuovo...
- 08/07 - T&A: in distribuzione, e in versione sfogliabile online, il numero 20...
- 30/06 - Novità Kenya per Settemari
- 28/07 - Il Portogallo fa il pieno di bandiere blu

THAILAND
 Always Amazing You
 www.tourismthailand.org

In collaborazione con:

Invitaci a trovarvi al secondo corso di formazione online per agenti di viaggio

Corsi di formazione

Thailandia
 Ente Nazionale per il Turismo Thailandese

China
 Chinasia Tour Operator

Argentina
 Turismo Argentina

Reportage di Viaggio

Una settimana con il campione di basket o con la stella del calcio, con l'istruttore di diving o il mago del kitesurfing. Per ragazzi ed ex ragazzi, con famiglia oppure senza, in Italia e non solo: ecco un modo nuovo di inventarsi la villeggiatura



LE IMMAGINI Sopra, il campione di kitesurf Aitor Cozzolino (secondo da destra) sull'isola di Sal, a Capo Verde

Non solo relax la vacanza si fa per sport

ILARIA ZAFFINO

Sveglia, colazione, subito gli allenamenti, un salto in spiaggia se il soggiorno è al mare o in alternativa passeggiata in montagna. Poi pranzo, e si ricomincia: così fino a sera, perché la vacanza deve essere prima di tutto attiva, anzi attivissima. Ma da un po' di tempo a fare la differenza nel pacchetto all inclusive dei tour operator c'è anche "lui": l'atleta dei sogni, il mito da emulare. L'asso dello sport che sarà una settimana lì con te a seguire i tuoi allenamenti con consigli e suggerimenti per migliorare tempi e prestazioni. E la vacanza col campione. Una volta

pensata solo per ragazzi, oggi coinvolge tutti. Gli ex ragazzi, in particolare - stanchi della crisi che preme - al break estivo chiedono di più: meta esotica, divertimento, benessere, sport ma anche relax, purché a prezzo "calmierato".

E così molti villaggi e resort, ma anche semplici hotel, nel pacchetto includono pure il "campione". Più spesso sono gli allenatori dei grandi atleti a seguire da vicino i turisti che scelgono questa formula, ma non mancano grandi nomi che si prestano ad animare le giornate di grandi e bambini. C'è persino la crociera con i titolari del Milan, primo in classifica, proposta da Msc. E sempre con il Milan vengono orga-

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

www.ecostampa.it

080830

nizzati i camp per ragazzi, per esempio, nei villaggi Bravo in Puglia e in Sardegna. Sono loro il target forte. Nel 2011 il 76 per cento delle famiglie italiane ha fatto almeno una vacanza di una settimana con i figli. Gli under 14 sono quelli che viaggiano di più: l'Istat parla chiaro oltre il 60 per cento fa almeno una vacanza, con o senza i genitori. E ai piccoli viaggiatori è dedicato anche un salone, Children's Tour, che apre a Modena da venerdì a domenica prossima.

«Oggi in Italia ci sono oltre 2.200 proposte certificate a tema sportivo per bambini e adolescenti fino a 19 anni», spiega Antonio Foti di Sports Promotion, che dal 1985 or-

ganizza stage per ragazzi. «Tra le più care: il tennis, il golf, l'equitazione o la vela». Ma ci sono anche i soggiorni all'estero, che all'allenamento aggiungono lo studio della lingua straniera: Inghilterra e addirittura Sudafrica e Nuova Zelanda. Dal kitesurf alla pallavolo, dal basket alla scherma ce n'è, insomma, per tutti i gusti e per tutte le tasche. «È vero che in tempo di crisi le famiglie hanno meno liquidità, si contraggono alcune spese, ma certo i viaggi non spariscono. Magari si opta per periodi più brevi - continua Foti - E nel pacchetto non deve proprio mancare nulla». Campione compreso.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Tango Costa Rei (Ca)

Passione chiamata milonga



Direttamente da Buenos Aires arriva in Sardegna il puro tango argentino con milonga. Nel villaggio **Veratour** di Costa Rei, nella parte sudorientale dell'isola, con i suoi oltre dieci chilometri di spiagge, tra profumi e paesaggi mediterranei, il maestro **Mauro Barreras** organizza settimane speciali dedicate al ballo, per imparare o migliorare la tecnica. Il villaggio, affacciato sulla spiaggia di sabbia bianchissima, ha lo stile del tipico piccolo borgo sardo, intimo e raccolto. A disposizione degli ospiti ci sono ristorante, bar, piscina, discoteca e boutique. Si organizzano escursioni a Villasimius, alla grotta di Su Marmuri e alle oasi naturali sulla costa. Dal 3 al 10 giugno da 920 euro: soggiorno, volo e trasferimenti.

www.veratour.it



Le promozioni abbattano il pricing

*Incentivi per attirare le famiglie;
gli operatori pronti a ricontrattare con i fornitori a stagione avviata*

di Emanuela Comelli

Stimolare il mercato, far fronte alla diminuita capacità di spesa con prezzi che alla fine, anche se in alcuni casi oggetto di aumenti, risultano, grazie all'abbondanza di promozioni e iniziative di advanced booking, più bassi. La linea strategica del mare Italia 2012, da parte degli operatori, è dettata da una crisi che morde ancora e che spinge a trovare soluzioni forti, anche a discapito del margine, come ci spiega **Emmer Guerra, direttore Aviomar**. Per "suscitare una reazione reale e immediata", afferma il manager, occorre una "scontistica molto accentuata. Anche quando la partecipazione ai costi è condivisa con le strutture alberghiere, il margine diminuisce moltissimo e quindi la funzione di stimolare il mercato prevale su quella puramente economica". "Siamo consci del fatto che ci saranno correttivi in stagione", aggiunge, anche se "non potranno essere sconti importanti, perché già le politiche di inizio stagione sono molto aggressive. In ogni caso, per noi la ricontrattazione costante con i partner alberghieri è ormai la regola". Mira a contrastare una marcata tendenza al last minute la decisione di aumentare gli sconti previsti dall'advanced booking presa da **Alpitour** in merito al prodotto villaggi. "In generale le vendite estive sono in ritardo", afferma **Paola Peracchiotti,**

responsabile prodotto Villaggi Bravo per la divisione Easy, ma ci si attende una reazione dal mercato proprio in marzo, "in particolare negli ultimi giorni che precedono la scadenza dell'early booking prevista per fine mese". E, sempre in casa Alpitour, anche nel riproporre la formula di advance booking istituzionale denominata **GoGoDays**, c'è una interessante novità. "Gli stessi sconti, il cui impatto è significativo - illustra **Alberto Franco, responsabile divisione Easy 3 per la divisione Easy** -, sono validi anche per prenotazioni successive al 31 marzo, a condizione che vi sia un anticipo di 90 giorni dalla partenza".

Correttivi, o no?

Fine marzo è una data importante anche in casa **Nicolaus**: l'advanced booking proposto dall'operatore prevede, per prenotazioni mare Italia e masserie entro tale data, quote gratis. "Ci aspettiamo un ottimo riscontro da questa iniziativa", afferma **Giovina Petrignano, direttore marketing**, che sulla necessità di intervenire a stagione in corso osserva: "Dobbiamo aspettare il termine dell'advanced per capire che tipo di correzioni eventuali sono ancora da mettere in campo". Se la manager non esclude a priori la possibilità di provvedimenti successivi, è decisamente più categorico **Stefano Pompili**. "Nessun corret-

tivo di pricing", è il commento del **direttore commerciale Veratour**. "Il catalogo Veraclub, anche per le destinazioni mare Italia, è annuale e on air dal mese di novembre. La prenotazione anticipata ha perso qualche punto di share". L'operatore non ha aumentato le tariffe. "Il pricing applicato sul catalogo della passata stagione ha prodotto il 95% dell'occupazione delle nostre strutture in Sardegna. Pertanto - ci dice Pompili - il costo del pacchetto è stato mantenuto invariato anche per questa stagione e, solo in alcuni casi, aumentato nell'ordine del 2/3% in base al prodotto". Se le tariffe sono in linea, non così le prenotazioni mare Italia, che per **Veratour** si assestano, nella prima metà di marzo, ad un -10%. "Le prenotazioni sono aumentate - rimarca, di contro, Petrignano -, ma il valore è più basso. Attualmente arrivano principalmente dal Nord Italia, soprattutto la bassa stagione". **Futura Vacanze** rileva che "le prenotazioni fino ad ora confermate sono soprattutto rivolte alle strutture dove sono presenti promozioni di advance booking, con le tariffe Bingo e First Price - afferma **Angela Saran, direttore operativo** -. Questo ci conferma che c'è interesse verso queste offerte che consentono un notevole risparmio e ci fa essere "prudentemente" ottimisti per la stagione estiva". L'operatore ha rafforzato la scontisti-

ca, introducendo la promozione **Bingo** che raddoppia lo sconto del **First Price** per prenotazioni entro il 30 aprile, mentre la **Nave Gratis** per la Sardegna "è ancora più vantaggiosa".

Dagli albergatori segnali positivi

Advanced a parte, la costruzione di un'offerta appetibile si basa anche su un rapporto fruttuoso coi fornitori, alberghi in primis. "Con gli alberghi è stata fatta una forte campagna di sensibilizzazione su molti aspetti - ci dice Guerra -: prezzi bloccati, chiarezza nei listini e nelle promozioni che abbiamo trasportato su sito e cataloghi con tabelle prezzi nuove e decisamente semplificate, politica molto più flessibile sulle penali. I tempi stanno cambiando e le risposte positive che abbiamo dagli albergatori sono un segnale molto incoraggiante". Accenna al tema anche **Alberto Franco, Alpitour**, osservando che "alla formula **GoGodays** si affiancano le promozioni prenota prima di molte strutture alberghiere, sempre più sensibili a questo argomento, con regole e importi differenziati". In alcuni selezionati **iClub** e **SeaClub**, poi, tali promozioni sono cumulabili con il **GoGoDays**. "Questo impianto di pricing attento ai clienti che prenotano in anticipo - aggiunge il manager - ci fa prevedere una forte concentrazione di prenotazioni nelle prossime settimane". ■

Impegno sul prodotto

Se anche la domanda stenta, non manifesta cedimenti l'impegno degli operatori sul mare Italia, che vede rafforzamenti di prodotto, ma non solo.

Al Veracub Suneva, struttura di proprietà della famiglia Pompili, verrà inaugurato da quest'anno il campo da golf di pratica. Altro investimento **Veratour**, sempre in Sardegna, nell'area Nord tra le spiagge di Capo Ceraso e Coda Cavallo di fronte all'isola di Tavolara, è il Veracub Porto Istanta, che aprirà a maggio.

Di "investimenti molto pesanti" parla Emmer Guerra di **Aviomar**, "a partire dalle promozioni Nave Gratis e dalle campagne di incentivazione sulle specifiche destinazioni". L'operatore ha notevolmente rinforzato la partnership nelle strutture in esclusiva e in generale negli **InClub**. Decisivo, poi, il nuovo sistema di prenotazione: facile, intuitivo ed innovativo, che "ci permette di dare

una risposta immediata a qualsiasi richiesta di preventivo su un prodotto come il mare Italia, con le sue infinite casistiche e possibilità di combinazioni di sistemazioni e prezzo".

Nicolaus, dal canto suo, ha raddoppiato i **Nicolaus Village**, portandoli a quattro con l'introduzione del Nicolaus Village Ostuni Rosa Marina Resort e del Nicolaus Village Bagamoyo Resort. "Abbiamo inoltre investito e selezionato il prodotto accuratamente per poter offrire una scelta di strutture denominate **Nicolaus Special**, con ottimo rapporto qualità/prezzo, buona disponibilità di vendita e con presenza di assistente Nicolaus in loco, operativo sia nei Village sia negli **Special**".

Gli investimenti **Alpitour** sono "considerevoli nei contenuti di prodotto (**Villaggi Bravo, iClub, SeaClub**) e nell'offerta di trasporti per raggiungere le destinazioni capillarmente dalle principali città del nord Italia", osserva

Alberto Franco. In particolare si segnalano i nuovi collegamenti charter per Brindisi, Lamezia Terme e Crotone che completano il programma charter sulla Sardegna (Cagliari e Olbia) affiancandosi alla articolata offerta di voli di linea (block-space) sulle principali destinazioni turistiche di Sicilia, Sardegna, Calabria, Basilicata e Puglia. "Nella distribuzione del prodotto - aggiunge -, si segnala il notevole investimento nei cataloghi con attenzione alla profondità di gamma e ai diversi target".

Ota Viaggi oltre a riconfermare il prodotto 2011 propone 8 novità e "in un anno di crisi - sottolinea il direttore commerciale **Massimo Diana** - avere un numero così importante di new entry testimonia quanto crediamo nel prodotto mare Italia". Il manager, che ribadisce di avvalersi solo di voli di linea, pone un interrogativo sui collegamenti via mare per la Sardegna su cui, ad oggi, ci sono poche certezze e ridu-

zioni di operativi. Impegno sul mare Italia anche da parte di **Imperatore Travel**, che si concentra in particolare sulla Sardegna, oggetto di un forte investimento con i pacchetti promozionali "Special price", che prevedono o nave o volo o noleggio auto gratis per chi acquista una settimana di soggiorno. Sugli scaffali e online da qualche tempo anche il mare Italia di **Eden Viaggi**. "Abbiamo effettuato un'accurata selezione delle strutture - spiega **Marco Stramazotti**, responsabile prodotto Italia -, scegliendo quelle che offrono un maggior servizio di qualità. Visti i buoni risultati ottenuti, abbiamo incrementato il numero delle strutture a marchio **Eden Special** che da 30 sono diventate 47". Tra le strutture a marchio riconfermati cinque **Eden Village**. Rafforzata anche l'offerta sul balneare nostrano del brand **Margò**, "con una scelta ancora più ampia di appartamenti, residence e hotel 3 stelle". **E.C.**



Formazione

**Veratour
incontra gli adv
in 22 tappe**

ROMA - Sono cominciati i roadshow di **Veratour**, incontri di formazione dedicati agli agenti di viaggio. Prima tappa a Roma, con una grande presenza di circa 150 adv. Il calendario degli incontri è molto fitto e comprende, oltre alle grandi città, anche molte località di provincia o minori. Il ciclo di roadshow si conclude il 28 marzo con doppio appuntamento a Bari e a Pescara.

Sono ventidue le tappe programmate in tutta Italia. I roadshow hanno una durata di circa tre ore complessive: quattro moduli formativi di trenta minuti circa l'uno e un momento di aggregazione durante un light lunch o dinner. Il primo modulo formativo - tenuto generalmente dal capo area - è dedicato a una panoramica generale su **Veratour**, la sua filosofia, i suoi plus e le linee commerciali; segue un intervento del promotore di area dedicato alle novità di prodotto che quest'anno verte sull'apertura di sette nuove strutture, di cui sei Veraclub e un Club Amico.

Segue poi una panoramica su tutti gli altri Veraclub e in chiusura un intervento dedicato ai Viaggi di Linea, ovvero gli itinerari nei Paesi lontani.



LUNEDÌ, 2 APRILE 2012

HOME • CHI SIAMO • CONTATTI • PUBBLICITÀ • INVIA DIARIO DI VIAGGIO • SITEMAP • NEWSLETTER

turistinviaggio

Informati prima di partire

Search in site...

[Home](#) [Primo Piano](#) [Reportage](#) [Vacanze](#) [Crociere](#) [Hotel](#) [Trasporti](#) [Offerte di viaggio](#) [Gourmet](#) [Tourism professionals](#) [Media Gallery](#)

Gli utenti di TripAdvisor premiano 4 villaggi di Veratour

Pubblicato il 2 aprile 2012

In: News

Tags: classifica, Traveller's Choice Award, tripadvisor, **Veratour**, villaggi

Tweet



Nella classifica 2012 delle le migliori strutture alberghiere, votate dagli utenti del sito TripAdvisor, figurano anche **Quattro Veraclub**, i villaggi dell'operatore turistico **Veratour**.

Al sesto posto del Traveller's Choice Award, nella categoria Hotel alla Moda in Egitto, si è classificato il **Veraclub Jaz Oriental**. Situato direttamente sulla spiaggia di Marsa Matrouh sul Mar Mediterraneo, è adagiato in un luogo incantevole, molto verde e con ampi spazi. Lo stesso Veraclub lo ritroviamo al 14° posto nella categoria Hotel Benessere & Spa,

sempre in Egitto.

Al 17° posto come uno dei migliori Hotel All Inclusive in Africa, c'è il **Veraclub Zanzibar Village**, che fa parte della linea Atmosphaera Resort. Infine, il **Veraclub Royal Tulum**, sulla Riviera Maya messicana, è il Veraclub che si trova al 25° posto tra gli Hotel All Inclusive in Messico, caratterizzato da un ambiente esclusivo ed elegante, che fa parte della linea Atmosphaera Resort + 18, i Veraclub riservati agli ospiti con più di 18 anni.

Per informazioni: www.veratour.it

Articoli Correlati:



L'app Tripadvisor è la più scaricata al mondo nel settore viaggi
E' di TripAdvisor, dopo quella di Google Earth, l'applicazione di viaggio più scaricata al mondo, se...



I sapori della buona tavola nei Villaggi Club Med
Una vacanza in uno dei villaggi Club Med soddisfa anche il palato. La grande varietà dei menù propos...



Kenia, Madagascar, Maldive, Mauritius, Messico: Pasqua da sogno nei Veraclub
Voglia di sole e mare in un paradiso tropicale? Ecco alcune proposte per una Pasqua da sogno nel Vil...



In Brasile le spiagge più belle del mondo
Le lunghissime spiagge di sabbia bianca del Brasile sono state le più votate dai viaggiatori. Questi...

Lascia un Commento

L'indirizzo email non verrà pubblicato. I campi obbligatori sono contrassegnati *

Nome *

Email *

[Ultimi articoli](#) [Più letti](#) [Commenti](#)

- ▶ Niki: nuovo volo diretto Firenze-Vienna a partire da 69 euro
- ▶ Al via la nuova stagione di MagicLand, il parco divertimenti di Valmontone
- ▶ Paquetta sugli sci per lo Spring Barbeque Contest a Gressoney-La-Trinité
- ▶ Gli utenti di TripAdvisor premiano 4 villaggi di **Veratour**
- ▶ Ouro Preto... una città dove il passato avvolge il turista
- ▶ Hotelplan, concorso per vincere il Gran Premio della Malesia
- ▶ Con Trenitalia ora si viaggia in Italia con appena 9 euro
- ▶ Arriva la card per vivere le Marche a 360°
- ▶ Air One annuncia dodici nuovi collegamenti internazionali da Venezia
- ▶ Il nostro tour tra Lituania, Slovacchia, Austria e Polonia

- ▶ simone dreyfuss su Linnea Tours: viaggio in Cina per appassionati di botanica
- ▶ GIOVANNI su Air Europa: ad aprile aumento dei voli per il Sud America
- ▶ ana su Al Castello del Nero per un soggiorno da fiaba nel cuore del Chianti
- ▶ michele su Hotelplan, concorso per vincere il Gran Premio della Malesia
- ▶ Traghetti isola d'Elba su Caro gasolio e traghetti, da metà marzo aumento del 15% per i biglietti

Tutti gli eventi

23/03/2012

Dal 23 al 25 marzo la Rolex Cup Regatta, alle Isole Vergini

TURISMO

IN VIAGGIO CON...

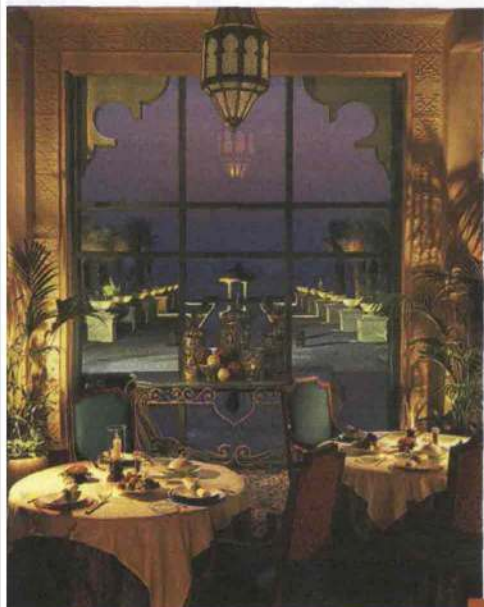
VACANZE *di primavera*

A ISCHIA PER LE TERME, A DUBAI PER LO SHOPPING, IN SUDAFRICA PER IL FOTOSAFARI: LE METE PIÙ INCANTEVOLI DA VISITARE CON L'ARRIVO DELLA BELLA STAGIONE. DA PASQUA IN POI

Patrizia De Tomasi



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



DUBAI

Suite con vista sul Golfo Persico

SFARZO DA MILLE E UNA NOTTE NELLA CITTÀ DEGLI EMIRATI ARABI, META DEGLI AMANTI DELLO SHOPPING

È una Dubai formato extralusso quella che si respira nei resort **The Palm** e **Royal Mirage**: il primo, situato nella penisola artificiale che emerge dai flutti del Golfo Persico, ha 90 camere (di cui 26 suite), 4 beach villas e una Spa da Mille e una notte (da € 580 a notte per persona). Il secondo, dall'elegante sagoma

arabeggiante, è diviso in più edifici, ma con strutture sportive all'avanguardia in comune. L'ospitalità è eccellente. Da non perdere l'hammam nella lussuosa Spa (da € 330 a notte).

Info: www.oneandonlyresorts.com.

Ma Dubai è anche il paradiso dello shopping: una vacanza lam-

po di 4 giorni nel centralissimo **Sheraton Creek & Towers** (dotato di strutture sportive e wellness, due piscine e campo da golf nelle vicinanze), con partenza giornaliera da Milano, Roma e Venezia, volo di linea, da maggio al 22 luglio da € 600.

Info: www.veratour.it; informazioni@veratour.it.

Dubai (Emirati Arabi Uniti). Lo skyline della città visto dalle dune del deserto. Nel riquadro, uno dei ristoranti del lussuoso resort Royal Mirage.

SEM&SEO

**→ VISIONE
COME VINCERE
NEL TRAVEL ONLINE**

Grazie all'ottimizzazione dei contenuti presenti sul blog e nei social network, **Veratour** ha visto incrementare sensibilmente traffico proveniente da keyword strategiche, ottenendo il 100% in più di posizionamenti sui motori di ricerca rispetto agli obiettivi concordati a inizio progetto. Il tutto in un settore difficile come quello appun-

to del travel online.

"Il motivo per cui abbiamo ampliato negli anni la nostra visione del Seo", commenta Risponde **Emiliano Cappai**, Ceo e Cofounder di Mamadigital che ha seguito personalmente **Veratour**, "è proprio la necessità di portare risultati significativi nei settori più competitivi, ad esempio il travel, il finance, la formazione e diversi settori trasversali dell'e-commerce. A seconda del settore e della sua competitività, gli effort e gli strumenti possono essere calibrati in modi differenti, ma

in generale l'Universal Optimization, ovvero l'ottimizzazione di differenti contenuti multimediali diffusi attraverso diversi canali, come sito, blog, newsletter e social network, garantisce un posizionamento completo nei risultati dei motori di ricerca e si è dimostrata una strategia vincente in settori estremamente competitivi, con obiettivi di branding e di performance.

Questo è ciò che fa la differenza tra un intervento classico di Search engine optimization e il lavoro di un team multidisciplinare composto da professionisti specializzati in Seo, Sem, Social e contenuti.

Travel, dunque, ma non solo come modello di applicazione di questo approccio ai motori, "Rimanendo nel comparto travel", aggiunge Cappai, "attualmente uno dei più competitivi, una case history molto significativa è quella di Meridiana Fly (www.meridiana.it). A poco più di un anno dall'avvio della collaborazione tra Mamadigital e il vettore italiano, abbiamo registrato risultati molto positivi per quanto riguarda il volume di traffico proveniente dai motori di ricerca generato dal sito della compagnia aerea. Durante i primi nove mesi del 2011, gli accessi al sistema di prenotazione online della compagnia sono aumentati del 105% in lingua italiana e del 194% in lingua inglese rispetto allo stesso periodo



dell'anno precedente. Per raggiungere questo obiettivo, abbiamo operato chirurgicamente su un sito con quasi 9.000 pagine online, ottimizzando le aree strategiche con tempistiche da record e riducendo al minimo il calo di traffico, rischio fisiologico per un'operazione di questa portata. In più abbiamo agito presidiando le aree semantiche focali per il business di Meridiana Fly, che all'avvio dei lavori erano ancora scoperte. Tra gli ultimi interventi che hanno caratterizzato la collaborazione tra Meridiana Fly e Mamadigital possiamo segnalare il varo del nuovo eMagazine (emagazine.meridiana.it), un progetto editoriale parte integrate e corredo della strategia di universal optimization, che lega logiche Seo meramente tecniche a un fattore sempre più vincente per l'indicizzazione: la qualità dei contenuti".



SPOT and WEB

Home page Pubblicità Spot Web Editoria Radio TV Poltrone Rubriche Annunci di lavoro Agenda Speciali Chi siamo

← LinkedIn introduce LinkedIn Targeted Updates e Follower Statistics Tab

Acqua Minerale San Benedetto fornitore ufficiale della Barclays Milano City Marathon →

Translator



ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

1 ISCRIZIONE NEWSLETTER

LA TUA

EMAIL:

ISCRIVITI

Veratour lancia lo spot radio con MiniMega Pubblicità

Pubblicato il 11 aprile 2012 da redazione1

Anche quest'anno Veratour ha scelto la radio per lanciare la campagna "Le vacanze dei tuoi sogni" per le promozioni estive 2012.

Lo spot è on air sui principali network radiofonici nazionali (Radio Dj, Radio 101, Radio Capital, Radio 24, Radio Italia solo musica italiana, Radio Kiss Kiss) fino al 14

aprile. La produzione e la pianificazione del lancio sono firmati da MiniMega Pubblicità. La campagna adv pubblicizza la formula che garantisce al cliente di ottenere un prezzo promozionale.

MiniMega Pubblicità 

Questa voce è stata pubblicata in Spot. Contrassegna il [permalink](#).

← LinkedIn introduce LinkedIn Targeted Updates e Follower Statistics Tab

Acqua Minerale San Benedetto fornitore ufficiale della Barclays Milano City Marathon →

Cerca

AUDIOINTERVISTE



Esclusiva audio- Giovanna Puppini parla di "La 'Lunga marcia' dei marchi cinesi"



Esclusiva audio- Fiammetta Capecci presenta l'evento "Moda sostenibile: tra creatività e tecnologia"



ESCLUSIVA AUDIO – Maurizio Modica: "Entusiasta di essere la voce ufficiale di *Volo in Diretta*"



ESCLUSIVA AUDIO – Antonio Di Bella (Rai Tre): "Con Fabio Volo nuovo entusiasmo e creatività per la Rai"



ESCLUSIVA AUDIO – Fabio Volo ci presenta il suo nuovo programma *Volo in Diretta*

Ti potrebbe anche interessare:

- [Veratour si sintonizza sulla radio per la campagna "Vacanza di sogno"](#)
- [Al via la campagna pubblicitaria per il 20° Anniversario di Disneyland Paris](#)
- [Al via la campagna media di Disneyland Paris. "I giorni superincredibili!"](#)
- [Radio Kiss Kiss comunica ovunque con "Play Everywhere"](#)
- [PARTE SU RADIO KISS KISS "CHIAMA E VINCI"](#)
- [I prodotti Chanteclair tornano in tv e radio con diversi spot](#)
- [Media World festeggia i 20 anni con il "Sottocosto"](#)
- [Il "Signor Balocco" va a Sanremo](#)

Adv

Adv

MAMADIGITAL PORTA IN VETTA VERATOUR

Grazie al progetto di seo e Universal Optimization firmato da Mamadigital, Veratour ha visto incrementare sensibilmente il traffico proveniente da keyword strategiche, ottenendo il 100% in più di posizionamenti sui motori di ricerca rispetto agli obiettivi prefissati. Il progetto, iniziato nel febbraio 2011, ha previsto la realizzazione di un nuovo blog, concepito dal punto di vista editoriale e dei singoli post per ottenere la migliore performance possibile sui motori di ricerca. A tutto ciò è seguita l'ottimizzazione dei contenuti veicolati tramite i social network. L'attività di Universal Optimization, inoltre, ha permesso di ottenere un ottimo posizionamento anche dei contenuti video, immagini, 'social' e un miglioramento del presidio delle pagine dei risultati, raggiunto posizionando nei motori di ricerca, oltre al sito, il blog e i profili Facebook, Twitter e YouTube.



Operatori Veratour sceglie la radio per la campagna "Vacanza di sogno"

Produzione e pianificazione sono di Minimega Pubblicità

Anche quest'anno Veratour ha scelto la radio per lanciare la campagna "Le vacanze dei tuoi sogni" per le promozioni estive 2012. Lo spot è on air sui più importanti network radiofonici nazionali (Radio Dj, Radio 101, Radio Capital, Radio 24, Radio Italia solo musica italiana, Radio Kiss Kiss). La produzione e la pianificazione del lancio sono firmati da Minimega Pubblicità, da tempo partner del Gruppo Veratour, leader nazionale per l'offerta turistica con i 30 villaggi VeraClub nelle più belle località d'Italia, Grecia, Turchia, Tunisia, Egitto, Canarie e

Riccardo Montefusco



Baleari, Oceano Indiano, Caraibi e Thailandia e un'offerta di viaggi su misura in strutture di alto livello e pacchetti all inclusive originali e divertenti. La campagna adv pubblicizza la formula che garantisce al cliente di ottenere

un prezzo promozionale con riduzioni fino a 400 Euro a copia se la vacanza viene prenotata con ampio anticipo sulla partenza. Una soluzione che evita il pagamento di penalità in caso di annullamento della prenotazione e che permette di assicurarsi senza pensieri il Villaggio preferito. "Con Veratour preferiamo il media radiofonico per-

ché incontra in modo efficace il target di clienti del tour operator - spiega Riccardo Montefusco, a.d. di Minimega Pubblicità -. Con Veratour stiamo inoltre studiando un piano di comunicazione integrata per promuovere l'offerta turistica lungo l'arco dell'anno". "Il nostro obiettivo è sempre quello di stimolare una scelta di turismo intelligente che riteniamo un vantaggio per il cliente soprattutto in un periodo così difficile per il mercato turistico - spiega Stefano Pompili, direttore commerciale Veratour -. La formula della prenotazione anticipata ha dato ottimi frutti negli anni scorsi e riteniamo rappresenti ancora una leva competitiva sia per la nostra clientela storica, sia per conquistare nuovi segmenti di mercato".



Campagne - Creatività

Minimega in vacanza con Veratour

Anche quest'anno Veratour ha scelto la radio come mezzo ideale per incontrare in modo efficace il proprio target e lancia la campagna "Le vacanze dei tuoi sogni" per le promozioni estive 2012. Lo spot è on air sui più importanti network radiofonici nazionali (Radio Dj, Radio 101, Radio Capital, Radio 24, Radio Italia solomusicaitaliana e Radio Kiss Kiss) fino al 14 aprile. La produzione e la pianificazione del lancio sono firmati da Mini-

mega Pubblicità, da tempo partner del Gruppo Veratour. La campagna adv pubblicizza la formula che garantisce al cliente di ottenere un prezzo promozionale con riduzioni fino a 400 euro a coppia se la vacanza viene prenotata con ampio anticipo sulla partenza. L'agenzia guidata da Riccardo Montefusco sta inoltre studiando con Veratour un piano di comunicazione integrata per promuovere l'offerta turistica lungo tutto l'anno.





FFMAGNA

ULTIMINOIZE

DOSSIER

BLOG

LMOTG

TICREPORT

AGENZIA

SOFT

Cerca



TUTTE AGENZIE VIAGGI TOUR OPERATOR TRASPORTI INTERNAZIONALE INCOMING HOTEL PEOPLE EVENTI TECNOLOGIA



17/04/2012 09:59

La lezione di Veratour: "Salviamo i margini"



DI STEFANO GIANUARIO

Tweet

Leggi anche: [Veratour](#), Stefano Pompili

"Non vogliamo perdere l'ottimismo ma neanche nascondere l'evidenza".

PUBBLICITÀ



Stefano Pompili (nella foto), direttore commerciale e marketing di **Veratour** gioca a carte scoperte e mette subito in chiaro quello che, archiviati i primi mesi dell'anno, è diventato ormai certezza: il 2012 sarà un altro anno da sudori freddi.

"Un anno difficile, altalenante, occorre rivedere i piani anche giorno per giorno" e decidere quale rotazione charter tagliare e quando e dove ridurre gli impegni. Perché il punto fisso della scuola di pensiero **Veratour** è solo uno: salvare i margini.

"Se dovessimo fare una fotografia dei primi mesi dell'anno, viaggiamo in rialzo di 4,2 punti percentuali rispetto al 2011", spiega Pompili, che però non si nasconde.

E precisa: "L'andamento è stile montagne russe - dice -. A gennaio il picco negativo, meno 8,5 per cento, ci ha fatto vivere momenti di apprensione. Poi febbraio e marzo sono tornati a crescere e, un paio di settimane fa, abbiamo registrato il record di fatturato della nostra storia, con 6,8 milioni di euro in una sola settimana. Se analizziamo maggio però, le previsioni tornano nere".

Tweet

Leggi anche: [Veratour](#), Stefano Pompili



TTG ITALIA 17/04/2012

NOTIZIE PRINCIPALI

TRASPORTI 17/04/2012 12:31

L'Antitrust sanziona Alitalia Monopolio sulla Roma-Milano



L'Antitrust dà tempo fino al prossimo 28 ottobre al Alitalia per rimuovere la situazione di monopolio sulla rotta Roma-Milano. È questa la decisione presa dall'Autorità ...

TRASPORTI 16/04/2012 16:42

Delta parte con il piede giusto

DI REMO VANGELISTA

TRASPORTI 17/04/2012 10:58

Tirrenia: il 'no' della Sardegna



ULTIMINOIZE

TTG ITALIA IN FACEBOOK

Mi piace

TTG Italia piace a 3,546 persone.



David Andrea Paola Gabetti Antonio Stefania

Tre fattori ora più che mai mettono a rischio investimenti e risultati: parlano i t.o.

Assalto alla marginalità

Tracciabilità, last minute, last second e la scontistica selvaggia

Nel pieno della campagna di early booking per l'estate almeno tre fattori – effetto e complicità della crisi – incombono su questa incerta stagione: la tracciabilità delle spese, il prevedibile abuso di *last minute* con tendenza al *last second*, e la scontistica selvaggia che già ha acceso polemiche tra operatori e trade. Le tre variabili configurano quasi un assalto alla marginalità del turismo organizzato, già esiguo da anni. Ma qual'è la minaccia più temibile?

Per **Massimo Broccoli**, direttore vendite *Gruppo Alpitour* «La normativa sulla tracciabilità per ora non sembra incidere in maniera significativa sulle vendite. Così come non registriamo un'andamento molto diverso delle vendite last minute rispetto agli ultimi anni. C'è stato un aumento delle vendite sottodata a Pasqua, in particolare sul Mar Rosso, ma questo non ha inciso sul prezzo finale di acquisto, che è rimasto all'interno dei budget previsti. La scontistica selvaggia non ci riguarda, per raggiungere risultati di vendita importanti utilizziamo con anticipo le nostre leve promozionali».

Invece secondo **Giancarlo Brunamonti**, responsabile outgoing di *King Holidays* «La tracciabilità è un elemento non ancora compreso né accettato. Credo sia la minaccia più insidiosa, lo

dimostra il gran parlare di queste settimane sulle liste di nozze. Last second e scontistica da catalogo credo siano strategie poco lungimiranti, che penalizzano soprattutto chi le pratica. E non è il nostro caso».

La marginalità, per **Stefano Pompili**, direttore commerciale *Veratour*, resta ovviamente il passaggio-chiave per tutti: «Per noi, come immagino per altri, sarà difficile ripetere i margini degli scorsi anni. Anche perché le inevitabili offerte sotto-data incideranno sui volumi finali. Lo stesso vale per i nostri partner agenti di viaggi, chiamati a mantenere il loro portfolio-clienti. Posso dire ad esempio che rispetto allo scorso anno registriamo un +7% delle prenotazioni sui primi tre mesi dell'anno, con buona ripresa di Egitto e Tunisia. Mentre c'è un calo dell'1% delle prenotazioni estive, in particolare su Baleari e Sardegna. Ma è presto per un quadro attendibile, e comunque direi sotto-data e tracciabilità incideranno sulle vendite per tutto l'anno».

Angelo De Negri, titolare di *I Viaggi dell'Airone*, segnala un altro fattore di disturbo: «Sono le numerose agenzie non qualificate, che danneggiano l'immagine professionale di tutto il settore... colpa della liberalizzazione e dell'assenza di controllo da parte delle autorità

competenti. Ma il danno più grave è la tracciabilità, inutile caccia alle streghe. La clientela è impaurita da queste leggi senza logica, e senza confronto nel resto dell'Europa; c'è chi compra viaggi in Germania o in Francia. Non scherza neppure la scontistica, che inquina un mercato già debilitato».

Più articolata la risposta di **Angelo Cartelli**, direttore marketing di *Eden Viaggi* «Il mercato è più maturo rispetto a dieci anni fa ed esige trasparenza e tempestività, sotto la spinta dei social media. Nel turismo eravamo abituati a ragionare su pricing teorico e ritocchi progressivi, ora dobbiamo cambiare testa. Se scendiamo troppo produciamo confusione e last second, e svalutiamo il prodotto, è un circolo vizioso. Serve un pricing più trasparente, e dinamico in base alla domanda. Restare agganciati ai vecchi schemi genera problemi per t.o. e adv, toglie marginalità e sposta in basso il valore percepito del prodotto. Il prezzo dinamico riesce ad anticipare il booking tra i 70 e i 90 giorni. E in un mercato così complesso per evitare l'eccesso di offerta forse sarà necessario rivedere le quote di rischio e di prodotto di ogni t.o., servirebbe più collaborazione tra operatori. Finora forse è mancato il coraggio per un percorso alternativo. Sulla tracciabilità

stiamo lavorando in ASTOI a un documento condiviso, che chiarisca alle agenzie come gestire il problema».

Stefano Brunetti, amministratore unico di *Futura Vacanze*, è più preoccupato del *last second*: «Un danno serio per tutti – dice – perché radica nel cliente l'idea di un grosso risparmio, quando non è così. La tracciabilità è un discorso complesso da approfondire, e comunque ineludibile. Così come lo sconto da catalogo, che è ormai prassi per molti t.o.».

Decisamente distante da questo tipo di preoccupazioni **Gianni Marini**, titolare di *Futurviaggi*: «Nessuna di queste tre voci, a parer mio, minaccia vendite e marginalità. Perché la tracciabilità era necessaria per il bene del Paese, l'abuso del *last second* c'è sempre stato e penso sempre ci sarà, e la scontistica dipende molto dai rapporti fra t.o. e singolo adv. In qualche modo in un mercato così sofferente bisogna pur vendere!».

Non ha dubbi **Andrea Mele** presidente e a. d. di *Viaggi del Mappamondo*. «Per il nostro prodotto il danno peggiore è la tracciabilità. Perdi tanto senza sapere quanto, dove, e perché. Non hai contromisure: da mesi molti prenotano in internet, pagano il saldo cash sul posto, oppure si *spacchetta*. È davvero un enorme problema. Le

agenzie ci dicono che alcuni clienti chiedono il preventivo e poi prenotano in altra maniera. Astoi ha subito osteggiato il provvedimento. Dovremmo far capi-

re che il pacchetto-vacanza non è un bene materiale, né unico, come un orologio o un capo d'abbigliamento, ma un insieme di servizi e prodotti. Più di tutto patisce

il lungo raggio, che porta la maggiore marginalità. Le altre due voci sono armi a doppio taglio, ormai prassi consolidate, così come l'advanced booking, nato con una

finalità che doveva dare garanzie come la valuta prefissata, e non solo lo sconto fine a sé stesso. Ora però si fa anche a 30 giorni dalla partenza, e quello è solo sconto selvaggio.»

Andrea Lovelock



Massimo Broccoli



Andrea Mele



Angelo De Negri



Stefano Pompili: "Il 2012 è un anno difficile e altalenante, occorre rivedere i piani giorno per giorno"

L'imperativo di Veratour: «Margini da salvaguardare»

Dopo un primo quadrimestre di crescita anche il fatturato per l'estate dà segnali positivi

Uno studio quotidiano per contenere i costi e salvaguardare i margini. In casa Veratour non hanno mai lasciato lo spirito dei banchi di scuola e non ci stanno a farsi cogliere impreparati di fronte agli imprevisti di mercato. "Non vogliamo perdere l'ottimismo, ma neanche nascondere l'evidenza - mette in chiaro il direttore commerciale e marketing, Stefano Pompili -. Il 2012 è un anno difficile e altalenante e occorre rivedere i piani anche giorno per giorno".

E così si taglia qualche rotazione charter e si limitano, per quanto possibile, gli impegni, in subordinazione di un solo obiettivo: garantire una buona marginalità.

I mesi complessi

"Se dovessimo fare una fotografia dei primi mesi dell'anno, ad oggi viaggiamo in rialzo di 4,2 punti percentuali rispetto al 2011", spiega Pompili che però, con precisione da

ragioniere, entra nei dettagli e illustra un andamento mese per mese. "A inizio abbiamo vissuto momenti di grande apprensione - confessa il manager -: il picco negativo di gennaio ha visto un rallentamento dell'8,5 per cento"; poi la ripresa con febbraio e soprattutto marzo di grande recupero e l'ascesa di aprile, che ha portato Veratour a raggiungere "il record di fatturato della nostra storia, con 6,8 milioni in una sola settimana".

Complessivamente nel quadrimestre gennaio-aprile l'incremento è stato del 6 per cento, anche se le previsioni per maggio tornano cupe.

"Mancano i gruppi e, in una certa misura, anche gli individuali - prova a cercare le cause Pompili -. La vacanza nei mesi di spalla la possiamo completamente escludere per quest'anno. Destinazioni che iniziavano storicamente a funzionare già in maggio, come la Grecia, quest'anno partono con almeno due setti-

mane di ritardo".

La forza dell'Egitto

Se la prima fase dell'anno, come detto, si rivela altalenante, i mesi estivi fanno già registrare un incremento del 2 per cento sulle prenotazioni, con un andamento stabile tra luglio, agosto e settembre e un picco previsto per ottobre del 5 per cento.

E buona parte del merito è da imputare al ritorno tanto atteso del Mar Rosso e, in seconda battuta, della Tunisia. "Stiamo quasi rivedendo i numeri del 2010" spiega Pompili, che tira un sospiro di sollievo dopo la corsa della scorsa alta stagione che, in seguito alla Primavera Araba, aveva costretto Veratour a riposizionare velocemente gli impegni.

Eppure la sofferenza nel mercato c'è e si sente. In Veratour il termometro è dato dall'advance booking, una macchina tanto roduta dall'operatore che, negli scorsi anni, era stata capace di chiudere il 63 per cento delle vendite in anti-

cipo di due mesi.

Polso del mercato

"C'è una lieve riduzione quest'anno - confessa il manager -, difficilmente toccheremo la soglia del 60 per cento degli anni passati. Evidentemente non c'è tutta questa volontà o, per meglio dire, tutta questa possibilità di prenotare con largo anticipo: in sostanza, gli effetti delle difficoltà economiche si vedono ancora tutti".

Sbilanciandosi in un forecast per la chiusura d'anno, Stefano Pompili prova ad azzardare comunque un risultato in crescita. "Potremo guadagnare qualche punto percentuale - conclude - ma a noi non interessa tanto una crescita smisurata del fatturato, quanto piuttosto garantirci dei buoni margini. I volumi cresceranno, ma va detto che ci siamo presentati sul mercato con sette novità e, fortunatamente, possiamo tornare a contare su Egitto e Tunisia, completamente assenti lo scorso anno".

Stefano Gianuario



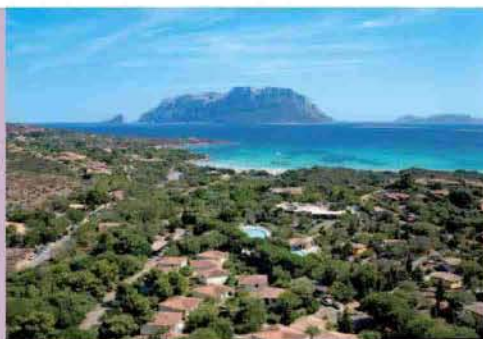
Il Mar Rosso è tornato a occupare uno spazio dominante all'interno della programmazione del tour operator, dopo la frenata registrata nel corso delle ultime stagioni in seguito ai fatti della Primavera Araba che hanno coinvolto l'Egitto



Stefano Pompili, direttore commerciale e marketing di **Veratour** è al lavoro per studiare i trend del mercato



Veratour, dalla Sardegna al Mediterraneo e non solo



Stile italiano, attenzione alla cucina, assistenza, animazione discreta, cura nella scelta delle location, risposte attente alle esigenze della clientela, per fasce di età e gusti. E' un po' questo il biglietto da visita dei **Veraclub**, collezione villaggi firmata **Veratour**, in costante aumento, in Italia e all'estero, raccolta nel catalogo "Villaggi Veraclub" che - come sottolinea **Stefano Pompili, direttore commerciale Veratour** "presenta tante conferme, e villaggi in apertura soprattutto nell'area del Mediterraneo. Infatti, dopo l'opening a dicembre del nostro primo villaggio in alta quota, il Veraclub Acquaseria a Ponte di Legno e del primo in Thailandia, il Veraclub Ranyatavi di Phuket, della linea Atmosphaera Resort, abbiamo in apertura altre 5 strutture in Grecia, Tunisia e in Sardegna". Una delle novità per l'estate è in Sardegna, una delle isole preferite dal to. "Quest'anno abbiamo aperto un nuovo Veraclub in Sardegna - racconta Stefano Pompili. "Si tratta del Veraclub Porto Istana, situato in un tratto di costa tra i più belli ed esclusivi dell'isola, bianchissime spiagge bagnate da un mare color smeraldo, cieli azzurri e un mare cristallino, che si alterna ad una ricca vegetazione mediterranea. Il Veraclub Porto Istana si trova tra le spiagge di Capo Ceraso e Coda Cavallo, immerso in un parco dalla tipica macchia mediterranea che si estende fino alla spiaggia di sabbia fine di Porto Istana, di fronte all'Isola di Tavolara, con un'area attrezzata con ombrelloni e lettini a uso gratuito ed esclusivo degli ospiti. Il Villaggio si compone di un corpo centrale con i servizi principali e le villette disposte al piano terra con 83 camere doppie o matrimoniali con possibilità di 3° e 4° letto. La distanza da Olbia e dall'aeroporto è di circa 8 km. La Formula Club comprende tutti i pasti a buffet, con cene con servizio al tavolo durante la settimana. Per i piccoli ospiti c'è il Superminiclub, con assistenza di personale specializzato per i bambini dai 3 ai 12 anni non compiuti e tanto sport per i bambini dai 6 anni compiuti". Il nuovo Veraclub si aggiunge al Veraclub Suneva, Veraclub Costa Rei e Veraclub Eos Village, consolidando fortemente la presenza del to sull'isola. "I nostri Veraclub - ancora Pompli - si indirizzano a target differenti. Il Veraclub Costa Rei di Piscina Rei, per esempio, fa parte della linea Atmosphaera Resort +18 e quindi si rivolge a una clientela adulta. Gli altri villaggi sono indicati alle famiglie perché dispongono anche di miniclub per i più piccoli, ma anche a gruppi di amici". Ed è la Sardegna, intanto, che traina le prenotazioni estive. "Per la Sardegna il trend è positivo grazie anche alla campagna pubblicitaria consumer che abbiamo dedicato ai quattro Veraclub sull'isola. Per alcune settimane nei nostri villaggi siamo già quasi al completo. Le ultime settimane di giugno e le prime di luglio sono tra le più richieste dal target famiglia, per esempio, e abbiamo già registrato ottime performance". La percezione dell'estate è comunque positiva in generale, anche se si registra un certo ritardo. "In questi momenti il fatto di avere villaggi di proprietà o a gestione diretta in esclusiva sul mercato italiano ci consente di una gestione del pricing diretta. I prezzi pertanto restano invariati rispetto a quelli del 2011, con impercettibili ritocchi. Ritengo - conclude Pompili - che il rapporto qualità/prezzo dei Veraclub sia ottimo sul mercato e davvero concorrenziale".

www.ecostampa.it

EnnaVillaggi

La carta vincente delle vacanze

D

Aspettando l'estate 2012

In attesa di un'estate ricca di promesse pensate per i tuoi clienti...

30%

EnnaVillaggi

Settemari

I giorni di festa del mare c'è da scherzare?

EnnaVillaggi

Quando la settimana è speciale

Nicolars, vacanze per vocazione

EnnaVillaggi

L'estate dietro l'angolo

Un giorno, dalle Sardinie, indimenticabile a noi

i l p i a c e r e di uscire



1

Andiamo a nuotare con i pesci

Al cinema i bambini si divertono con le avventure dello squaletto Pup e, tornati a casa, sognano di vedere la barriera corallina. Loro sono già pronti a partire, con maschera e boccaglio, per la Malaysia, le Maldive, il Messico o il Mar Rosso. Dove imparare a conoscere uno a uno gli abitanti dei mari



Non hai ancora visto il film *Seafood, un pesce fuor d'acqua*? Con il tuo cellulare puoi vederne il trailer grazie al Qr Code qui sotto.



In questi giorni al cinema c'è una coppia fantastica. È quella di Pup, uno squalo mignon, e Julius, il suo grosso amico pinna bianca. Insieme partono per salvare le uova che una banda di bracconieri ha rubato dal loro reef. Sono gli ingredienti del film di animazione *Seafood, un pesce fuor d'acqua*. Dopo averlo visto, viene proprio voglia di nuotare circondati da tanti pesci colorati. E, poiché siamo alla fine dell'anno scolastico, con una bella pagella mamma e papà potrebbero pensare di organizzare una vacanza a tutto snorkeling. Ecco qualche idea.

Sull'isola di Mataking Il film con la storia di Pup e Julius è nato in Malaysia. Non è un caso, perché lì ci sono centinaia di isole e isolette circondate dalla barriera corallina lungo la quale i pesci trovano tanto cibo e si riparano dalle correnti dell'Oceano. Una di queste, Mataking, è talmente piccola che si

può girare a piedi in un'ora. Ed è circondata da un mare ricco di specie multicolori, tra le quali tuffarsi direttamente dalla spiaggia davanti all'unico albergo dell'isola. È qui che sguazzano Pup, Julius e i loro amici: se i bambini non li vedono subito il primo giorno è solo perché questi squali sono impegnati in qualche avventura in giro per il mondo. Con La Fabbrica dei sogni (tel. 0358821115; www.lafabbricadeisogni.biz) una vacanza di 8 giorni costa 2.250 euro. E comprende voli, pensione completa e tre immersioni al giorno per chi ha il brevetto da sub.

Al largo di Athuruga Cosa fanno i pesci di notte? Per scoprirlo, si può andare ad Athuruga, un'isola dell'arcipelago delle Maldive. Pensate, qui si può fare il bagno alla luce delle stelle, con maschera, boccaglio e torcia, insie-



2



1. Nell'altra pagina, un mini snorkeler nelle acque del Mar Rosso;
2. Gruppo di coloratissimi pesci farfalla, tipici della barriera corallina egiziana. Possono arrivare alla lunghezza di 22 centimetri.
3. È una specie protetta la tartaruga verde che abita le acque dei reef.

3

me agli istruttori del centro diving del resort. Di giorno, invece, si sale a bordo dei dhoni, le tipiche imbarcazioni maldiviane, per raggiungere le isolette più deserte, circondate da un mare popolatissimo e color azzurro cielo. Riconoscere i pesci non è difficile. A queste gite partecipa sempre un biologo marino, un professore che non dà brutti voti e non si stanca mai di spiegare. È proprio l'occasione giusta per imparare un sacco di cose su pesci e coralli. Con Hotelplan (tel. 02721361; www.hotelplan.it) una settimana costa 2.850 euro tutto compreso e i bambini fino a 12 anni non pagano il soggiorno. **Nella vicina Marsa Alam** Per fare snorkeling non è sempre necessario andare lontano. Dall'Italia, in poche ore di volo, si raggiunge Marsa Alam, la famosa località egiziana sul Mar Rosso. Qui si nuota con i pesci anche nel tratto di

mare proprio davanti all'hotel e poi ci si sdraia a prendere il sole su spiagge bianchissime. Oppure (che emozione!) nella *Dolphin House*, dove è facile ritrovarsi faccia a faccia con i delfini. In zona, merita una visita anche il parco nazionale Wady Gimal. Chi non ha mai fatto immersioni, può approfittare della scuola di diving, aperta anche ai bambini. E tornare a casa con un brevetto valido in tutti i centri sub (chissà che invidia i compagni di scuola!). In maggio una vacanza di 8 giorni al Veracub Elphistone (www.veratour.it) costa da 530 euro a persona, con voli dall'Italia e formula all inclusive.

Sulle spiagge Maya Se Pup fosse arrivato in Messico, non sarebbe più tornato a casa! Già, perché nella penisola dello Yucatán ci sono luoghi magici da visitare, come le antiche città dei Maya e degli Aztechi, e posti pieni di divertimenti come Cancún. Vicino a questa città si trova Isla Mujeres, cioè l'isola delle donne. Tranquilli bambini: i pesci guizzano attorno a tutti, senza fare preferenze tra maschi e femmine. Per l'alloggio, il Club Med Cancún Yucatán (tel. 848800826; www.clubmed.it) sorge tra una laguna e il mare aperto, vicino a un parco sottomarino protetto e, perciò, molto ricco di "compagni di nuotate". Una settimana all inclusive va da 1.730 euro

Ettore Pettinaroli

TRE MOSSE PER LA MASCHERA

Francesco Litrico, istruttore della scuola John & Jack (www.jjdivingschool.it) spiega: (1) Se è nuova, va pulita con il detersivo per i piatti. (2) Al mare, si spruzza uno spray anti



ANNA CODICASSI (3)

appannamento o si bagna con la saliva. Questa crea una pellicola che evita la condensa. (3) Si inspira e si appoggia la maschera sul viso: se sta ben incollata, si mette il cinghiolo.

LA BR 101, IN BRASILE, È UNA DELLE STRADE PIÙ PANORAMICHE DEL MONDO. ATTRAVERSA LA MATA ATLANTICA, LA FORESTA CHE SI AFFACCIA SULL'OCEANO

ni che qui possono contare su assistenza specializzata e tante occasioni per fare sport di terra e di mare. Dal villaggio vale la pena di raggiungere la Beach Rock, spiaggia di roccia nata prima della glaciazione, sulla vicina isola della Tavolara. Si raggiunge in barca e si presta a immersioni e snorkeling per vedere spaccature e fondali di granito, che sono habitat di cernie, murene e polipi (8 giorni-7 notti con volo, sistemazione in doppia e all inclusive, da 1.640 euro, www.veratour.it).

Per chi vuole esplorare la Sardegna in auto o preferisce un viaggio slow, invece, ci sono le navi di Grimaldi Lines che da Civitavecchia arrivano a Porto Torres, porta d'accesso per una vacanza sulle spiagge immacolate del nord dell'isola. Chi decide di prenotare il traghetto entro il 31 maggio può usufruire della promozione Advanced Booking, con uno sconto del 20 per cento (call center 081 496444, www.grimaldi-lines.com).

Novità anche per chi sceglie le isole siciliane di Lampedusa e Pantelleria, che si raggiungono ancora più velocemente con i nuovi voli di Alitalia da Milano e da Roma, e offerte che partono da 150 euro (www.alitalia.com). Pantelleria è adatta a chi non si lascia intimorire dalla natura aspra e dall'assenza di spiagge. Qui il mare si gode con tuffi dalla barca, spesso messa a disposizione degli ospiti dai resort e dai dammusi in affitto (www.pantelleriadammusi.it). Barca ▶

ESSAOUIRA, IN MAROCCO. IN ALTO: LA BASTIDE DE MARIE, IN PROVENZA. NELLA PAGINA A SINISTRA, IN ALTO: IL VERA CLUB PORTO ISTANA, IN SARDEGNA. IN BASSO: I LAGHI DI SAIMAA, IN FINLANDIA



Passione gipsy

Pochi metri quadrati, perfetti per chi sente nostalgia dello spirito nomade. Questa la filosofia di Vintage Vacations che, sull'isola di Wight, in Inghilterra, ha selezionato e restaurato eleganti Hellstream, le roulotte argentate che negli anni Sessanta viaggiavano sulle strade americane come moderni cavalli selvaggi. Oggi sono parcheggiate nel prato, arredate con interni rétro, colori accesi e armadi con fresbee e con tavole da surf per cavalcare le onde (www.vintagevacations.co.uk).

Più morbide le linee delle yurtte, realizzate con legno e corde in crini di cavallo o cammello che fissano la tenda senza neanche usare un chiodo. Le più belle, senza andare in Mongolia, si trovano nella regione della Beira Alta, una verde vallata nel centro del Portogallo, scenograficamente affacciate sul Rio Mondego. Fanno parte della Quinta Do Animal, che organizza trekking a cavallo e prepara un menu biologico, con ingredienti coltivati in loco, servito poi nella veranda esterna (www.yurtportugal.com).

La stessa passione gipsy si vive anche in Francia, dove la moda è quella di trascorrere un fine settimana tra i velluti e le atmosfere di un'alcova zingaresca. Esperienza che La Bastide de Marie, elegante albergo di pietra con piscina e ristorante gourmet a Ménerbes, nel cuore della Provenza, propone come novità dell'estate. Un'autentica roulotte di legno verde che all'interno svela la sorpresa di un boudoir di campagna, arredato con velluti, cuscini, tappeti e specchi (www.labastidedemarie.com).

Chi si innamora del genere, può sempre acquistarne una da Jeanne e Jean-Marie Bayol, raffinate autrici di libri e consulenti di moda per servizi gipsy che, a Saint-Rémy-de-Provence, hanno creato la versione bohémienne di uno showroom fatto da roulotte storiche restaurate (www.les-verdines.com).

L. T.

M HI-TECHMarica Santo
e una schermata
di Veratour su YouTube

CRM VERATOUR ADOTTA FACEBOOK, TWITTER E YOUTUBE

In vacanza con il social

Un solo sistema di gestione dei feedback generati dagli utenti. E molti nuovi fan

Anche Veratour, tour operator che opera soprattutto nel segmento dei villaggi, ha scelto di diventare social. E, pur non rinunciando al supporto delle agenzie di viaggi che rappresentano comunque l'unico canale di vendita, ha aperto un blog aziendale. Inoltre, ha iniziato a utilizzare in contemporanea i social network come Facebook, Twitter e YouTube. Obiettivo: creare un canale diretto per ascoltare i propri clienti e per supportarli nella loro scelta con riscontri e suggerimenti utili. Non solo. Sono anche un importante strumento per fare un'azione di customer care online, migliorare la soddisfazione dei clienti e identificare tendenze e bisogni su cui costruire l'offerta commerciale. Veratour si è trovata quindi con la necessità di trovare uno strumento che permettesse una gestione centralizzata dell'intera attività (pubblicazione dei contenuti, monitoraggio delle conversazioni online e misurazione delle performance). Lo strumento per la gestio-

ne è stato individuato in eC-social, piattaforma di social crm di eCircle.

La gestione centralizzata dei contenuti (produzione e pubblicazione) e le informazioni dettagliate ottenute dall'analytic di eC-social permettono di organizzare le risorse e di dedicare maggiore attenzione all'analisi delle performance delle singole attività sui diversi canali. Grazie all'interfaccia intuitiva e alle numerose funzioni di eC-social, l'ufficio marketing Veratour, per esempio, è riuscito a gestire in modo semplificato una campagna particolarmente complessa volta all'acquisizione di fan per la pagina Facebook. In questo modo ha portato in pochi giorni il numero da 9.347 a 11.265, e riuscendo ad arrivare a quasi 39 mila fan sull'intero canale in dieci mesi dall'inizio delle attività sui social media. Andamento positivo anche per quanto riguarda gli



altri canali utilizzati: su Twitter stanno aumentando sia il numero di follower sia le interazioni con gli utenti, mentre per quanto riguarda il blog l'azienda ha registrato in gennaio un raddoppio delle visualizzazioni rispetto alle medie dei mesi precedenti. «Siamo estremamente soddisfatti del supporto che eC-social ci ha fornito nell'individuazione dei bisogni dei nostri ospiti-utenti, nella definizione della strategia per soddisfarli, nell'attuazione, nel monitoraggio e nell'eventuale modifica della strategia stessa», commenta Marica Santo, social media manager in Veratour.

Alessandra Merlini Colucci

Follower Gli utenti che seguono su Twitter uno o più iscritti al social network

Archiviato un 2011 in chiaroscuro, il t.o. punta sul Mediterraneo. Bene i programmi di linea

Veratour rilancia: fatturato 2012 a +10%

di MASSIMO TERRACINA

ROMA - Stefano Pompili traccia un profilo sull'andamento di **Veratour**. «Abbiamo chiuso il 2011 in leggera flessione - spiega il direttore commerciale - circa il 4% sul 2010, motivata principalmente dalla paralisi del Nord Africa, ma abbiamo conservato una marginalità soddisfacente. L'anno passato è ormai stato archiviato e come nostra consuetudine guardiamo al futuro». Saranno quattro le novità estive: El Mehdi in Tunisia a Mahdia, che ha aperto il 20 aprile; a Lanzarote (Puerto del Carmen) il club amico hotel La Geria, che aprirà il 7 maggio; in Grecia a Karpathos il Konstantinos palace, con apertura il 19 maggio; la quarta struttura in Sardegna, nel nord di fronte a Tavolara, il Porto Istana (30 maggio). «Nel 2012 dovremmo assistere alla ripresa del Nord Africa - prevede Pompili -. L'Egitto è

già ripartito e la Tunisia dà ottimi segnali, tanto che abbiamo aumentato gli impegni. Chi invece risente, incredibilmente, in maniera negativa dell'effetto mediatico sono la Spagna, ma soprattutto la Grecia, Paesi tranquilli, ma che per via della crisi economica e dei reportage su alcuni disordini e malumori si stanno muovendo a rilento. Ci aspettiamo il tutto esaurito in Italia con il "poker sardo" e pun-

tiamo a chiudere l'anno con un +10% di fatturato sul 2011, che ci porterebbe nuovamente in carreggiata». Un discreto aiuto a questo risultato potrebbero venire dai due cataloghi linea, curati da Laura Bellini: "Emozioni e tentazioni" e "Usa". «La nostra programmazione di linea cresce bene - spiega Pompili - con un +15% lo scorso anno e un target del +20% nel 2012. Usa ci sta dando grandi soddisfazioni con i com-

binati dei nostri villaggi ai Caraibi in estensione al viaggio negli Stati Uniti continentali». Il primo villaggio invernale di **Veratour**, Ponte di Legno non si è mosso come previsto: «Pensavamo andasse meglio, ma forse non siamo ancora riconosciuti dalle adv come "operatore neve". Comunque, prose-

guiamo per consolidare e magari crescere nel segmento "neve"». Ultima battuta sul mercato: «Continuiamo a lavorare al 100% con le adv per la distribuzione dei nostri prodotti e implementiamo gli incentivi che hanno portato le prenotazioni via web al 60% del totale».

“Proseguiremo a lavorare con le agenzie puntando al booking online”

Stefano Pompili



L'OPERATORE TURISTICO SI UNISCE A NIKON PER UN CONCORSO IN INTERNET

Veratour, social media marketing con Keller Adv

ANNUNCI SPONSORIZZATI, UNA CAMPAGNA TEASER E IL COINVOLGIMENTO DI FACEBOOK E TWITTER

Ha avuto inizio ieri e terminerà il 6 luglio il concorso online dal titolo "Veratour regala Nikon". La collaborazione tra Veratour, operatore turistico specializzato in villaggi vacanze e viaggi organizzati, e Nikon, marchio del settore fotografico, nasce con l'obiettivo di conoscere meglio gli utenti che seguono il tour operator attraverso il website o i social network. Infatti, il concorso si basa su un questionario composto da dodici domande volte ad approfondire le preferenze, le abitudini di viaggi e la raccolta di opinioni di rilievo sulla qualità e la tipologia dei servizi offerti da Vera-



Un dettaglio della creatività a sostegno del concorso Veratour.

tour. Tutti gli utenti che si registreranno al concorso e che risponderanno al sondaggio, potranno partecipare all'estrazione di una fotocamera digitale Nikon 1J1 e di 10 kit di merchandising firmato Veratour. Al fine di lanciare il concorso, Veratour si avvarrà di una comu-

nicazione online basata principalmente sui social network, con il supporto di Keller Adv. In tal senso, è stata pianificata una campagna di annunci sponsorizzati e una campagna teaser che coinvolgerà gli oltre centomila utenti iscritti alle pagine Facebook e alla new-

sletter Veratour. La pubblicità sarà veicolata anche su Twitter. Infine, è stata realizzata una sezione del sito interamente dedicata al concorso. Per tutti i mezzi inclusi nel piano strategico, è stato scelto un visual in linea con le attuali tendenze Web 2.0. «Tra gli elementi grafici scelti spicca il megafono, oggetto che meglio esprime il look&feel del concorso, proprio perché l'idea di base di questa iniziativa è dare la parola ai viaggiatori e ascoltare non solo le loro esperienze ma anche i loro suggerimenti e le aspettative future rispetto al brand Veratour», commenta Gerardo Grasso, web marketing Veratour.



TRAVELLING INTERLINE

INTERNATIONAL

Quotidiano di Turismo e Cultura - Anno XX

Home

I nostri viaggi

Chi siamo

Abbonamenti

Pubblicità

MAG 10

Veratour e Nikon: concorso on line, si punta sui social network

Tour Operators

Aggiungi un commento

Parole chiave: fotocamera digitale nikon • megafono • tour operators • veratour

Pubblicato il: 10 maggio 2012



Accordo tra **Veratour** e Nikon per il nuovo concorso online appena lanciato che mira "a conoscere meglio gli utenti che seguono il tour operator attraverso il website o i Social Network" come evidenzia il t.o. in una nota.

Il concorso "**Veratour** regala Nikon" verrà pubblicizzato in particolare sui social network, mentre sul sito **Veratour** sarà presente una sezione dedicata. Nel dettaglio l'operazione consiste

in un questionario rivolto ai viaggiatori per scoprire e analizzare preferenze, abitudini di viaggi e opinioni di rilievo sulla qualità e la tipologia dei servizi offerti da **Veratour**. Tutti gli utenti che si registreranno al concorso e che risponderanno al sondaggio, potranno partecipare all'estrazione di una fotocamera digitale Nikon 1J1 e di 10 kit di merchandising firmato **Veratour**.

Tra gli elementi grafici scelti spicca il megafono- commenta Gerardo Grasso, web marketing **Veratour** -, proprio perché l'idea di base di questa iniziativa è dare la parola ai viaggiatori e ascoltare non solo le loro esperienze ma anche i loro suggerimenti e le aspettative future rispetto al brand **Veratour**.

Ti è piaciuto l'articolo? Dillo a tutti!



Leave a Reply

Name (required)

Mail (will not be published) (required)

Website

Submit Comment

Cerca nel sito

Cerca

Travelling TV

Tunisia

Vedi gli altri video

Articoli recenti

- [Il tormentone dei contributi Ryanair e il fantasma di Marsiglia...](#)
- [Visit USA: tutto l'appeal degli Stati Uniti. Intervista a Sandro Saccoccio, presidente Visit USA](#)
- [Austria Turismo lancia "Culturissimo". Nuovi itinerari dedicati alla storia, scoperta e spettacolo](#)
- [Tunisair rafforza l'offerta per l'estate 2012](#)
- [Konrad Travel mira al Brasile e aderisce a VBRATA, l'associazione internazionale dei tour operator specializzati sulla destinazione Brasile](#)
- [Cocktail celebra il centenario del Titanic. Proposte per un'insolita Irlanda e Belfast](#)
- [Veratour e Nikon: concorso on line, si punta sui social network](#)
- [Il Brasile di Tam: partono le promozioni per volare fino a dicembre 2012](#)
- [Costa Crociere riparte con la nuova ammiraglia, Costa Fascinosa. Vernissage a bordo con "I Protagonisti del Mare"](#)
- [Urant-Uniturismo Lazio, il nuovo Presidente è Walter Pecoraro](#)
- [18 mila passeggeri per Volotea dopo il primo mese di attività](#)
- [Turismo Torino al Salone Internazionale del Libro. Partono i tour "Books on the Bus"](#)
- [Maldive d'estate con Idee per Viaggiare](#)
- [InterContinental De La Ville sponsor di Race for the Cure dal 18 al 20 maggio a Roma](#)
- [Enit Agenzia e ETOA, workshop per l'incoming al City Fair 2012 di Londra](#)

Interline International Club

Strategie

Veratour alza la posta Stagione di new entry

Con l'arrivo dell'estate salgono a sette le nuove proposte del tour operator

Una carrellata di sette novità per tenere alto il presidio sul mercato e uno studio costante per lanciare nuove destinazioni. È famelica la strategia di Veratour che nell'alta stagione 2012 si appresta a inaugurare cinque nuove strutture, dopo aver aperto, a fine 2011, il resort thailandese di Phuket e il primo club neve in Val Camonica. Grecia e Spagna saranno le prime protagoniste, con, in ordine di apparizione, l'apertura dei battenti del Club Amico di Lanzarote, alle Canarie e il Veraclub Kostantinos Palace di Karpathos.

Ancora Grecia con il Veraclub Creta per poi passare in Sardegna, con il Veraclub Porto Istana che diventa la quarta struttura del t.o. sull'isola, assieme al Suneva, al Costa Rey e all'Eos Village.

Dopo un anno in ombra torna la Tunisia, con il Veraclub El Mehdi di Mahdia,



per il quale il direttore commerciale e marketing, Stefano Pompili, attende "ottimi risultati, considerato il rapporto qualità prezzo e la vicinanza con l'Italia. Poi c'è da considerare che i comportamenti d'acquisto cambiano in tempi velocissimi e una meta in flessione lo scorso anno può sorprendere questa estate".

Le new entry in casa Veratour potrebbero non arrestarsi qui. Pompili svela infatti che entro giugno "potrebbe concludersi un'operazione sui Caraibi", mentre, cambiando fronte, in Egitto dovrebbe sorgere "un primo club over 18, posizionato a Sharm el Sheikh".

Tornando in Italia, la Puglia potrebbe essere una valida alleata da affiancare alla roccaforte Sardegna, con un resort da proporre sempre in formula club.

"Il mercato richiede all inclusive, trattamento che possiamo garantire nei resort in giro per il mondo - spiega Pompili -, ma in Italia i costi del food&beverage farebbero lievitare i prezzi al punto da non essere più competitivi. Preferiamo la chiarezza e un trattamento senza sfumature, con una pensione completa, inclusi vini e soft drink durante i pasti, e gli extra a parte". S. GIA.

Villaggi



SPECIALE

a cura della redazione

www.ecostampa.it

VERATOUR



L'operatore

SEDE:
ROMA
VIALE EROI DI RODI, 254
TEL. 06 500666
WWW.VERATOUR.IT

34
Veracub
2012

+10%
Previsione
chiusura 2012

Prodotto di punta

In Egitto Marsa Matrouh e Sharm vanno bene; in Tunisia Mahdia e Djerba; la Sardegna e, infine, il Royal Tulum a Xpu-Ha in Messico.

Qual è l'andamento delle prenotazioni?

«L'inverno si è chiuso con un aumento del 6% sul 2011 - esordisce Stefano Pompili, direttore commerciale di **Veratour** - mentre il mese di maggio fa registrare uno stop preoccupante, con un -15%. Poi, da giugno, si riprende con una buona tendenza che porta al momento le prenotazioni giugno-settembre al +4% sul 2011. E' certamente un anno ancora una volta complesso per tutti, che noi pensiamo di recuperare in corso d'opera. Il 2012 vede la ripresa del Nord Africa: l'Egitto è già ripartito e la Tunisia dà ottimi segnali, tanto che abbiamo aumentato gli impegni (Mahdia). Chi invece risente, incredibilmente, in maniera negativa dell'effetto mediatico sono la Spagna, ma soprattutto la Grecia, paesi tranquilli, ma che per via della crisi economica e dei media subiscono un contraccolpo negativo».

La novità di prodotto?

«Come di nostra consuetudine guardiamo al futuro: saranno quattro le novità estive: El Mehdi a Mahdia, in Tunisia, che ha aperto il 20 aprile; a Lanzarote (Puerto del Carmen) il club amico hotel La Geria il 7 maggio; in Grecia, a Karpachos, il Konstantinos Palace, con apertura il 19 maggio e infine la quarta struttura in Sardegna, al Nord di fronte a Tavolara, il Porto Istanta (30 maggio)».

Il plus

«Una formula 100% italiana; rapporto qualità prezzo. La forza vendite è vicina alle adv che per noi sono il 100% del venduto».

Sulla sdraio

Spiaggia, piscina o cocktail? Un eden chiamato Mauritius

DAL NOSTRO INVIATO
CRISTINA NADOTTI

BELLE MARE

Fuori ci sono tempi hindu da visitare, riserve naturali in cui scegliere tra molte attività e panorami unici, ma perché spostarsi da questo paradiso di spiaggia? Mauritius trasforma anche il viaggiatore più irrequieto e il trekker più indomito nel turista pigro che si sposta con movenze da bradipo dal lettino sulla battigia all'amaca appena fuori dalla camera di hotel e poi, al massimo, alla piscina idromassaggio e al cocktail bar. C'è poco da dire "questo non è un viaggio!". Dopo essersi sperticati negli angoli più remoti (e scomodi) del pianeta, una vacanza relax non fa sentire a disagio, fa sentire stupidi perché non la si era mai fatta prima.

E a Mauritius sono bravissimi a far venire alla gente quel sorriso ebete da "Come sono rilassato, come sono in pace con il mondo". La seconda isola per grandezza (dopo Reunion) dell'arcipelago delle Mascarene ha tutti i vantaggi della meta esotica e del paradiso tropicale, senza averne gli inconvenienti. Un governo stabile, tre religioni (hindu, cristiana e musulmana) che convivono pacificamente, un'economia in crescita che, pur puntando molto sul turismo, ha saputo diversificare i settori e ha lasciato indietro una minima parte della popolazione fanno sì che il paradiso non sia tale soltanto per i visitatori. In più, negli ultimi anni, anche i viaggiatori più attenti alle istanze ecologiste trovano nell'ottimo rapporto qualità-prezzo dell'ospitalità mauriziana motivo per rallegrarsi, perché il governo ha istituito nuovi parchi naturali per preservare l'avifauna e nei nuovi hotel si impongono criteri di ecosostenibilità.

Un esempio è la ristrutturazione dell'hotel Long Beach, sulla costa Est del-

l'isola sulla spiaggia di Belle Mare, voluta dal gruppo Sun Resort. Il nuovo complesso è stato costruito solo con materiale riciclato dalla vecchia struttura e il progetto ha valutato l'impatto visivo

della struttura dal mare. Attenzione anche ai giardini, che in queste zone sono di solito una profusione di fiori ed erba verde, con la messa a dimora soprattutto di piante autoctone che hanno bisogno di poca acqua, per non sprecare le riserve idriche dell'isola. Del resto, a caratterizzare il panorama basta il mare, e una costa che riserva emozioni intense perché ogni scogliera e ogni baia hanno una storia da raccontare. Di fronte al picco di Le Morne Brabant sembra ancora di sentire i lamenti degli schiavi che all'inizio del XIX secolo preferirono il suicidio di massa al ritorno in catene, ma quando la scogliera si colora di blu nei tramonti struggenti di Mauritius, è facile addolcire la tristezza con un bagno serale tra i più appaganti per il co-

lore del cielo e dell'acqua.

E a godersi il mare dell'isola, la barriera corallina viva e di facile accesso, le spiagge libere protette dai boschetti di eucalyptus non sono soltanto i turisti. Il valore aggiunto di Mauritius sono proprio i mauriziani, cordiali e disponibili, sempre pronti a scambiare due chiacchiere e a spiegare senza imbarazzo come, grazie al miscuglio di etnie dell'isola, abbiano la pelle nera e gli occhi asiatici o i capelli lisci da indiano su un viso dai tratti africani.

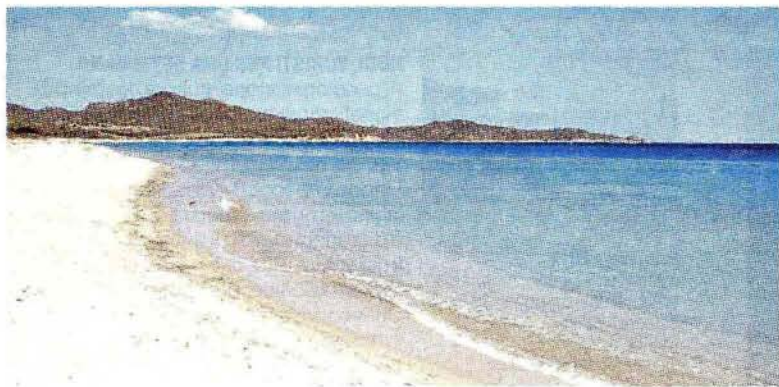
Il gran miscuglio di Mauritius dà il meglio a tavola, conquistando definitivamente anche l'italiano più riottoso. Nella cucina dell'isola si fondono la tradizione culinaria dell'India del Sud, quella cantonese portata dai commercianti cinesi e il retaggio del colonialismo francese, ora rivisitati da cuochi italiani di fama come Moreno Cedroni. I ristoranti da provare sono molti, ma anche il più semplice cibo da strada può dare grande soddisfazione, con in più la tranquillità che Mauritius è un'isola dove gli standard igienici sono molto alti. Ed è soltanto la prospettiva di un vero manicaretto che può convincere ad alzarsi dal lettino sulla spiaggia, ad abbandonare l'ombra della palma, per passare, in fin dei conti, soltanto da un piacere a un altro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



PER SAPERNE DI PIÙ

www.mauritius-turismo.com
www.sunresortshotels.com



Sardegna

VERANDA DI FRONTE A TAVOLARA

Mare smeraldo, un parco che si estende fino alla spiaggia di Porto Istana di fronte all'isola di Tavolara e animazione per i bambini. Le villette del villaggio sono di fronte al mare e suddivise in camere con veranda attrezzata. Spiaggia bianca, ombrelloni e lettini. Otto giorni, 7 notti, da 870 euro a persona. Sconti per chi prenota con 90 giorni di anticipo

www.veratour.it



Malta

RELAX TRA LE ROVINE DEL TEMPIO

La perla del Mediterraneo a prezzi contenuti? Al Dolmen Resort - che si trova intorno alle rovine di un tempio preistorico - ci sono camere affacciate sul mare, piscine, centro sportivo e centro benessere. Potete scegliere il menu della serata e prenotare il night. Oasi con animatori per i più piccoli. Dieci notti, da 860 euro a persona. Volo incluso

www.azonzotravel.com

Love con un bambino

di Laura Ogna

Gite viaggi week-end rassegne sagre festival



Dal 10 al 17 giugno
**SUPER GANG
BEACH VOLLEY**

Sardegna

Al Veraclub Eos Village istruttori professionisti coinvolgono i bambini in gare sulla spiaggia. Un'occasione per allenare il movimento, la prontezza di riflessi, il coordinamento e naturalmente per entrare nelle dinamiche del gioco di squadra.

■ Per una settimana quota base da 1.065 euro a persona con volo a/r per Cagliari con trattamento Formula Club, riduzione del 50% per i bambini.

■ Info: veratour.it

Amplia i tuoi orizzonti!
Specializzati con i Corsi di Formazione on line
di Adv Training...

Ilaria Mano, Fashin Travel, Bra, Cuneo, Piemonte



News

► Ultime News

● Alitalia, cresce l'offerta summer dalla Calabria ●



Veratour, concorsi di Indoor Cycling



21/05/2012 - Si alternano dalla fine di maggio all'inizio di settembre gli istruttori dell'**Indoor Cycling And Fitness Federation** e di **Group Cycling** in cinque Veraclub, i villaggi del tour operator **Veratour** che si affacciano sul Mar Mediterraneo.

Ottima occasione per gli ospiti per provare un riuscito mix di divertimento, benessere e tecnologia al ritmo della musica che soltanto l'**Indoor Cycle**, la bike stazionaria di ultima generazione, sa dare. Gli esperti istruttori di ICYFF saranno a disposizione degli ospiti Veraclub per insegnare questa disciplina sportiva che consente, attraverso la pedalata su una speciale bike, di allenarsi al ritmo della musica. Sono previste tre lezioni di base, una la mattina e due nel pomeriggio, con almeno dieci bike a disposizione. Gli istruttori si alterneranno durante le settimane. I corsi si svolgono dal 26 maggio all'8 settembre al **Veraclub Creta** sull'isola di Creta, dal 2 giugno all'8 settembre al **Veraclub Kolymia Beach** di Rodi, dal 3 giugno al 9 settembre al **Veraclub Suneva in Sardegna**, dal 4 giugno al 10 settembre al **Veraclub El Mehdì di Mahdia** e dal 17 giugno al 9 settembre al **Veraclub Menorca di Minorca**. Alfredo Venturi, noto nell'ambiente dell'Indoor Cycling è presidente di ICYFF mentre Moreno Mignanelli, Trainer ICYFF è responsabile del progetto Group Cycling con **Veratour**. Group Cycling utilizza la nuova Group Cycle, la bike di ultima generazione della Technogym.

◀ torna indietro

Sfoggia on-line

l'ultimo numero
del settimanale
Turismo & Attualità



News più lette

News correlate

10/02 - Un pensiero per Marzia

22/02 - Mediterraneo e Nord Europa con
Gioco Viaggi

19/01 - ...lasciatecelo dire, Costa Concordia:
cerchiamo di essere lucidi

15/02 - United Continental Holdings premia i
propri dipendenti

21/02 - Gioco Viaggi: il meglio delle crociere
di Holland America Line

23/02 - United Airlines: collegamento
giornaliero tra New York e Istanbul

THAILAND
Always Amazing Trip
www.tourandtravel.com In collaborazione con:
THAI Bangkok Airways

Invitiamo a trovarvi al secondo
corso di formazione online per
agenti di viaggio

Corsi di formazione

Accompagnatore Turistico
UET
Scuola Universitaria
Europea per il Turismo

Tutorial REvolution - Easy
Market
Easy Market

Turchia
Turban Italia Expert

Reportage di Viaggio

Archiviata la 32^a edizione di FitCuba, il ministero del turismo già si concentra sugli investimenti per il futuro

Diversificazione e tanto mare: Cuba guarda al 2013

testi e foto
di MASSIMO TERRACINA

CAYO S. MARIA - Il 2011 ha chiuso in rialzo del 7,3% per il turismo cubano, con un risultato del tutto soddisfacente. Manuel Marrero Cruz, responsabile del turismo di Cuba, sottolinea come siano «cambiati i principali mercati emittori; si sono spostati gli equilibri. Oggi oltre al Canada, da sempre nostro maggior cliente prossimo al milione di passeggeri all'anno, crescono Cina, Brasile, Russia e Cile». Il primo trimestre 2012 è partito molto bene con un +5,3% di incremento globale e protagonisti Argentina, Messico, Russia, Europa (Francia, Germania e Scandinavia). Altri mercati, prima dominanti, segnano invece il passo. «Alcune destinazioni stanno registrando nel primo trimestre 2012 record storici di occupazione,

come Varadero, Pinar del Rio, L'Avana, Cayo S. Maria, Trinidad, Cienfuegos». La lungimiranza di Marrero è risultata premiante: già da diverse edizioni di FitCuba ha invitato per accordi turistici paesi importanti. Lo scorso anno era ospite Gloria Guevara Manzo, ministro messicano e quest'anno è stata la volta di Daniel Pablo Aguilera, ministro del turismo argentino, al fine di rinforzare i rapporti con un Paese in grande crescita economica e turistica.

Un altro tema fondamentale per arrivare ai 2,9 milioni di passeggeri preventivati per il 2012, per sfondare il tetto dei 3 milioni nel 2013, è l'incremento costante di collegamenti aerei. Più voli da Canada, Scandinavia, Italia (che resta comunque fra i primi sei mercati, sebbene in calo), Messico, Argentina, Perù, Colombia, ma soprattutto più frequenze e

porti di arrivo, per esempio aggiungendo i Giardini del Re e Cayo S. Maria.

«Siamo ora impegnati nella ristrutturazione alberghiera e nel consolidamento delle infrastrutture legate al turismo, mentre per i nuovi sviluppi stiamo lavorando molto sul polo di Trinidad. Cayo S. Maria è un altro complesso che stiamo sviluppando per la sua bellezza e per la posizione strategica. Per quel che attiene alle novità alberghiere, si sta costruendo a Varadero, Cayo S. Maria e Cayo Coco, Guardalavaca e Trinidad». Il 2012 porterà cinque nuovi hotel, per mille 537 camere, più altre 6 mila 639 camere rimodernate e l'arrivo nell'inventario turistico statale cubano di 315 nuovi bus e 3 mila 652 auto per noleggio.

«I trasporti rappresentano un nodo cruciale. Attualmente accogliamo 40 compagnie di linea e 33

charter, ma vogliamo incrementarle con una politica flessibile. Intanto, stiamo lavorando sugli aeroporti con l'aumento del 50% di capacità su Varadero, il raddoppio di capacità del terminal 2 del Josè Martí de L'Avana e il potenziamento di Bayamo Cayo largo e Santiago. Santa Clara è in ampliamento per incrementare dal 2013 il traffico proprio su Cayo S. Maria».

Gaviota, entità turistica che detiene il 30,7% del patrimonio alberghiero cubano, gestisce oltre 5 mila camere ai cayos del nord di Cuba. Entro il 2030 prevede al nord, fra Varadero e Camaguey, un incremento della capacità di 45 mila 837 camere, per prepararsi alla crescita del turismo prevista verso l'area caraibica, come ha sottolineato Frank Oltuski Rodriguez, vice presidente di Gaviota.

Prossimo appuntamento con Fit Cuba 2013 dal 7 al 10 maggio a Varadero.

Diversificazione e tanto mare: Cuba guarda al 2013

KARISMA TRAVELNET
ROADSHOW 2012
22-23-24-25 MAGGIO
MILANO TRIESTE BOIA

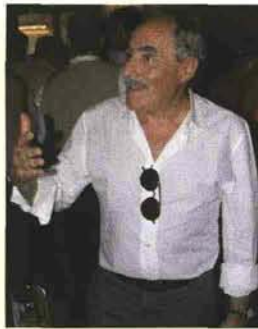


“Siamo impegnati a 360 gradi”

Manuel Marrero Cruz

Il "ritorno" di Veratour

CAYO S. MARIA - Carlo Pompili, ad di Veratour (nella foto), torna a Cuba dopo diversi anni di assenza. «Ho trovato Cayo S. Maria un luogo molto ben pianificato e attrezzato, con alberghi di grande livello, che ci stanno davvero facendo pensare di tornare sull'Isla Grande. Se non troveremo una struttura il linea con le nostre aspettative (attorno alle 150 camere), potremmo gestire una parte di un resort aggiungendo ai benefici di una gestione locale di ottimo livello, i plus della personalizzazione Veraclub».



Lusinghieri anche i commenti sulla fiera, mentre anche per Pompili il momento congiunturale è negativo e restano speranze solo per un turismo alla ricerca di una nuova identità. «Il turismo incoming cubano è in crescita, con miglioramenti in ogni segmento del prodotto; siamo orientati al ritorno al più presto, per dare vita a un'ulteriore operazione simile a quelle effettuate in Messico e in Repubblica Dominicana».



TRIBUNA ECONOMICA

GIORNALE DI ECONOMIA FINANZA

Area Agenzia Stampa

...dal 1986

EDITORE

INTRODUZIONE ALL'AREA

AMBASCIATE E CONSOLATI

CONTATTI

Scarica, gratuitamente, TRIBUNA

Attention! Javascript must be enabled



cerca...



Settimana 15 giorni mese

Air Liquide: Russia, avviamento di una nuova unità in Tatarstan

Lastminute.com: le donne italiane pensano più alle vacanze che al sesso

Corte dei conti: controllo eseguito sulla gestione finanziaria dell'Istituto italiano di tecnologia (IIT)

Privalia due volte sul gradino più alto del Netcomm e-commerce Awards 2012

MSE: dal 21 al 24 maggio missione Governo, Regioni e sistema camerale in Brasile

UBI: utile netto sale del 63,1% a 105,4 milioni di euro

Federlegno: primo forum del legno-arredo, idee e progetti per la crescita

Nuovo trasporto viaggiatori (Ntv), la nuova realtà italiana in materia di Alta Velocità

ABB completa l'acquisizione di Thomas & Betts

NOTIZIE PER CATEGORIA

Istituzioni nazionali

Istituzioni estere

Istituzioni locali

Aziende diverse

Finanza/Bilanci

Banche/Assicurazioni

Motori

Informatica/Tecnologia

Energia/Ambiente

Chimica/Farmaceutica

Compagnie aeree

Roma Capitale

Altre notizie

Turismo

Life

Moda

Cultura

Inglese/Francese

Veratour: tutti in sella

Martedì 22 Maggio 2012

[Tweet](#)

Si alternano dalla fine di maggio all'inizio di settembre gli istruttori dell'Indoor Cycling And Fitness Federation e di Group Cycling in cinque Veraclub, i villaggi del tour operator **Veratour** che si affacciano sul Mar Mediterraneo. Ottima occasione

per gli ospiti per provare un riuscito mix di divertimento, benessere e tecnologia al ritmo della musica che soltanto l'Indoor Cycle, la bike stazionaria di ultima generazione, sa dare. Gli esperti istruttori di ICYFF saranno a disposizione degli ospiti Veraclub per insegnare questa disciplina sportiva che consente, attraverso la pedalata su una speciale bike, di allenarsi al ritmo della musica. Sono previste tre lezioni di base, una la mattina e due nel pomeriggio, con almeno dieci bike a disposizione. Gli istruttori si alterneranno durante le settimane. I corsi si svolgono dal 26 maggio all'8 settembre al Veraclub Creta sull'isola di Creta, dal 2 giugno all'8 settembre al Veraclub Kolympia Beach di Rodi, dal 3 giugno al 9 settembre al Veraclub Suneva in Sardegna, dal 4 giugno al 10 settembre al Veraclub El Mehdi di Mahdia e dal 17 giugno al 9 settembre al Veraclub Menorca di Minorca. Alfredo Venturi, noto nell'ambiente dell'Indoor Cycling è presidente di ICYFF mentre Moreno Mignanelli, Trainer ICYFF è responsabile del progetto Group Cycling con **Veratour**. Group Cycling utilizza la nuova Group Cycle, la bike di ultima generazione della Technogym. Il costo per una settimana di vacanza in un villaggio **Veratour**, con volo dall'Italia e corso di Indoor Cycling compreso, sono molto convenienti: al Veraclub Creta parte da € 490 a persona, formula all inclusive; al Veraclub Kolympia Beach di Rodi, da € 540, trattamento di formula club; al Veraclub Suneva di Costa Rei, da € 820, trattamento di pensione completa; al Veraclub Menorca di Minorca da € 750, in formula club e al Veraclub El Mehdi di Mahdia, in Tunisia da € 540, trattamento all inclusive.

[< Prec.](#) [Succ. >](#)

ARCHIVIO NOTIZIE

LINK ISTITUZIONALI





IL COMMENTO DEL DIRETTORE

REMO VANGELISTA, DIRETTORE TTG ITALIA

A piccoli passi

Tweet

Leggi anche: [carlo pompili](#), [veratour](#) Stefano Pompili, Massimo Broccoli

"Entro a far parte di un'azienda sana che è cresciuta negli anni a piccoli passi". Con questa frase di esordio di Massimo Broccoli si potrebbe chiudere questo corner di analisi e commento.

ARTICOLI RELATI

TOUR OPERATOR 22/05/2012 11:26
Veratour chiama Broccoli
Si apre il nuovo corso



Non resta molto altro da dire su **Veratour**, azienda guidata con attenzione e prudenza da Carlo Pompili e dal figlio Stefano. In questo caso la famiglia non ha fatto danni o lasciato situazioni traballanti.

Stefano Pompili, commentando la nomina di Broccoli alla direzione commerciale ha detto che arriva "la persona giusta al momento giusto". Ora **Veratour** con l'ingresso dell'ex manager di Alpitour ha la possibilità di fare un altro balzo in avanti. Sempre con calma e un occhio alle spese, seguendo la regola del signor Carlo.

Tweet

Leggi anche: [carlo pompili](#), [veratour](#) Stefano Pompili, Massimo Broccoli

AL FOCUS IL COMMENTO DEL DIRETTORE

- 22/05/2012 11:00** **Ultima chiamata**
Traghetti, vettori low cost e il mondo trade. In quest'intervista ...
- 21/05/2012 11:48** **La parola magica**
Le prossime manovre sveleranno la nuova filosofa Alpitour. Bruna Gallo ...
- 14/05/2012 12:11** **Sperando nel fondo**
In molti ora si stanno chiedendo se valga ancora la ...

Vedi tutti



TTG 22052012

NOTIZIE PRINCIPALI

TOUR OPERATOR 22/05/2012 11:26

Veratour chiama Broccoli
Si apre il nuovo corso



Arriva l'ufficializzazione della nomina di Massimo Broccoli nella carica di direttore commerciale di **Veratour**, dopo i rumors circolati la scorsa settimana all'indomani dall'uscita da

Alpitour. ...

HOTEL 22/05/2012 15:10

Terremoto Emilia.
Le iniziative delle associazioni

DI SILVANA PIANA

TOUR OPERATOR 22/05/2012 09:50

Caro prezzi e trasporti.
Sfida Sardegna



22/05/2012 11:26

Broccoli guida il commerciale di Veratour



Tweet

Leggi anche: [carlo pompili](#), [veratour](#), [Stefano Pompili](#), [Massimo Broccoli](#)

"Il mio ingresso in **Veratour** rappresenta una svolta importante nel mio percorso lavorativo. Entro a far parte di un'azienda sana e che è cresciuta negli anni a piccoli passi, ma con costanza e con ambizione".

PUBBLICITÀ

Arriva l'ufficializzazione della nomina di **Massimo Broccoli** nella carica di direttore commerciale di **Veratour**, dopo i rumors circolati la scorsa settimana all'indomani dall'uscita da Alpitour.

"Insieme a Massimo Broccoli formeremo un team molto forte e motivato - commenta **Stefano Pompili** -. Si tratta di un professionista con una vision molto ampia e completa del settore turistico e ritengo che sia la persona giusta al momento giusto, per dare un impulso alla nostra crescita e che contribuirà a rendere **Veratour** ancora più forte e presente sul mercato".

Una crescita auspicata anche dal presidente Carlo Pompili che dice: "Sono certo che l'esperienza e le capacità maturate in questi anni da Massimo Broccoli daranno forte

ARICOFFIAT

TOUR OPERATOR 10/05/2012 10:30
Massimo Broccoli lascia Alpitour. Bruna Gallo nuovo direttore vendite

f b

impulso a una ulteriore crescita di **Veratour**".

La carriera di Broccoli

Per Broccoli si tratta del completamento di un percorso professionale ventennale nel turismo iniziata in Moby Lines negli anni Ottanta e completata poi in Alpitour, dove approda ne 1992. Dopo 12 anni di percorso nelle aree commerciali, nel 2004 diventa direttore vendite di Alpitour World e nel 2009 direttore distribuzione.

"Oggi si affrontano sfide forti in un momento particolarmente difficile per il turismo organizzato - evidenzia Broccoli -, che da tre anni a questa parte è in calo. Sono convinto che soltanto cambiando le regole e creando un nuovo modello di collaborazione, basato sul dialogo aperto tra produzione e distribuzione, si potranno gettare le basi per un domani di crescita e di



TTG ITALIA 22052012

NOTIZIE PRINCIPALI

TOUR OPERATOR 22/05/2012 09:50

Caro prezzi e trasporti La sfida della Sardegna

DI CRISTINA PEROGLIO f b



Parte dai trasporti e dai prezzi la stagione 2012 della Sardegna. L'assessore regionale al Turismo, Luigi Crisponi (nella foto), inquadra i punti cardine della sua ...

IL COMMENTO DEL DIRETTORE 22/05/2012 11:00



Ultima chiamata

TRASPORTI 22/05/2012 09:42

Flotta sarda diventa Spa, a Saremar le rotte tra le isole

f b

INCOMING 22/05/2012 10:25

Art&Tourism, soddisfazione per il debutto

f b

ULTIMENOTIZIE

TTG ITALIA IN FACEBOOK

Mi piace



Speciale Grecia & Turchia

La parola ai tour operator

Settemari, Guido Ostana

Nel 2011 ci siamo presentati al mercato come "gli specialisti della Grecia" con l'obiettivo di diventare il to di riferimento della destinazione. Il successo ottenuto ci ha consentito di puntare su questa destinazione anche per il 2012 con importanti investimenti. Incominciando da un ulteriore, consistente ampliamento dei SettemariClub, in totale 15 con ben 7 novità e aumento delle destinazioni tra isole e costa peninsulare arrivando così a 32 mete. La Grecia è una delle destinazioni di punta della nostra programmazione e miriamo a un incremento di circa il 5%.

Le novità

Sono 9 le novità di destinazione: Sikinos, Milos, Sifnos piccole isole delle Cicladi e Astipalea, una perla del Dodecaneso; le isole Ionie (Corfù, Zante e Cefalonia), la Grecia più vicina all'Italia; la Costa Navarino a sud ovest del Peloponneso in pieno sviluppo turistico ma con un fascino ancora intatto; la penisola Calcidica con le sue tre lingue di terra dalle caratteristiche molto diverse. I nuovi SettemariClub sono strutture di alto livello qualitativo collocate in location impareggiabili, direttamente sulle spiagge più suggestive e conosciute di tutta la Grecia. A Creta proponiamo due nuove soluzioni di categoria 5 stelle. il SettemariClub Aquila Rithymna Beach e l'Ikaros Beach. A Rodi, la migliore posizione sulla spiaggia di Faliraki è garantita dalla nostra new entry SettemariClub Faliraki Beach. A Paros, destinazione novità, presentiamo il SettemariClub Porto Paros, l'unico club italiano dell'isola. Si arricchisce anche la linea di prodotto essence. Alle Sporadi si va ad affiancare al "mitico" Marpunta di Alonissos, il SettemariClub Skiathos Palace.

Per le agenzie E' partito il 3 maggio e si concluderà a metà di giugno

l'evento dedicato alla Grecia che Settemari ha organizzato in partnership con circa 500 selezionate agenzie di viaggio: "la Grecia più bella". All'interno del tour vendita creiamo un ambiente greco con scenografie che richiamano una tipica taverna greca. L'allestimento in ogni singola agenzia dura circa 1 settimana nel corso della quale i clienti possono entrare e vivere il sapore e la sensazione di una vacanza Settemari in Grecia. Il clou della settimana è la serata a inviti che ogni singola agenzia ha distribuito ai propri clienti, che prevede un aperitivo, video e musica sirtaki, con un animatore Settemari che accoglierà gli ospiti. L'"open house" è stato previsto nelle principali città italiane: Bologna, Forlì, Genova, Torino, Milano, Bergamo, Brescia, Varese, Como, Alessandria, Novara, Verona, Vicenza, Treviso, Venezia, Padova, Firenze, Roma e Napoli. In oltre 6000 agenzie è stato distribuito il kit vetrina che riproduce in miniatura un tipico villaggio greco. Per la vendita del prodotto le agenzie possono contare sulla nostra professionalità e sulla conoscenza della destinazione. Quest'anno abbiamo anche previsto un booking dedicato composto da un team di esperti della destinazione.

Turisanda, Hotelplan Italia, Maurizio Vergani

Crediamo molto in queste due destinazioni, quest'anno abbiamo ampliato la programmazione e fatto investimenti importanti, aprendo anche ad operazioni charter. Al momento è difficile fare paragoni con il 2011, non è ancora periodo di grandi prenotazioni, ma i segnali positivi ci sono. Sul piatto noi abbiamo messo tante cose, il trend va ancora a rilento ma è così per tutti. Sulla Turchia abbiamo riconfermato i tour classici, ma da quest'anno apriamo anche ai voli charter su Bodrum e

Antalya, proponiamo 3 TuSpecial a Kemer (Antalya) e Bodrum, tra cui i due nuovi il Sailor's Beach e il Phaselis, le crociere in goletta, i tour e i mini tour e il TClub in Cappadocia. Per quanto riguarda la Grecia, abbiamo un catalogo di 148 pagine che racchiude una ricchissima programmazione adatta ad ogni target. Oltre alle proposte tailor made che ci contraddistinguono abbiamo i charter sulle isole, 4 TuSpecial a Mykonos, Creta che ospita il nuovo TuSpecial Anissa Beach e Rodi, numerose proposte alberghiere nelle isole minori e per gli amanti del mare crociere a bordo dei velieri Star Clipper oppure con navi Luis Cruises.

Le novità La novità sono proprio i TuSpecial, strutture con un'attenzione al gusto italiano, ma in un contesto internazionale. Ovviamente per la clientela più esigente non mancano i TClub e le strutture a cinque stelle che da sempre fanno parte della programmazione del brand. E in un certo senso novità sono anche gli impegni charter che fino allo scorso anno erano meno in evidenza.

Per le agenzie Puntiamo molto sui TuSpecial che possono essere proposti come resort internazionali, ma con assistenza italiana. Vorrei ricordare che siamo specialisti sui combinati, molto ferrati sulle destinazioni a la carte, ma anche con i charter garantiamo un prodotto di qualità.

Veratour, Stefano Pompili

I villaggi in Grecia e in Turchia hanno aperto ufficialmente da pochi giorni e purtroppo, soprattutto per quanto riguarda la Grecia, la stagione è un po' a rilento a causa dell'impatto negativo che la crisi economica interna di questa destinazione ha sui media. E' dunque troppo presto per fare previsioni

e bilanci anche perché la mia sensazione è che gli italiani mai come quest'anno tenderanno a prenotare sempre più a ridosso della partenza, probabilmente per il clima di incertezza generale. Tuttavia, una nota positiva c'è perché il nostro nuovo Veraclub Konstantinos Palace di Karpathos, inserito quest'anno in programmazione, sta registrando ottime performance di vendita con occupazioni eccellenti a giugno e a luglio. A livello statistiche, il Mediterraneo pesa molto sul nostro fatturato, e nel 2011 ha rappresentato il 36,69% facendo la parte del leone

Le novità In Grecia abbiamo due nuovi villaggi per l'estate 2012: il Veraclub Creta a Georgiopolis a Creta e il Veraclub Konstantinos Palace a Pigadia (sull'isola di Karpathos). Il Veraclub Creta è stato completamente rinnovato nel 2008, dispone di 145 stanze ed è in bella posizione sulla spiaggia di Kavros-Georgiopolis. Il Veraclub Konstantinos Palace è stato aperto nel 2009, si trova sulla spiaggia di Pigadia, sull'isola di Karpathos. 136 camere in tutto e molte attività. Completano la nostra programmazione sulla Grecia i Veratour a Mykonos, Kos, Alonissos e Rodi. In Turchia riconfermiamo per il 2012 il Club Amico Hotel Incekum di Antalya, una struttura con una bella posizione sul mare e ideale per una vacanza di relax.

Per le agenzie I nostri villaggi offrono un ottimo rapporto qualità/prezzo, ci sono interessanti soluzioni per chi prenota con anticipo che consentono anche di risparmiare. In particolare, per le famiglie proponiamo una formula che consente un notevole risparmio, ovvero il soggiorno gratis per bambini fino a 12 anni in tutti i Veraclub in Grecia, per tutta la stagione estiva, eccetto che per il mese di agosto. (segue a pagina 12)

Home » [Notizie](#)

Veratour regala una Nikon, vinci una fotocamera

Submitted by [L.B. ViaggiOK](#) on May 23, 2012 - 10:59 am[No Comment](#)

Veratour ha realizzato un concorso online che mette in palio una **fotocamera digitale Nikon**. L'operatore di viaggi, specializzato soprattutto nei **viaggi organizzati** e **villaggi turistici**, ha indetto un concorso per conoscere meglio i propri clienti e per scoprire le loro esigenze. Sul web, all'interno del sito **Veratour** è stato lanciato il sondaggio "Di che vacanza sei? Raccontaci di te, della tua vacanza ideale, delle tue esperienze di viaggio e dei progetti che hai per le prossime vacanze".

Si tratta di un questionario che propone 12 domande e che consentirà di partecipare all'estrazione di una **fotocamera Nikon**, per l'esattezza di una **Nikon 1J1**, un modello compatto e dotato di tutte le caratteristiche all'avanguardia; inoltre verranno regalati 10 kit merchandising firmati **Veratour**. Il concorso che mette in palio una **fotocamera digitale** scade il 6 luglio 2012, per maggiori informazioni potete consultare il sito www.veratour.it

Articoli Simili

- [Trenitalia concorso: vinci Fiat 500 con i biglietti del treno](#)
- [Viaggio a Hong Kong in palio con Gratta&Volà di ViaMilano](#)
- [Hostelbookers concorso: viaggi gratis per il compleanno](#)
- [Vacanze estate 2012 low cost: come organizzare una vacanza economica](#)
- [B&B Day 2012 ti regala il calcio: biglietti gratis per le partite di Serie B](#)

Leave a comment!

Add your comment below, or [trackback](#) from your own site. You can also subscribe to these comments via [RSS](#).

Be nice. Keep it clean. Stay on topic. No spam.

Name (required)

Mail (will not be published) (required)

Website (optional)

Login

Username: Password: Remember me[Lost your password?](#)

Categorie

- Guida
 - Idee Viaggio
 - Viaggi Europa
 - Viaggi Italia
 - Viaggi nel Mondo
- Notizie
 - Eventi
 - Mostre
 - Weekend e Tempo Libero
- Offerte Viaggi

Gli Articoli Più Letti

- Scioperi aprile 2012: calendario treni, mezzi pubblici e aerei - 3,873 views
- Sciopero treni 20 aprile a Milano: info e orari Trenord - 2,887 views
- Sciopero treni 21 aprile: orari e treni garantiti - 2,008 views
- Sciopero treni 23 marzo a Roma e nel Lazio: orari e info - 1,473 views
- Sciopero trasporti 1 marzo 2012: tutti gli orari - 1,256 views

Ultimi Articoli

- Veratour** regala una Nikon, vinci una fotocamera
- Arte torna Arte: mostra contemporanea a Firenze
- Terremoto Emilia Romagna: strutture alberghiere per sfollati
- Vacanze estive 2012: mete cool per chi ama il freddo
- Vacanze nei migliori ostelli d'Europa, viaggiare low cost

Commenti

- Silvio on [Vacanze estate 2012: traghetti Sardegna gratis con Aviomar](#)
- Alfredo on [Pasqua 2012: prenotazioni in aumento per Costa Crociere](#)
- Alfredo on [Vacanze in Mar Rosso: le più belle località turistiche](#)
- Alfredo on [Vacanze estate 2012: traghetti Sardegna gratis con Aviomar](#)
- bagaglio a mano on [Voli low cost: nuove rotte Air France dall'Italia a 49 euro](#)

Tag

capodanno 2012 carnevale carnevale 2012 costa crociere ferrovie dello stato londra maltempo **mercatini di natale** **mercatini di natale 2011** **mercatini natalizi** **meteo natale** **natale 2011** offerte pasqua 2012

cerca nel network

travelnostop

il portale del travelling italiano



Gli open forum di travelnostop.com

- * Homepage
- * Il database
- * La redazione
- * Pubblicità
- * Le news
- * Logos
- * F.A.Q.
- * Chi siamo

MAG
23

ultimo aggiornamento:
Mercoledì 23/05/2012
ore 15:50

landtour.it | portale Hotel | SICILIA

Mare - agriturismo - città



Home » News » Veratour, Broccoli è il nuovo direttore commerciale

LA TUA AZIENDA IN QUESTO SPAZIO

* Clicknews

Share

Pompili: contribuirà a rendere Veratour ancora più forte e presente sul mercato Veratour, Broccoli è il nuovo direttore commerciale

Massimo Broccoli entra in Veratour per ricoprire la carica di direttore commerciale. " Il mio ingresso in Veratour rappresenta una svolta importante nel mio percorso lavorativo. Entro a far parte di un'azienda sana e che è cresciuta negli anni. Oggi si affrontano sfide forti in un momento particolarmente difficile per il turismo organizzato. Sono convinto che soltanto cambiando le regole e creando un nuovo modello di collaborazione, basato sul dialogo aperto tra produzione e distribuzione, si potranno gettare le basi per un domani di crescita e di successo. Una strada che Veratour sta già percorrendo e che intendo perseguire con i vertici dell'azienda nei prossimi anni", commenta Broccoli.

"Sono soddisfatto di questo ingresso - aggiunge Stefano Pompili - perché insieme a Massimo formeremo un team molto forte e motivato. Si tratta di un professionista con una vision molto ampia e completa del settore turistico e ritengo che sia la persona giusta al momento giusto, per dare un impulso alla nostra crescita e che contribuirà a rendere Veratour ancora più forte e presente sul mercato".

Secondo Carlo Pompili, presidente dell'operatore "accogliamo con entusiasmo l'arrivo di Massimo Broccoli in azienda, professionista e manager che ha ricoperto ruoli di rilievo in un grande e importante TO di respiro internazionale come Alpitour. Sono certo che l'esperienza e le capacità maturate in questi anni da Massimo Broccoli daranno forte impulso a una ulteriore crescita di Veratour".

www.veratour.it

Tag: broccoli, veratour

Mercoledì 23/05/2012 - 10.10 | categoria Tour operator | 0 commenti | LE ALTRE NEWS

* Leggi le altre news

* L'archivio dei video

* Categorie news

- » A denti stretti
- » ADV
- » Aeroporti
- » Alberghi
- » Associazioni
- » bandi e circolari
- » Beni culturali
- » Compagnie aeree
- » Congressuale
- » Cronaca
- » Dati e statistiche
- » Economia
- » Enogastronomia
- » Eventi
- » Formazione
- » Gds
- » I commenti
- » L'opinione
- » Lampedusa
- » meeting euromediterraneo
- » Ospitalità
- » Reportage
- » Riceviamo e pubblichiamo
- » Sindacato
- » teatri antichi sicilia
- » Territorio
- » Tour operator
- » Trasporti
- » Travelexpo
- » Travelexpo In
- » Travelexpo Roadshow
- » Turismo

* Commenti

* Lascia un commento

Nome

Cognome

* Ricerca News

Le news più recenti

tutte

Anno

tutti gli anni

Parola chiave

dal

Verso l'estate. Prime stime degli operatori sull'andamento della domanda di viaggi e soggiorni

Mini-vacanze per gli italiani

Budget in caduta: calano le partenze, si accorciano le ferie

Filomena Greco

Meno partenze, per un periodo più breve e con un budget ridotto. È l'effetto della crisi sulle vacanze degli italiani. Che, insieme a spagnoli e inglesi - come rivelano i dati del Barometro delle vacanze realizzato da Ipsos per conto di Europ Assistance - sono tra coloro che più risentono della recessione. Scende al 63% la percentuale di turisti del Belpaese che ha dichiarato di voler partire nei prossimi mesi, 15 punti in meno rispetto al 2011.

Anche la più classica delle vacanze, dunque, quella al mare, finisce per risentire dei tagli nel budget, come emerge da una serie di

ritardi, ma punta su un recupero. «Non prevediamo un calo di presenze così generalizzato - spiega Andrea Giannetti, presidente di Assotravel (Federturismo-Confindustria) - anche se al momento prenotazioni e vendite del prodotto "organizzato" registrano un calo del 10-12% rispetto all'anno scorso. Contiamo però in un recupero e prevediamo un calo contenuto, tra l'1 e il 2 per cento». Federalberghi (Confuturismo-Confcommercio) parla di un turismo in recessione, da inizio anno, con cali del 5% al mese. «Abbiamo bucato le vacanze neve e la Pasqua - sottolinea il presidente Bernabò Bocca - e non vediamo segni di miglioramento. È un anno complicato in cui bisognerà lavorare sui prezzi, sulle offerte speciali, sul canale online per intercettare quella fetta di italiani che non possono permettersi di andare all'estero».

Per l'Italia è un momento complesso conferma Sergio Testi, top manager Alpitour (1,14 miliardi di fatturato al 31 ottobre, un centinaio di villaggi club in catalogo). «Non abbiamo mai registrato come quest'anno - sottolinea - una tendenza tanto netta a definire le vacanze sottodata. Ad oggi abbiamo in pancia il 30% delle prenotazioni su luglio e agosto, è ancora tutto da giocare. Famiglie e clientela in fascia media sono i settori con maggior problemi, per questo stiamo spingendo su pacchetti con forti agevolazioni sui bambini». Punta su un'alta fidelizzazione dei clienti e sul listino bloccato Veratour (167 milioni di ricavi, 37 villaggi di cui 4 mare Italia in Sardegna): «Vendite e prenotazioni sono stabili verso l'isola - spiega Stefano Pompili, direttore generale Veratour - mentre stiamo registrando cali del 25% per la Grecia e del 10% per la Spagna. Apriremo quest'anno 7 nuovi villaggi nel Mediterraneo, uno in Sardegna, dove prevediamo il 75-80% di tasso di occupazione».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LO SCENARIO

Nonostante le difficoltà il balneare resta leader
Giannetti: pronti
a recuperare con i last minute
Bocca: puntiamo sulle offerte

indicatori contenuti in una ricerca di Jfc, società di consulenza turistica. Guardando ai numeri, le previsioni sono chiare: la spesa media si abbasserà dell'11%, con rispersioni negative in termini di presenze (tra il 6 e il 9%) e fatturati per il comparto (tra il 12 e il 15%, con punte negative pari a -28%). In controtendenza, con indici stabili o positivi, soltanto Puglia, Sicilia e parte della Calabria.

Una fotografia che trova conferme tra operatori e associazioni di categoria. «Quest'anno si registra un rallentamento delle prenotazioni dovuto al calo del potere d'acquisto - fa notare Roberto Corbella, presidente di Astoi (Federturismo-Confindustria), cui aderisce il 70% dei tour operator - si punta sul last minute». Tuttavia, gli operatori sono ottimisti sul prodotto-mare che, alla fine, «si riconferma il cuore della vacanza di tanti italiani». Anche il fronte delle agenzie registra forti



Le previsioni



-15%

Si parte meno
Dal 78 al 63% la percentuale di chi prevede un viaggio

-5%

Alberghi in calo
Fedelberghi parla di turismo in recessione da inizio anno

-11%

Budget tagliati
In calo rispetto all'anno scorso le risorse disponibili per i viaggi



MARE ITALIA

Nel 2012? Sarà un'estate tra le onde

Per una crisi che lascia i portafogli degli italiani "leggeri", c'è una immutata voglia dei nostri connazionali di fare vacanze di mare non lontano da casa. Gli operatori intercettano questo desiderio e propongono soluzioni per tutte le tasche di Davide Deponi

Dormi amore la situazione non è buona... cantava qualche anno fa Adriano Celentano. Era il 2007 e la crisi economica che oggi sembra al suo culmine regalava le prime avvisaglie di difficoltà anche al mercato del turismo. Dopo cinque anni di fatica, la profezia del "molleggiato" sembra essere confermata dagli ultimi dati statistici del settore, che sono ancora in negativo. Secondo l'Istat, ad esempio, nel corso dell'anno solare 2011 i viaggi con pernottamento effettuati in Italia e all'estero dai nostri connazionali sono stati 83 milioni e 504 mila, per un totale di 532 milioni e 448 mila notti. E in particolare le vacanze verso mete italiane, che rappresentano l'81,7% del complesso degli spostamenti, hanno subito un calo del -16,8%, con la flessione più marcata che è quella relativa ai viaggi diretti verso le regioni del sud (-25,6%). Sembra proprio insomma, che a fare le spese del più leggero portafogli degli italiani siano state le destinazioni di mare, che proprio nel Mezzogiorno d'Italia sono molto numerose. Andando a vedere però



Nella Riserva dello Zingaro, Sicilia

I primi dati di questo 2012, si capisce come la vacanza al mare sia sempre la più amata e prenotata nel Paese. Secondo l'indagine svolta da Federalberghi durante le vacanze di Pasqua, infatti, per i turisti rimasti a villeggiare in Italia – ovvero il 90% dei 9,5 milioni di vacanzieri che sono partiti -, il mare è stata la scelta privilegiata con il 37% delle preferenze (dato praticamente invariato rispetto al 38% del 2011), seguita a debita distanza dalla montagna, scesa al 24% rispetto pure al 29% dell'anno passato. Come sempre, probabilmente, la verità sta nel mezzo. Se è vero cioè che le difficoltà economiche inducono ancora gli italiani ad essere risparmiatori nelle loro spese, è anche giusto dire che la maggior parte di essi non rinunciano a bagno e tintarella.

Ed è proprio a loro che giustamente i principali operatori del settore "Mare Italia" si rivolgono per seguirne i gusti e invogliarne gli appetiti estivi. In questo speciale mettiamo in vetrina quelle proposte che pensiamo possano essere al top nelle richieste per le prossime vacanze.

Veratour e il tango italiano

Imparare i **primi passi di tango** o perfezionare la tecnica. Magari con un maestro di calibro internazionale. A un turista, o più d'uno, che a una **settimana di vacanza** al mare chiede un plus così, ci pensa **Veratour** (www.veratour.it). L'operatore ha organizzato una settimana dedicata al sensuale ballo sudamericano in uno dei suoi migliori villaggi italiani, il **Veraclub Costa Rey**, in Sardegna. È qui che, dal 3 al 10 giugno, il maestro argentino **Mauro Barreras** si esibirà con coreografie e con spettacoli all'insegna della classe e della seduzione. Ogni pomeriggio poi, sarà possibile partecipare a **un'ora di lezione** di tango argentino e, a fine settimana, le coppie che si saranno cimentate nel sensuale ballo, avranno l'occasione di esibirsi. Il costo del pacchetto proposto da **Veratour** parte da **820 euro a persona** con volo speciale da Milano Malpensa, Bergamo e Verona per Cagliari, sistemazione per 7 notti in camera doppia, trattamento di pensione completa. Ma **non di solo tango** vive l'estate del Veraclub Costa Rey che, sorgendo sulla incantevole **spiaggia sarda di Costa Rei**, fa parte della linea "Atmosphera Resort +18", i villaggi **Veratour** riservati a una clientela adulta.

Il Veraclub Costa Rey, in Sardegna





OGNI 3 PRATICHE, 20€ IN BUONI CARBURANTE



ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER | BANCA DATI | TURISMO RESPONSABILE | WEB TV | MOBILE



agenzia di viaggi

Il network dell'informazione turistica

CHI SIAMO | PUBBLICITÀ | WEBTV | NEWSLETTER | CONTATTI

TRANSLATE

Home

Annuario

Giornale

Giornale Online

Speciali

Lavoro

Offerte Turistiche

Eventi e Fiere

SONO QUASI MAGGIORENNI MA LA MAMMA VUOLE PORTARLI IN VACANZA CON SE?

Giornale del 30 Maggio 2012 - Speciale Grande Nord - sfoglia il giornale

Broccoli, per Veratour obiettivi ambiziosi

OPERATORI

NUMERO: 20

30-05-2012

invia ad un amico

stampa articolo



Parla di **Veratour** un Broccoli entusiasta, appena trasferito a Roma dalla sua Bologna, nuovo direttore commerciale del tour operator della famiglia Pompili: «In **Veratour** ho trovato un clima molto bello – ci dice – tanta voglia di fare, grande realismo, consapevolezza e serietà. Il mio ingresso si inserisce nel progetto con il quale la famiglia Pompili ha deciso di dotarsi di un management in grado di proiettare l'azienda verso obiettivi più ambiziosi. Insomma per crescere ancora, pur nella maniacale e indispensabile attenzione ai margini».

Verastore, per scegliersi

Un disegno nel quale **Massimo Broccoli** assume il ruolo che finora era di Stefano Pompili, mentre la famiglia si riserva i ruoli caratteristici della proprietà, anzitutto all'interno del cda. «Mentre rimane anche parte assolutamente attiva e presente in

azienda – sottolinea Broccoli – dove ora lavoriamo a un piano di sviluppo triennale. I primi segnali si vedranno l'anno prossimo, e coinvolgeranno con forza il trade intorno a Verastore, il programma per le agenzie partner, che c'è da due anni e ora diventerà il motore di un'evoluzione sostanziale. Perché per **Veratour** ci sono sole le agenzie, da sempre. E ora il mercato non consente più a nessuno di lavorare su fronti opposti, bisogna essere compatti e fare sistema, muoversi e investire insieme. Sto pensando anche a contratti pluriennali, sui quali fondare una collaborazione forte che alla fine, è possibile, implicherà per tutti anche delle scelte. Perché ora serve il coraggio di dire che non si può lavorare con tutti allo stesso modo».

Novità di prodotto, a breve

L'innovazione si riversa anche sul prodotto, e anche prima che scatti il piano triennale: «Abbiamo alcuni cantieri allo studio, potrebbero arrivare novità molto presto – promette Broccoli – in ogni caso il marchio avrà contenuti sempre più caratterizzati, perché ora è l'offerta indifferenziata che perde. Dunque come sempre 100% di italianità, massimo controllo di servizio e qualità, massima attenzione al cliente, miglior rapporto prezzo-qualità».

Grandi ritorni, e il lungo raggio

Formula che continua a vincere anche ora, nei dati che ci anticipa Broccoli: «**Veratour** è avanti del 6% in termini di fatturato rispetto ai primi cinque mesi del 2011 – annuncia – e quel che più conta con prezzi che proteggono i margini, in decisa tenuta. Traina la tendenza il ritorno alla grande del Mar Rosso, dove siamo a Sharm Marsa Alam e Marsa Matrouh, e della Tunisia con i veraclub di Djerba e Mahdia. E poi va bene il lungo raggio, con i Caraibi che superano l'Africa. E con i combinati sugli USA, che vanno bene malgrado l'euro debole. Restano deboli solo la Spagna, che l'anno scorso è stata l'alternativa al Nord Africa, e la Grecia, penalizzata dall'instabilità. Tiene l'Italia, soprattutto i tre Veraclub in Sardegna. Abbiamo avuto in giugno ottimo, avanti a due cifre, e ora anche il ritardo del booking in generale tende ad accorciarsi, sta crescendo bene anche agosto».

E infine, insieme alle buone notizie, un messaggio per Alpitour, il gruppo che Broccoli ha appena lasciato da direttore della distribuzione, dopo venti anni di intensa crescita professionale: «Sono profondamente grato ad Alpitour – ci dice – per tutto quel che mi ha dato, con affetto e con grande ammirazione».

www.veratour.it

Marina Firrao

SONO QUASI MAGGIORENNI
MA LA MAMMA VUOLE PORTARLI
IN VACANZA CON SE?

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

 in

Ricerca avanzata

Cerca

Viaggia con Noi
Salerno-Palermo / Salerno-Messina

**PROMOZIONI
ESTATE 2012**
SCONTI FINO AL
30%
Promozione soggetta a limitazioni
e disponibilità di posti

Scopri le promozioni!

entra in travell D

ULTIMI CONTENUTI

UTENTI PIU' ATTIVI

offerte turistiche H.I.S. Europe Italy

Tour 9 giorni/7 notti



Il tour "Giappone facile" di H.I.S. Europe Italy, ideale per chi voglia conoscere gli aspetti essenziali della destinazione, viene proposto ora con una notte in più ad Hakone in ryokan. **continua**

Sciocco Tours Namibia Tour

13 giorni/10 notti

Flyaway Cala Gonone Soggiorno 7 notti

Pierre&Vacances Trinità d'Agultu Soggiorno 7 notti

Welltour Budoni Soggiorno 7 notti

I Grandi Viaggi Barrabisa Soggiorno una settimana

Elenco Completo

lavoro

Holiday Express

Offerta/Lavoro

nuovo Network ADV ricerca per sviluppo rete commerciale nelle province di: Torino, Milano, Como, Brescia, Bergamo, Varese, Verbania, Monza e Brianza, Verona, Vercelli, Padova, Genova, Piacenza, Forlì...

Cedesì Agenzia Cessione / Ricerca Socio - Roma

Vendita Agenzia Vendita Agenzia - Milano

Ricerca/Lavoro Direttore Tecnico - Lombardia

Offerta/Lavoro Produttori Plurimandatari - Calabria / Sicilia / Lombardia

Offerta/Lavoro Senior Accountant - Milano

Offerta/Lavoro Retail Account Manager - Lazio e Campania

Grecia



SPECIALE

a cura della redazione

www.ecostampa.it

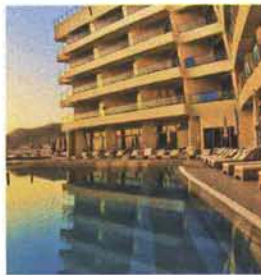
La Grecia non si arrende. L'estate alle porte, il Paese si trova a fare i conti con dubbi e incertezze dei turisti, che si traducono in prenotazioni che più degli altri anni sono in odore di ultimo minuto. Ma il Paese non demorde: «Siamo consapevoli che la crisi si supera, come già accaduto in altri momenti storici - afferma Mikele Terzibassis (nella foto in alto), direttore dell'ente nazionale ellenico per il turismo in Italia -: Ricostruiremo quello che ci sarà da ricostruire, come e meglio di prima. Non solo la Grecia può contare su un prodotto eccellente e prezzi competitivi: c'è qualcosa di meraviglioso, un'energia unica che attrae le persone». E gli italiani in particolare: «Quello italiano si conferma il quarto mercato per la Grecia - prosegue

Terzibassis -, con un milione 300 mila arrivi nel 2011, dato in crescita costante. Per il 60% circa si tratta di turisti provenienti dal Centro-nord Italia e il restante 40% dal resto del Paese. Un'attrazione, quella della Grecia sugli italiani, confermata anche dall'attività del Centro ellenico di cultura a Milano «che conta ben 300 iscritti per apprendere la lingua greca - sottolinea il direttore - così come dal numero di italiani che comprano case in Grecia. Il rapporto umano che i greci sono in grado di instaurare con gli ospiti è davvero unico». L'estate 2012 vede tra l'altro nuovi collegamenti aerei a basso costo «ad esempio con il debutto di Volotea con voli stagionali direttamente sulle isole di Santorini, Mykonos, Rodi e Kos - prosegue Terzibassis - che si

aggiungono a quelli di annuali garantiti da Aegean insieme a quelli di Ryanair ed easyJet. Da non dimenticare poi i collegamenti charter da 20 città italiane: e molti tour operator hanno ampliato la loro programmazione con l'inserimento di nuove isole». La fiducia nell'estate in arrivo è confermata dalle numerose iniziative che l'ente del turismo ellenico realizza in Italia: dalla partecipazione alle fiere di settore alla presenza sui canali televisivi e sui social network. «Stiamo preparando nuovi servizi su Rodi, Kos e Karpathos che andranno in onda all'interno de "Alle falde del Kilimangiaro" - puntualizza Terzibassis -, insieme ad un altro servizio sulle isole Ionie. Con "Pianeta Mare" abbiamo registrato due nuove puntate a Creta, così come con Marco Polo, mentre per il programma "Sailing

Woman" abbiamo in cantiere la realizzazione di otto puntate sulle Cicladi». Agli agenti di viaggio sono riservati, come ogni anno, roadshow in numerose città italiane «l'ultimo dei quali ha fatto tappa dal 7 all'11 maggio a Torino, Venezia, Bologna e Roma e ha coinvolto oltre 350 fra agenti di viaggio, operatori e giornalisti. Proprio in questi giorni è in corso un fam trip a Creta (23-27 maggio) alla scoperta degli aspetti meno conosciuti dell'isola, dal turismo verde a quello enogastronomico e naturalistico. L'obiettivo è quello di promuovere e valorizzare attrattive finora "trascurate" ma importanti anche per i periodi di bassa stagione, tra ottobre e novembre, e per segmenti di turisti diversi, dai senior agli sportivi». In arrivo, infine, per l'autunno nuovi fam trip dedicati agli agenti di viaggio, in collaborazione con i to che programmano la destinazione Grecia.

VERATOUR



L'operatore

SEDE:
ROMA
VIALE EROI DI RODI,
254
TEL. 06 500661
WWW.VERATOUR.IT

36,7%

Peso Mediterraneo
su fatturato totale
Veratour 2011

Prodotto di punta

Villaggi molto diversi tra loro, adatti a target differenti, ma molto curati nel dettaglio e ideali per una vacanza mare, sport e relax. Ottime le soluzioni per le famiglie e le settimane a tema.

Qual è l'andamento delle prenotazioni?

«I villaggi hanno aperto ufficialmente da pochi giorni e purtroppo, soprattutto per quanto riguarda la Grecia, la stagione si muove un po' a rilento a causa dell'impatto negativo legato alla crisi economica interna - dice Stefano Pompili, direttore commerciale di **Veratour** -. E' dunque un po' troppo presto per fare previsioni e bilanci, anche perché la mia sensazione è che gli italiani mai come quest'anno tenderanno a prenotare sempre più a ridosso della partenza, probabilmente per il clima di incertezza generale. Tuttavia,



Il plus

L'ottimo rapporto qualità/prezzo e le interessanti soluzioni per chi prenota con anticipo, che consentono di risparmiare fino a 260 euro a coppia. Per le famiglie il primo bambino paga una mini quota.

una nota positiva c'è perché il nostro nuovo Veraclub Konstantinos Palace di Karpathos sta registrando ottime performance di vendita con occupazioni eccellenti in giugno e luglio».

La novità di prodotto?

D«ue nuovi villaggi: il Veraclub Creta a Georgiupolis a Creta e il Veraclub Konstantinos Palace a Pigadia (sull'isola di Karpathos). Il Veraclub Creta è stato completamente rinnovato nel 2008, dispone di 145 stanze ed è adagiato sulla lunga spiaggia di Kavros-Georgiupolis. Il Veraclub Konstantinos Palace è stato aperto nel 2009, si trova sulla spiaggia di Pigadia, sull'isola di Karpathos. Struttura composta da 136 camere, vanta un'ampia scelta di attività sportive e di animazione. Completano la programmazione i Villaggi Veraclub di Mykonos, Kos, Alonissos e Rodi.

Ultime notizie

- » ParkingGO inaugura un...
- » Best Western: operativ...
- » Falkensteiner Tourism...
- » Jet Airways modifica l...
- » Broccoli, Veratour: «S...
- » Nuovo albergo diffuso...
- » Turkish Airlines, lavo...
- » Barcelò Hotels debutta...
- » Elezioni Astoi: Corbel...
- » Hilton espande il marc...
- » Ciset: gli operatori t...
- » Meridiana fly in code...
- » Thomas Cook elimina 50...
- » Kingsford Homestead, t...
- » Filodiretto, vacanze s...
- » Hotelplan Italia lanci...

Sfoggia il giornale

► Archivio giornale sfogliabile

Vuoi ricevere
la nostra
newsletter?

Inserisci email

Iscrivimi

... A Mediterranean Hug




Broccoli, Veratour: «Stiamo lavorando al piano triennale»

Giovedì, 31 Maggio 2012

Entusiasmo e determinazione: Massimo Broccoli, nuovo direttore commerciale di Veratour, traccia un primo bilancio delle attività e degli obiettivi in cantiere per quest'anno. «Per me si tratta di una sfida eccezionale, che raccolgo con grande entusiasmo. Insieme alla famiglia Pompili, sto mettendo a punto un piano di sviluppo triennale che ha nell'implementazione dell'offerta sui villaggi e sui voli i suoi punti forti. Attualmente il trend delle prenotazioni è soddisfacente, specie se rapportato all'andamento generale del mercato: il fatturato cresce del 6% e anche la marginalità è positiva. Da sottolineare poi che il 70% delle prenotazioni dei prodotti di Veratour avviene in early booking». Broccoli riconferma inoltre l'importanza del canale delle agenzie, «Unico referente per continuare a crescere insieme».

Scarica "Broccoli, Veratour: «Stiamo lavorando al piano triennale»" in formato PDF

Condividi l'articolo con i tuoi amici

SHARE 

Commenti

Nuovo Commento 





**OGNI 3 PRATICHE,
20€ IN BUONI CARBURANTE**

ITALCAMEL

Accommodation & destination services

Cerca la notizia nel sito

Vai

Home	Company Profile	I Quaderni di Travel	Abbonati	Pubblicità	Contatti	Lavora con noi	Link utili	
Trasporti	Tour Operator	Alberghi	Mercato e tecnologie	Estero	Enti, Istituzioni e Territorio			
Travel Agent Book	Il giornale	Le sedi	Feed RSS					

Concessionaria di pubblicità Pubblicità sul sito Pubblicità sul giornale Pubblicità su I Quaderni di Travel Formazione Permanente

Formazione turistica Portali turistici

Ultime notizie

- » Atitur, promozione su...
- » Il Monte Mulini (Croaz...
- » Perù, record di turist...
- » Il Guatemala vara un p...
- » Shanti Maurice, sconto...
- » **Veratour**, strutture pr...
- » Abu Dhabi, nuovo sito...
- » Jet2.com inaugura il v...
- » Airbus, Fabrice Brégie...
- » I Viaggi del Turchese,...
- » Blue Panorama rinnova...
- » Cabo Verde Time, nuovo...
- » Viaggi dell'Elefante p...
- » Crocierepro.it by Top...
- » Iberia Express: decoll...
- » Bluserena lancia nuovo...

Sfoglia il giornale

► Archivio giornale sfogliabile

**Vuoi ricevere
la nostra
newsletter?**

Inserisci email

Iscrivimi



Veratour, strutture premiate da TripAdvisor

Venerdì, 01 Giugno 2012

Nuovi riconoscimenti per **Veratour** da parte di TripAdvisor. Dopo i prestigiosi Travellers' Choice Award 2012, che nei mesi scorsi hanno premiato tra le migliori strutture al mondo il Veraclub Jaz Oriental in Egitto, il Veraclub Zanzibar Village di Zanzibar e il Veraclub Royal Tulum, sono stati ora premiati: Veraclub Ranveli alle Maldive, Veraclub Crystal Bay in Kenya, Veraclub Sunset Beach a Zanzibar, Veraclub Orangea Village in Madagascar, Veraclub Canoa in Repubblica Dominicana, Veraclub Elphistone a Marsa Alam, Veraclub Queen Village a Sharm El Sheikh, Veraclub Tindaya a Fuerteventura, Club Amico Hotel La Geria a Lanzarote, Veraclub Kolymbia Beach a Rodi, Veraclub Alonissos Beach ad Alonissos, Club Amico Hotel Incekum in Turchia e i quattro Veraclub Costa Rey, Suneva, Eos Village e Porto Istana situati in Sardegna.

Scarica "**Veratour**, strutture premiate da TripAdvisor" in formato PDF

Condividi l'articolo con i tuoi amici

SHARE

Commenti

Nuovo Commento



Mare Italia



SPECIALE
a cura della redazione

www.ecostampa.it

C'è la crisi ma al mare non si rinuncia? In un Paese, l'Italia, che vanta 246 Bandiere Blu il mare si conferma sicuramente il prodotto di punta per l'estate, sia per la domanda italiana sia per quella estera, ma il mercato si presenta pieno di complessità e mutamenti ai quali gli operatori reagiscono modificando l'offerta e cercando di rispondere alle nuove esigenze del pubblico. Le instabilità economiche, politiche, sociali e, non ultimo, climatiche di quest'anno rendono difficile, nonostante si sia arrivati a giugno, fare previsioni e tracciare un ritratto ben definito dell'andamento del prodotto Mare Italia per l'estate 2012. Cambiano le esigenze del pubblico, per lo più le famiglie quando si parla di vacanze estive al mare e cambiano i periodi di maggiore richiesta e la durata delle vacanze. Ma non cambia l'alta qualità dell'offerta, che più che agire sul prezzo per guadagnare pubblico, sembra agire sulla maggiore specializzazione, con proposte tematiche, servizi aggiuntivi e nuovi prodotti.

E' quanto ci conferma anche Roberto Corbella, presidente Astoi, in un ritratto lucido e approfondito del mercato. «Il calo del potere d'acquisto della famiglia italiana, tipico target del Mare Italia, è un dato di fatto che spiega il rallentamento delle prenotazioni registrato quest'anno. Per questo gli operatori si stanno attivando con delle offerte che vanno incontro a questo tipo di clientela, con un prezzo garantito o interessanti facilities sui bambini. C'è grande attenzione al budget e una tendenza al last minute, che va considerato non come strumento strategico per risparmiare, ma come vera e propria necessità nel momento in cui l'incertezza impedisce di capire se si potrà contare sul budget necessario per partire».

L'attenzione al budget ha portato anche a uno slittamento dei periodi di maggiore richiesta, con un pubblico che cerca di evitare l'altissima stagione preferendo invece il mese di luglio per un maggior risparmio e una più facile fruibilità della vacanza.

«E' inoltre confermata una tendenza in atto già da qualche anno: ove possibile, infatti, si prenota per un soggiorno nei mesi di giugno o luglio, periodi meno cari rispetto ad agosto», ha continuato Corbella. L'Italia si conferma comunque il Paese del mare per eccellenza e con le sue 246 Bandiere Blu attrae turisti in ogni costa. «Per quanto riguarda le destinazioni, la Puglia cresce di qualche punto, mentre la Sardegna è in calo - spiega il presidente -. L'instabilità e l'incertezza del periodo hanno avuto, purtroppo, un loro buon alleato anche nel maltempo che, fino ad ora, ha contribuito a fare da deterrente psicologico, scoraggiando lo spirito vacanziero degli italiani».

Cosa aspettarsi dunque? Con quale spirito imprenditoriale affrontare la prossima stagione? «Gli operatori sono ottimisti sul prodotto che, alla fine, si riconferma il cuore della vacanza di tanti italiani - conclude Corbella -. Gli operatori continuano dunque a investire, magari puntando ad esempio sulla creazione di settimane "tematiche" all'insegna della vacanza motivazionale che stimolino la curiosità degli aficionados di particolari sport o discipline quali golf, beach volley o tango».



“Gli operatori sono ottimisti su un prodotto che è il fulcro della vacanza degli italiani”

Roberto Corbella

Famiglia

Target privilegiato per le offerte

246

Bandiere Blu in Italia

A tema

Settimane per stimolare la domanda

Speciale Mare Italia

VERATOUR



Il plus

La proprietà o gestione diretta dei villaggi; attenzione ai dettagli e maggiore personalizzazione del prodotto. La formula di prenotazione anticipata. Prodotto garantito, consolidato, affidabile e testato.

L'operatore

SEDE:
ROMA
V.LE EROI DI RODI, 254
TEL. 06 500666
WWW.VERATOUR.IT

8,1%
Share mare Italia
sulle destinazioni

Circa 10mila
Pax stagione 2011
suddivisi in 3 strutture

Prodotto di punta

Il Veraclub Costa Rey di Piscina Rey, parte della linea Atmospha Resort +18. Il Veraclub Suneva, ideale per le famiglie, ma anche per chi ama il golf e la vacanza benessere.

Qual è l'andamento delle prenotazioni?

«Il mercato è stato un po' altalenante quest'anno - spiega Stefano Pompili, direttore generale di Veratour -, tuttavia le prenotazioni per il mare Italia, che nel nostro caso significa i nostri quattro Veraclub in Sardegna, sono partite bene grazie anche alla campagna pubblicitaria diretta al consumatore finale».

La novità di prodotto?

«Il 2012 vede l'aggiunta del nuovo villaggio ai nostri tre già noti, vale a dire il Veraclub Porto Istana, che si trova in un tratto di costa tra i più belli ed esclusivi della

Sardegna, tra le spiagge di Capo Ceraso e Coda Cavallo, immerso nella macchia mediterranea che si estende fino alla spiaggia di sabbia di Porto Istana, di fronte all'Isola di Tavolara. Così la Sardegna di Veratour presenta un vero poker d'assi. Il villaggio offre un'area attrezzata con ombrelloni e lettini a uso gratuito ed esclusivo degli ospiti. La struttura si compone di un corpo centrale con i servizi principali e le villette disposte al piano terra, con 83 camere. La distanza da Olbia e dall'aeroporto è di circa 8 km. La formula club include tutti i pasti a buffet, con cene con servizio al tavolo durante la settimana. Per i piccoli ospiti c'è il Superminiclub, con assistenza di personale specializzato per i bimbi dai 3 ai 12 anni non compiuti e tanto sport per i bambini dai 6 anni compiuti.



Villaggi Veraclub: vacanze a tutta Sardegna

È uno dei sette nuovi prodotti lanciati per il 2012 e il quarto villaggio in Sardegna. **Veratour** (www.veratour.it) si conferma operatore forte sull'isola grazie anche al nuovissimo Veraclub Porto Istana. Struttura che si trova nei pressi di uno dei tratto di costa tra i più belli ed esclusivi della Sardegna nordorientale, tra le spiagge di Capo Ceraso e Coda Cavallo, è immersa in un parco rigoglioso di tipica macchia mediterranea, che si estende proprio fino al lido di sabbia fine. Ed è qui, sul litorale di Porto Istana, che fronteggia e offre ai turisti la bellissima scenografia naturale della selvagia Isola di Tavolara, che il Veraclub attrezza un'area con ombrelloni e lettini a uso gratuito ed esclusivo degli ospiti. Alle spalle, il Villaggio si compone di un corpo centrale con i servizi principali e le villette disposte al piano terra con 83 camere doppie o matrimoniali.

La distanza da Olbia e dall'aeroporto è di circa 8 chilometri. Ai clienti è possibile offrire la **Formula Club** che comprende tutti i pasti a buffet, con cene con servizio al tavolo durante la settimana. Per chi viaggia con i piccoli ospiti c'è pure il **Superminiclub**, nel quale c'è assistenza di personale specializzato per i bambini dai 3 ai 12 anni non compiuti e anche tanto sport organizzato per i bambini dai 6 anni compiuti. Da non scordare poi gli altri tre Veraclub già presenti in Sardegna, ovvero: il **Costa Rey di Piscina Rei**, che fronteggia 10 chilometri di spiaggia bianca sulla costa sudest dell'isola e che fa parte della linea Atmosphaera Resort +18, particolarmente richiesto da una clientela adulta e più esigente; il **Suneva** e l'**Eos Village**, entrambi affacciati sul selvagia litorale di **Costa Rei** e dotati di comode camere arredate in stile sardo e con tutti i comfort.

Nel rigoglioso giardino del Veraclub Porto Istana



Nuove energie per il tuo business? La Fiera degli Eventi ti aspetta **BTC2012 FIERA RIMINI 21-22 GIUGNO 2012**

05/06/2012 11:28

Pompili, Veratour: "Vendite in ripresa dopo il calo di maggio"



DI ENZA BRANCA

Tweet

Leggi anche [Veratour](#), Stefano Pompili

"In questi giorni stiamo crescendo. Dopo un mese di maggio in cui abbiamo perso fino al 15 per cento rispetto all'anno scorso, adesso il trend è positivo".

PUBBLICITÀ

Stefano Pompili (nella foto), alla guida di [Veratour](#), non nasconde il suo entusiasmo per l'andamento attuale delle vendite: "Stiamo registrando una crescita intorno ai 6 punti percentuali - illustra - e siamo soddisfatti perché le notizie che arrivano dai network ci parlano di una flessione generale del mercato intorno al 10 per cento".

Un risultato atteso, dopo la performance negativa dello scorso mese "in cui è mancato quasi un milione di fatturato generato solitamente dai gruppi. Questo perché molte imprese hanno rinunciato ai loro

eventi aziendali".

E se il trend attuale dovesse proseguire in casa [Veratour](#) il mese di giugno potrebbe chiudersi con una crescita a due cifre: "Stimiamo di poter raggiungere un incremento del 14 per cento".

Tweet

Leggi anche [Veratour](#), Stefano Pompili



TTG ITALIA 05/06/2012

NOTIZIE PRINCIPALI

AGENZIE VIAGGI 05/06/2012 09:52

Alla ricerca di business Il fai da te nelle agenzie

DI CHIARA PAOLILLO

In bilico tra affidarsi ai fornitori oppure 'spacchettizzare' il prodotto, gli agenti sembrano propendere sempre più per questa seconda opzione. Tastando il polso della distribuzione emerge da più fronti la ...

TRASPORTI 05/06/2012 10:23

Libia: stop ai voli Az

f

AGENZIE VIAGGI 05/06/2012 09:41

Uvet in prima fila per ricostruire le adv dell'Emilia

f

ULTIMENOTIZIE

TTG ITALIA IN FACEBOOK

Mi piace

TTG Italia piace a 3,822 persone.



Valentina



Evelin



Marco



Anna



Appartamen



Romano

ANCHE LE DONNE CHE
ASPETTANO UN BAMBINO
POSSONO CONCEDERSI
UN PO' DI MERITATO
RIPOSO LONTANO DA CASA.
ECCO QUALCHE CONSIGLIO
DI SALUTE E QUALCHE
SUGGERIMENTO
SU DOVE ANDARE

~ Di ROBERTA PIROLA ~



Voglia di vacanza

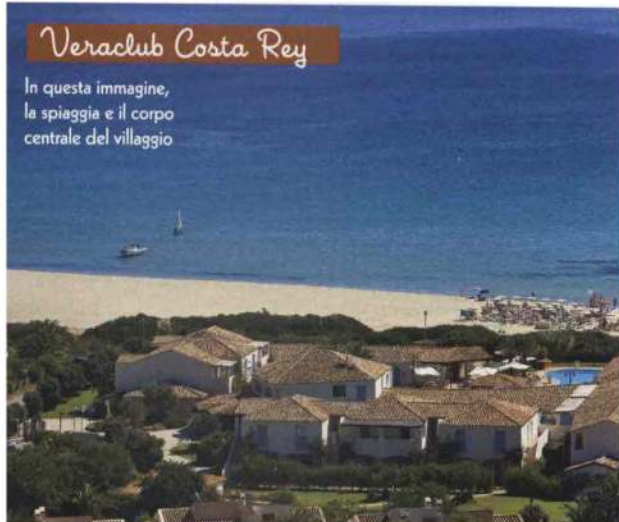
Dopo un marzo dalle temperature fin troppo primaverili, un aprile definito dai metereologi "il più freddo degli ultimi 30 anni" e un maggio così così, ecco finalmente giugno, il mese in cui dovrebbe (eh sì, il condizionale quest'anno è proprio d'obbligo!) iniziare l'estate. Scatta allora la domanda: "Dove andiamo in vacanza?", seguita poi dal dubbio: "Ma in gravidanza *si può* andare in vacanza?". Certo che è possibile! Dopo mesi trascorsi chiuse in casa o in ufficio, bisogna fare il pieno di luce e aria pulita e ricaricarsi di energia. È il corpo che lo chiede, soprattutto adesso che accoglie nel suo grembo una nuova vita e si deve preparare per farla venire al mondo. Basta solo adottare qualche accortezza in più. Ecco allora qualche consiglio per una vacanza sicura e serena, a misura di futura mamma.

Quando è meglio viaggiare?

Si può partire sempre, fino a qualche settimana prima del parto. In linea teorica, però, potendo pianificare il viaggio, il secondo trimestre è indubbiamente quello più "facile" per gli spostamenti: le nausee tipiche dei primi mesi di attesa sono finite, l'organismo materno si è adattato al nuovo equilibrio embrionale e i rischi legati al pericolo di aborto spontaneo e alla salute del bimbo sono diminuiti. Inoltre le forze e la voglia di muoversi sono maggiori, la data presunta del parto è ancora lontana e il pancione non è ancora così grosso da limitare e rallentare i movimenti e causare qualche disturbo, come giramenti di testa e i gonfiori alle gambe (peraltro accentuati dal caldo). Più la gravidanza procede, più ovviamente diventa essenziale trovare il giusto compromesso tra divertimento e adeguato riposo.

Veraclub Costa Rey

In questa immagine,
la spiaggia e il corpo
centrale del villaggio



Veraclub Costa Rey

SARDEGNA

Un villaggio... per pochi intimi

Ti piace la comodità della formula vacanza tipica del villaggio, ma cerchi una soluzione meno affollata e tranquilla, adatta a chi aspetta un bambino? Il giusto compromesso è il Veraclub Costa Rey di Piscina Rei, un resort di sole 85 camere e ambienti intimi e rilassanti, destinato esclusivamente a una clientela over 18. Realizzato in stile piccolo borgo sardo, si affaccia su una spiaggia di sabbia bianchissima e dal mare "caraibico" e dispone di un centro benessere aperto fino a tarda sera. Tra le numerose attività sportive offre anche la possibilità di praticare acquagym, ideale durante i nove mesi per alleggerire le gambe gonfie, e il golf, per rilassanti camminate in mezzo al verde. La formula 8 giorni/7 notti, in pensione completa e inclusiva di volo da Milano o da Roma per Cagliari, costa a partire da 1.030 euro a persona per le partenze di giugno fino a 1.780 euro per le settimane in altissima stagione ad agosto. Dal 16 al 23 settembre (980 euro a persona) in programma c'è una settimana di biotraining olistico, una disciplina che consente di sciogliere le tensioni e ritrovare l'equilibrio psicofisico con la meditazione e lo yoga.

PER INFO: www.veratour.it e nelle agenzie di viaggio

Intervista a Massimo Broccoli, nuovo direttore commerciale del t.o.

Progetto Veratour

«È ora di lavorare davvero tutti insieme, e fare sistema»

Parla di **Veratour** un Broccoli entusiasta, appena trasferito a Roma dalla sua Bologna, nuovo direttore commerciale del tour operator della famiglia Pompili: «In **Veratour** ho trovato un clima molto bello – ci dice – tanta voglia di fare, grande realismo, consapevolezza e serietà. Il mio ingresso fa parte del progetto con il quale la famiglia ha deciso di dotarsi di un management in grado di proiettare l'azienda verso obiettivi più ambiziosi. Insomma per crescere ancora, pur nella maniacale e indispensabile attenzione ai margini».

Verastore, sempre più

Un disegno nel quale **Massimo Broccoli** assume il ruolo che finora era di Stefano Pompili, mentre sempre più la famiglia si riserva i ruoli caratteristici della proprietà, anzitutto all'interno del cda. «Ma nel frattempo rimane anche parte assolutamente attiva e presente in azienda – sot-

tolinea Broccoli – dove ora stiamo lavorando a un piano di sviluppo triennale. I primi segnali si vedranno l'anno prossimo, e coinvolgeranno con forza il trade intorno a **Verastore**, il programma per le agenzie partner, che c'è da due anni e si prepara a divenire il motore di un'evoluzione sostanziale.

Il momento di scegliersi

«Perché per **Veratour** ci sono sole le agenzie, da sempre – continua Broccoli – E ora il mercato non consente più a trade e fornitori di lavorare su fronti opposti, bisogna essere compatti e fare sistema, muoversi e investire insieme. Sto pensando anche a contratti pluriennali, sui quali fondare una collaborazione forte che alla fine, è possibile, implicherà per tutti anche delle scelte. Perché ora serve il coraggio di dire che non si può lavorare con tutti allo stesso modo».

Prodotto di carattere

L'innovazione investe anche il prodotto, e anche prima che scatti il piano triennale: «Abbiamo alcuni cantieri, potrebbero arrivare novità molto presto – promette Broccoli – in ogni caso il marchio avrà contenuti sempre più caratterizzati, perché ora è l'offerta indifferenziata che perde. Dunque come sempre 100% di italianità, massimo controllo di servizio e qualità, massima attenzione al cliente, miglior rapporto prezzo-qualità».

2012 in progresso, torna il Nord Africa

Formula che continua a vincere anche ora, nei dati che ci anticipa Broccoli: «Ho trovato **Veratour** avanti del 6% in termini di fatturato rispetto ai primi cinque mesi del 2011 – annuncia – e quel che più conta con prezzi che proteggono i margini, in decisa tenuta. Traina la tendenza il ritorno alla grande del Mar Rosso, dove siamo a Sharm, Marsa

Alam e Marsa Matrouh, e della Tunisia con i Veraclub di Djerba e Mahdia. Poi va bene il lungo raggio, con i Caraibi che superano l'Africa e con i combinati sugli USA, che tirano malgrado l'euro debole. Restano deboli la Spagna, che l'anno scorso è stata l'alternativa al Nord Africa, e la Grecia penalizzata dall'instabilità. Tiene l'Italia, soprattutto i tre Veraclub in Sardegna. Abbiamo avuto un giugno ottimo, avanti a due cifre, e ora anche il ritardo del booking tende in generale ad accorciarsi, sta crescendo bene anche agosto».

E per chiudere, insieme alle buone notizie, un messaggio per AW, il gruppo che Broccoli ha appena lasciato da direttore della distribuzione, dopo venti anni di intensa crescita professionale: «Sono profondamente grato ad Alpitour – ci dice – per tutto quel che mi ha dato, con affetto, e con grande ammirazione».

Marina Firrao

www.veratour.it



Massimo Broccoli

Progetto Veratour

CI PENSA VALTUR.

30% PER LE PRENOTAZIONI ENTRO IL 30 GIUGNO

valtur

SONO QUASI MAGGIORENNI MA LA MAMMA VUOLE PORTARLI IN VACANZA CON SÉ?

**GUIDA
VIAGGI**DAL 1972 AL SERVIZIO
DEL TURISMO PROFESSIONALE.
EDITORIA, EVENTI E SERVIZI

AREA UTENTI | CHI SIAMO & CONTATTI | PER LA TUA PUBBLICITÀ | HOME

Novità 2012: Annullamento
senza giustificativo www.tripartner.it
Da oggi è più semplice lavorare

GVWEBTV

GVLAVORO

GVBUSINESS

GVNO-STOP

cerca

You need to upgrade your Flash Player

AGENZIA STAMPA

Le ultime notizie
Economia e assicurazioni
T.o. e distribuzione
Strutture ricettive
Territorio e associazioni
Trasporti
Invio comunicati stampa

ONLINE

Offerte di lavoro
GuidaViaggi Focus
GuidaViaggi Agorà
Settimanale online
Ricerche di mercato
Personal newsletter
GV UpDATE
GuidaViaggi Mobile

QUICK INFO

Clima nel mondo
Manifestazioni
Operatività aeroporti
Scioperi
Vaccinazioni
Viaggiare informati

COMUNICA CON NOI

Pubblicità sui nostri media
Publireadazionali
Paesi al microscopio
DEM
Virtual workshop
Workshop eseguiti

EVENTI

NoFrills
workshop b2b del turismo

Meeting Suisse

MARTEDIturismo

LOGIN

GVAGENZIA STAMPA

07/06/2012 - 12:46

Stefano Pompili direttore generale Veratour*Il nuovo incarico a seguito del passaggio del testimone di direttore commerciale nelle mani di Massimo Broccoli*

Messaggio promozionale



A seguito del passaggio del testimone di direttore commerciale nelle mani di Massimo Broccoli, Stefano Pompili, da 25 anni testa e anima della direzione commerciale di Veratour, ha assunto in questi giorni la carica di direttore generale dell'operatore turistico. L'entrata in Veratour di Massimo Broccoli segue quella di Andrea Gilardi, che da più di un anno ricopre la carica di direttore dello Sviluppo e della Pianificazione Trasporti. Grazie a una squadra composta da figure professionali e motivate, si legge in una nota del t.o., "oggi Stefano Pompili, nel suo nuovo incarico, potrà contribuire maggiormente insieme agli altri componenti della famiglia, Carlo e Daniele Pompili, alla direzione strategica per lo sviluppo di Veratour".

**OGNI 3 PRATICHE,
20€ IN BUONI CARBURANTE**

Questa e altre notizie su:

[Veratour](#)
[Veratour Stefano Pompili](#)
[Veratour Massimo Broccoli](#)
[Veratour Andrea Gilardi](#)

[Back](#)**"Parigi
vista mare"**
ovvero sentite in agenzia!**GUIDA
VIAGGI** LAVOROSito leader del
cerco e offro
lavoro nel
turismo
professionaleCentinaia di annunci
di lavoro a disposizione
di aziende e privati**Incredibile!**

Expedia.it

Amplia i tuoi orizzonti!
Specializzati con i Corsi di Formazione on line
di Adv Training...

Ilaria Mano, Fashin Travel, Bra, Cuneo, Piemonte



News

► Ultime News

● Futura Vacanze a "Zoomarine Days": formazione e



Stefano Pompili alla direzione generale di Veratour



07/06/2012 - E' stata ufficializzata la nomina di Stefano Pompili alla direzione generale di **Veratour**. Il passaggio del testimone di direttore commerciale nelle mani di **Massimo Broccoli** segna una nuova grande sfida per Stefano Pompili, da 25 anni testa e anima della direzione commerciale di **Veratour**, che ha assunto in questi giorni la carica di direttore generale dell'operatore turistico delegando il suo importante incarico, che ricopriva con successo dalla nascita di **Veratour**, a un professionista come Massimo Broccoli. "Con la certezza che Broccoli non solo darà continuità a quanto fatto finora con altrettanto successo, ma imprimerà nuovi impulsi all'inevitabile sviluppo della rete commerciale".

L'entrata in **Veratour** di Massimo Broccoli segue quella di Andrea Gilardi, che da più di un anno ricopre la carica di Direttore dello Sviluppo e della Pianificazione Trasporti.

Grazie a una squadra composta da figure professionali e motivate, oggi Stefano Pompili, nel suo nuovo prestigioso incarico, potrà contribuire maggiormente insieme agli altri componenti della famiglia, Carlo e Daniele Pompili, alla direzione strategica per lo sviluppo di **Veratour**.

◀ torna indietro

Sfoggia on-line

l'ultimo numero del settimanale Turismo & Attualità

News più lette

News correlate

- 10/02 - Un pensiero per Marzia
- 22/02 - Mediterraneo e Nord Europa con Gioco Viaggi
- 19/01 - ...lasciatecelo dire, Costa Concordia: cerchiamo di essere lucidi
- 15/02 - United Continental Holdings premia i propri dipendenti
- 21/02 - Gioco Viaggi: il meglio delle crociere di Holland America Line
- 12/03 - Le crociere in Alaska di Holland America Line

THAILAND Always Amazing

www.touristbussine.com In collaborazione con:

THAI Bangkok Airways

Invita ed iscriviti al secondo corso di formazione online per agenti di viaggio

Corsi di formazione

- Accompagnatore Turistico UET**
 Scuole Universitarie Europee per il Turismo
- Tutorial REvolution - Easy Market**
 Easy Market
- Turchia**
 Turban Italia Expert

Reportage di Viaggio

IL CAFFÈ CON IL DIRETTORE

Sotto il sole della Capitale Nuova stagione per Broccoli

“Gli anni in Alpitour sono stati un’esperienza unica, ma respirare aria nuova mi affascinava”

Il cappellino della Fortitudo Bologna sul sedile e il pacchetto di sigarette in tasca. Bolognese, “di quelli convinti”, che ora si sta innamorando della Capitale, dopo quasi vent’anni passati nelle terre piemontesi. Massimo Broccoli, 47 anni, è senza ombra di dubbio il vero colpo del calciomercato 2012 del turismo.

Dopo la fine della reggenza Winteler-Prete in Alpitour, Broccoli ha iniziato a pensare che era giunto il momento di cambiare aria, magari cercando nuovi stimoli e un perimetro di movimento diverso. Così ha preso il via la trattativa con la famiglia Pompili, che ha subito colto al volo la possibilità di prendersi in squadra un manager di forte esperienza e affidargli la direzione commerciale. Pochi incontri per capire che poteva nascere qualcosa e la firma sul contratto per guidare l’area commerciale di **Veratour**.

Broccoli, lasciare il leader di mercato non è stato facile...

Vero, ma respirare aria nuova mi affascinava.

Venti anni con la maglia di Alpitour?

Dunque, mi lasci fare due conti. Sono entrato in azienda nel maggio dell’82 quindi sono venti giusti. Tanti anni, ma un’esperienza unica.

Era giunto il momento di cercare nuovi stimoli?

Il mercato è in calo e bisogna cambiare per reggere. **Veratour** vuole cambiare e per questo ci siamo trovati immediatamente.

Le ultime stagioni sono sta-

**te massacran-
ti sotto ogni
punto di vista?**
Direi proprio di sì. Anni difficili per tutti: produttori e distributori.

Eppure i conti di Alpitour hanno retto alla crisi.

Ho imparato tantissimo dalla gestione Alpi di Winteler e Prete. Due caratteri completamente diversi ma capaci di spingere la macchina ad alta velocità.

Arrivata qualche telefonata?

D.J. Winteler ha chiamato subito dopo che è uscita la notizia. Mi ha fatto veramente piacere.

Ora siamo nell’era di Michele Burgio?

Faccio un grande in bocca al lupo a tutti. In quell’azienda ho ancora molti amici. A proposito...

Dica...

Un messaggio particolare per Bruno Gallo che è stato nominata direttore vendite in Alpitour. Ci conosciamo da tanto tempo e sono certo che farà bene.

Cosa diranno i suoi due amici...

Si riferisce a Sergio Testi e Pier Ezhaya? Sono molto legato a loro perché abbiamo fatto insieme tante battaglie. Due professionisti veri e due amici, per

davvero.

Ora passa dal grande gruppo

alla gestione familiare di Veratour. Preoccupato?

Direi proprio di no. Guardi che la famiglia Pompili in fatto di controllo di gestione non scherza affatto.

Acquisti mirati e voli charter senza esagerare?

Ecco, in fasi di mercato così complesse l’attenzione al business di Carlo e Stefano Pompili è una sicurezza.

È vero che vive in albergo?

Sempre, in questo caso a due passi dalla sede di **Veratour**. Più comodo di così. Anche a Torino vivevo a due passi da Alpi. Una comodità e non solo.

Moglie e casa restano a Bologna?

Certo, e sono fortunato perché mia moglie è molto paziente.

Ancora una curiosità. Caffè e sigarette sempre a livelli da record?

Sul caffè sono passato al decaffeinato e le sigarette sono diminuite del 50 per cento. Vede che è una stagione di grandi cambiamenti?

Torniamo al mercato. Lo sa che tutti attendono le sue mosse?

Ma non credo, non mi piace fare il protagonista. L’azienda deve andare avanti e lo sta facendo bene.

Di questi tempi crescere mi pare difficile...

Come prima cosa bisogna cercare di proporre prodotti capaci di ri-

spondere alla domanda.

Forse non conviene prima riportare i clienti in agenzia?

Sicuramente e ci stiamo lavorando. Bisogna attivare bene il dialogo tra t.o e dettaglianti.

Un cavallo di battaglia della famiglia Pompili...

Infatti i risultati si vedono, se in questa fase di mercato viaggiamo con vendite in aumento del 6 per cento rispetto al 2011.

Con un occhio di riguardo alle vendite nel Nord Italia...

Veratour può e deve crescere nel Centro-Nord. Penso a città come Milano, Bologna, Verona e Bergamo.

Recuperando terreno anche sui crocieristi?

Le compagnie negli ultimi 5 anni hanno fatto un bel percorso al fianco delle agenzie. Bisogna copiare chi lavora bene.

Anche se ora faticano?

Qualche stagione di assesta-

mento mi pare doverosa dopo certe crescite. Noi invece dobbiamo proseguire negli investimenti per cogliere gli spazi di rilancio del settore.

Sempre senza esagerare, come insegna il presidente Carlo?

Investimenti mirati. Poche aziende vantano un bilancio così sano.

Questa sarà la stagione del rilancio per Egitto e Tunisia?

Speriamo che il risveglio delle vendite su queste aree si confermi. Mentre la Grecia soffre pesantemente.

E porte aperte al last minute?

Tra poco ci siamo.

Ormai vale tutto l'anno.

Veratour vende il 70 per cento in advance e questo permette di avere marginalità a fine esercizio.

Quest'anno sarà dura...

Bisogna pianificare bene il sottodata per non andare sotto la linea di galleggiamento.

Tocca a lei tenere duro.

La proprietà mi ha dato grande fiducia e libertà di azione. Il clima interno è ottimo e si lavora con entusiasmo. Vedrà che faremo una bella stagione.

Una parola per definire il presidente Carlo?

Entusiasta. Mi lasci anche dire che lavora sempre con il sorriso. Oggi fa la differenza.

E il nuovo d.g. Stefano?

Gentile, una bella persona che conosce il mercato.

Sempre appassionato di basket?

Ho giocato una vita e mi manca. Insomma è l'età. Ora sono solo tifoso.

Fortitudo Bologna?

Rigorosamente Fortitudo. Ci tengo a tifare per i più deboli. Quando vin- ci è troppo bello.

[twitter@removangelista](https://twitter.com/removangelista)

Il passato

"Ho imparato tanto da Prete e Winteler"

Il presente

"I Pompili sul loro business non scherzano"



CAMBIO DI MAGLIA Ex giocatore di basket, grande appassionato della Fortitudo Bologna, incallito fumatore e bevitore di caffè, Massimo Broccoli, 47 anni, dopo vent'anni trascorsi a Torino in Alpitour, è approdato nella Capitale, alla direzione commerciale di Veratour



Broccoli, Veratour: "Guardiamo allo sviluppo"

Con un piano industriale che prevede un ampliamento dell'offerta

di Laura Dominici

Avrà la sua parte da compiere, Massimo Broccoli, neo direttore commerciale Veratour, nel piano industriale che l'azienda della famiglia Pompili sta predisponendo per i prossimi 3-4 anni. E dall'espressione sorniona che appare nella foto scattata subito dopo l'insediamento in azienda, sembra proprio che il manager ne sia pienamente consapevole.

Gv: La sua prima uscita pubblica nel nuovo incarico è avvenuta in occasione di una convention organizzata con BravoNet, una sorta di ritorno a casa...

"Sì, ma è tutto casuale visto che era stata pianificata prima del mio arrivo. Ha fatto sorridere anche me. E' stata una bella riunione".

Gv: Quali sfide dovrà affrontare?

"Rafforzeremo la politica distributiva, caratterizzata da una vendita 100% con le adv, una politica che continuerà su questa linea. Il mio

arrivo vuole essere un modo per guardare allo sviluppo nel prossimo triennio".

Gv: Che tipo di sviluppo?

"In termini di volumi e di marginalità. C'è sempre da migliorare anche nelle sinergie commerciali".

Gv: Cosa serve?

"Al di là del prodotto da ampliare, ci sono i margini da tenere sotto controllo e fare di più anche nei sistemi di vendita. Bisogna cercare di evitare il sottodato, perché il cliente vuole coerenza, correttezza e trasparenza".

Gv: Sul prodotto potenziarete quello a rischio o non a rischio?

"Per differenziarsi sul mercato punteremo fortemente sul prodotto a rischio, sui villaggi (in questa fase il t.o. sta cercando di colmare il vuoto lasciato dal Ventaglio e la debolezza di Valtur, ndr). Nel servizio oggi la differenza la fa il prodotto".

Gv: Pensate di aprirvi all'incoming?

"No, non per ora".

Gv: Da un gruppo finanziario ad un'impresa familiare. Un bel salto!

"Mi sembra di essere tornato all'Alpitour del 2000, vedo attorno a me tanta energia ed entusiasmo. C'è attenzione, capacità, possiamo fare un bel percorso. Per quanto riguarda Alpitour devo solo ringraziare, eravamo come una famiglia".

Gv: Cosa prevede il piano industriale che state preparando?

"Avremo nuovi villaggi nel medio e lungo raggio. Rafforzeremo il volato dal Centro-Nord (Milano, Verona, Bologna e Bergamo) e potenzieremo il Centro-Sud (Roma, Napoli, Bari e Catania). Sul medio raggio guardiamo a destinazioni ad alto tasso di riempimento come Italia, Egitto, Tunisia, Spagna".

Gv: La linea è sempre quella dei piccoli passi?

"Potremo fare una crescita significativa e si tratta di essere sempre più vicini alle agenzie".

Gv: Come sta andando l'estate?

"Direi che il trend è molto buono, ma di questo io non ho merito. Registriamo un +6% di volumi transati e la marginalità è in tenuta. A giugno vantiamo una crescita a doppia cifra e agosto sta rispondendo meglio di luglio, con quote medie in linea con l'anno scorso".

Gv: Sta già pensando a qualche condizione contrattuale particolare per i prossimi accordi commerciali?

"Continueremo a collaborare sempre di più con i network e implementeremo le attività con le Verastore (509 attualmente) che rappresentano il 30% del fatturato Veratour".

Gv: E quali sono le previsioni per la chiusura dell'anno?

"Con il sotto data potremmo anche superare il +6% che registriamo ora e avvicinarci ad una crescita a doppia cifra".



Massimo Broccoli

L'intervista

Intervista

Broccoli, Veratour: "Guardiamo allo sviluppo"
Con un piano industriale che prevede un ampliamento dell'offerta.

SCOPRI I NOSTRI PREZZI LEGGERI
AVVICINATI A QUELLI DELLE AGENZIE

Expedia

Arrivato a **Veratour** come direttore commerciale, Massimo Broccoli ha idee chiare per il futuro

A tu per tu con le agenzie



SPECIALE GRECIA

A PARTIRE DAGLI ANNI SESSANTA È STATA UNA VERA E PROPRIA META DI VACANZA CULT PER GENERAZIONI DI ITALIANI, GIOVANI E MENO GIOVANI. MA OGGI, PURTROPPO, CHE SOFFRE PER UNA CRISI ECONOMICA SENZA PRECEDENTI, LA GRECIA SPERA DI RIPARTIRE IN FRETTA PROPRIO ATTRAVERSO LA SPINTA DEL TURISMO IN ARRIVO DAL BELPAESE **PAG. 6**



Sulle isole dello Ionio e dell'Egeo

pag. 6

Poste Italiane s.p.a. - Sped. in a.p. D.L. 353/03 (conv. in L. 27/02/04 n. 46) art.1, comma 1, DC9 Milano.

www.ecostampa.it



TREND

N. 15 - 22 GIUGNO 2012

COVER STORY

Faccio crescere Veratour grazie alle adv

Appena arrivato a Roma dopo la ventennale esperienza in Alpitour, Massimo Broccoli, nuovo direttore commerciale dell'operatore capitolino ha le idee chiare. Sta preparando un piano di sviluppo triennale per consolidare e potenziare Veratour, ma non solo. Sottolinea anche con forza il ruolo strategico delle agenzie, sempre più partner privilegiato in un mercato difficile di Maria Paola Quaglia

Dopo vent'anni di Alpitour Massimo Broccoli approda, come nuovo direttore commerciale, presso il tour operator romano Veratour.

Come dote porta con sé, oltre ad una lunghissima esperienza nel mondo del turismo, anche una dose elevata di entusiasmo e determinazione. E tanti progetti.

Tanto che la famiglia Pompili, proprietaria del t.o., è stra-convinta della scelta fatta.

«Insieme a Massimo formeremo un team molto forte e motivato - commenta Stefano, neo direttore generale - e non solo perché si tratta di un professionista con una **vision molto ampia e completa** del settore turistico. Ritengo che sia la persona giusta al momento giusto per dare un impulso alla nostra crescita e alla presenza sempre più forte di Veratour sul mercato». Plaude anche il presidente

Carlo: «Sono certo che l'esperienza e le capacità maturate che ha maturato in questi anni daranno forte impulso a una ulteriore crescita aziendale».

Insomma, Broccoli, tutti si aspettano grandi cose da lei: sente la pressione?

La pressione viene dal mercato, non dal ruolo. Oggi si affrontano sfide forti in un momento particolarmente difficile per il turismo

organizzato, che da tre anni a questa parte è in calo. Sono convinto che soltanto cambiando le regole e creando un nuovo modello di collaborazione, basato sul dialogo aperto tra produzione e distribuzione,

si potranno gettare le basi per un domani di crescita e di successo. Per tutti: la guerra con gli altri non mi ha mai attirato. Per riprendere una frase un po' abusata, ma che nella sostanza ritengo fondamentale, bisogna "fare sistema". Una strada che Veratour

stava già percorrendo e che intendo perseguire, e implementare, con i vertici dell'azienda nei prossimi anni. Stiamo parlando infatti di un'impresa sana, che è cresciuta negli anni a piccoli passi ma con costanza e con ambizione. Per questo ritengo che Veratour rappresenti una svolta importante nel mio percorso lavorativo. Insomma non sento pressione, ma voglia di far bene.

È "romano" da sole due settimane

e due giorni fa Veratour ha dichiarato una crescita nelle vendite intorno ai 6 punti percentuali con buone previsioni per il prossimo futuro. Non è tentato di attribuirsi il successo?

Absolutamente no (Massimo Broccoli ride, ndr). E parlare di successo forse è troppo.

Diciamo che attualmente il trend delle prenotazioni è soddisfacente, specie se rapportato all'andamento generale del mercato che registra una flessione intorno al 10%, e anche la marginalità è positiva.

Buoni numeri che peraltro Veratour si aspettava, dopo la performance negativa dello scorso mese nel quale è mancato quasi un milione di fatturato generato solitamente dai gruppi, poiché molte imprese hanno rinunciato ai loro eventi aziendali.

Quello che invece mi preme sottolineare, e che mi ha sorpreso arrivando qui, è che il 70% delle prenotazioni avviene in early booking.

Penso che questo sia il risultato di un'ottima politica di trasparenza: al cliente viene infatti assicurato che qualora i prezzi dovessero diminuire sottodata verrebbero restituiti loro i soldi. Al di là di questi buoni segnali, la sfida che mi è stata lanciata, e che ho raccolto con entusiasmo, è più ambiziosa.

Ed è per questo che sto mettendo a punto un piano di sviluppo triennale che ha nell'implementazione dell'offerta sui villaggi e sui voli i suoi punti forti.

Ce lo racconta, almeno a grandi linee, questo piano triennale?

Lo posso raccontare necessariamente a grandi linee, perché ho iniziato da sole due settimane e ci sto ancora lavorando.

Il piano parte da un riposizionamento del prodotto. Che si basa su due grandi aree: il potenziamento della gamma alberghiera e quello dei voli. Per quanto riguarda gli hotel ci concentriamo soprattutto sull'area del corto e medio raggio e sul mercato nord-africano, nel quale Tunisia ed Egitto registrano una ripresa del 20/30% rispetto all'anno scorso. Inoltre faremo esplorazioni sul mercato di Marocco e Turchia.

Per la Grecia stiamo a vedere che cosa succede, mentre ci sarà un arricchimento

Per la Grecia stiamo a vedere che cosa succede, mentre ci sarà un arricchimento

sicuro di Italia e Spagna. Quanto all'area voli intendiamo potenziare i voli sui **maggiori aeroporti italiani**, ovvero quelli di Milano, Venezia, Bologna, Bergamo. Roma è già molto coperta e verrà ritoccata di poco.

In questo piano allora potrà essere riaffermata anche l'importanza del canale agenziale per Veratour?

Assolutamente sì. Le agenzie restano il nostro **unico referente** per continuare a crescere insieme. Quello che invece va completamente ricostruito è la **tipologia di relazione** con il trade. Abbiamo bisogno di potenziare la struttura, ridefinire gli assetti interni, l'area marketing e il **trade marketing**.

E creare le figure di **due area-manager**, uno per il centro-nord e l'altro per il centro-sud. Potenzieremo anche **Verastore** il progetto di fidelizzazione di **Veratour** per i punti vendita che fatturano almeno **150mila euro** l'anno, anche se il criterio di selezione non è solo economico, ma è rilevante anche la continuità nel tempo. Il progetto attualmente raccoglie **250 agenzie** per le quali vengono riservati una serie di plus commerciali, di servizio e anche **operativi** come la possibilità di accedere a canali preferenziali di prenotazione per la business class in aereo o per le suite rimaste libere delle strutture alberghiere.

Aumenterà il numero delle adv con le quali lavorate?

Semmai direi il contrario. Vorrei infatti poter lavorare al massimo con **3.500 o 4.000 agenzie**. E non si tratta di snobismo. Infatti il rapporto con le adv come lo intendo io prevede un **colloquio diretto e continuo**, impossibile da realizzare con i grandi numeri. Le agenzie hanno il **polso del mercato**, della regionalità del mercato e sono loro a doverci dare indicazioni di business e di prodotto da inserire in catalogo. Per realizzare questo rapporto sinergico istituiremo tavoli di **condivisione** e mini-sessioni di lavoro. E poi costruiremo eventi ad hoc per portare più clienti in agenzia. Naturalmente ci aiuteranno anche i network, e intendo riferirmi a tutti i **principali network** sul mercato, con i quali rinnoveremo il nostro rapporto di collaborazione.

Prossima mossa immediata, in giugno?

In giugno i **giochi sono fatti**. Ma subito dopo l'estate inizia il bello, per me.

E che davvero bello sia.

Per conoscere meglio... Massimo Broccoli

Bolognese, classe 1964, il manager lavora nel settore turismo dalla fine degli anni ottanta. Dopo una prima esperienza con Moby Lines, per la quale ha aperto la filiale di Bologna, a partire dal 1992 Massimo Broccoli ha vissuto un'importante escalation professionale nel gruppo Alpitour. Per un paio di anni è stato trade account su Bologna, poi capoarea di Emilia Romagna, Toscana, Triveneto e Marche. Con la nascita di Alpitour World, dal 2004 è stato direttore vendite gruppo, e nel 2009 direttore della distribuzione. Inoltre fino ad aprile del 2011 è stato nel cda di Welcome Travel Group, il network di Alpitour World e Costa Crociere. Ora, dopo anni passati a rimbalzare come una pallina da ping pong tra Torino e Milano (dove Alpitour ha le sue sedi operative), grazie al nuovo incarico con la romana Veratour (è il secondo professionista, dopo Riccardo Airoidi, che arriva a Veratour direttamente da AW) eccolo approdare nella capitale. Della quale si dimostra entusiasta. Anche se nei fine settimana il ritorno alla natia Bologna - dove "tiene famiglia" - è sacro.

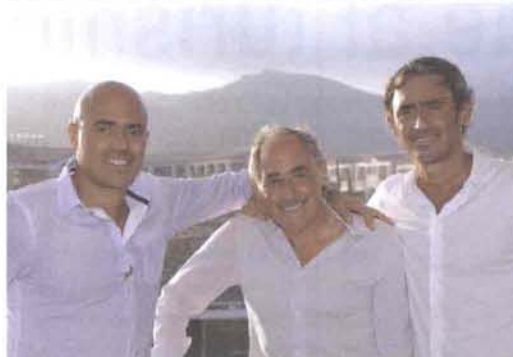


Foto di famiglia per i proprietari di **Veratour** da sinistra Daniele, Carlo e Stefano Pompili, direttore Divisione Villaggi, amministratore delegato e direttore generale del t.o. romano

Sopra, Massimo Broccoli. Qui, il Veraclub El Mehdi in Tunisia



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Speciale
VillaggiDopo la rivoluzione
si ricostruisce

Per il segmento è come un post '68, ma il prodotto ha ancora spazio per crescere

di Stefania Vicini

Villaggio, una menzione un po' datata secondo **Roberto Corbella**, già presidente **Astoi**, seppur sia stato "rivoluzionario, quasi come il '68. C'è futuro, ma deve avere la capacità di reinventarsi - osserva il manager -. Il villaggio 'blindato' ha fatto un po' il suo tempo, sebbene il cliente si appaghi grazie ad una serie di aspetti specifici frutto di segmentazioni molto di nicchia". Un esercizio importante, secondo Corbella, però l'altro è "quello di portare il cliente al di fuori del villaggio". Ogni prodotto deve sapersi reinventare a seconda delle esigenze del mercato, "basti dire che molti guardano se nel villaggio c'è il wi-fi". Oggi non è in discussione il format, "che conserva una fascia di estimatori (in particolare le famiglie) - osserva **Luca Battifora**, direttore generale **Mondo di Vacanze**, **G40 Travel Group** -, mentre la vendita si gioca su due aspetti: budget di spesa del cliente e servizi offerti dal prodotto, quando c'è equilibrio tra questi due fattori la vendita si realizza". Di fronte ad un cliente che acquista sempre più per "esperienza e meno per destinazione", accanto al dove si fanno strada altri fattori nel determinare la scelta, diventano così altrettanto importanti "servizi e prodotti collate-

rali che il cliente può fruire all'interno della struttura". Per questo il manager pensa che il villaggio dovrà offrire in forma sempre più qualificata "specializzazioni, palinsesto di eventi, infrastrutture, che consentano al consumatore di coniugare il concetto tradizionale di vacanza con passioni, interessi, necessità".

Il villaggio resta una formula vincente, ma è cambiato molto rispetto alle origini. E' la constatazione di **Emmer Guerra**, direttore **Aviomar**, che mette in guardia sul fatto che "la vacanza villaggio o club sembra meno richiesta, a vantaggio di strutture alberghiere che offrono un mix tra albergo tradizionale e villaggio. Con animazione soft, strutture per bambini, pasti inclusi, ma non troppo per poter uscire alla scoperta del territorio". Le strutture che si presentano come villaggio che intercetta le esigenze del cliente stanno registrando le performance migliori e per il t.o. sono il Garden Beach a Cala Sinzias, il Liscia Eldi a San Teodoro, oltre al Corte dei Tusci, vicino a Follonica. L'orientamento dei villaggisti è virare su un servizio sempre più personalizzato "in base al target di riferimento - afferma **Paola Peracchiotti**, responsabile prodotto **Villaggi Bravo** -.

Dovremo analizzare quali sono i dettagli che possono rendere unica la vacanza di una coppia piuttosto che di una famiglia o di un gruppo di amici". Solo così si può fare la differenza sul mercato. Migliorare i servizi e offrire prodotti sempre più targettizzati, la partita è questa. "Offrendo soluzioni per nicchie di mercato - aggiunge **Stefano Pompili**, direttore generale di **Vera-tour** - per chi ha intolleranze alimentari o ama sport di nicchia, oltre all'organizzazione di settimane speciali dedicate a una passione, come per la scuola di tango". Lo spazio per sperimentare c'è. Quest'anno nei village di **Eden Viaggi** c'è il **Tarta Club**, già provato nel 2011 in alcune strutture, per i piccoli ospiti dai 3 ai 12 anni, con un programma ed eventi tematici. In questa stagione è partita la fase test del **Jek Club**, il nuovo **Junior Eden Club** per ragazzi dai 13 ai 17 anni.

All inclusive: t.o. e adv concordati

Tutto incluso e prezzo finito. E' ciò che cerca il cliente, desideri che si traducono nell'offerta di "spensieratezza, libertà, prodotto multi-tasca, comfort, ma anche la possibilità di scoprire la realtà esterna al villaggio". E' la promessa di **Club Med**, che difende l'importanza della visione qualitativa

del prodotto e pensa che non sia "contemplabile ridurre l'offerta all inclusive - afferma **Gino Andretta**, direttore generale **Club Med Italia** -, anzi abbiamo rafforzato le proposte e la scelta per i clienti. Oggi più che mai il cliente deve avere una visione molto chiara di quello che ha e che avrà durante la sua vacanza. Il nostro prezzo iniziale è quello finale". Per **Marevero** il prodotto villaggio continua ad essere quello più richiesto in assoluto, in particolare dalle famiglie. Grazie anche ai suoi contenuti intrinseci, tra cui la formula all inclusive, che, osserva **Davide Prella**, direttore prodotto del t.o, "permette di pianificare a monte il prezzo della vacanza". La crisi non ha portato ad una revisione della formula, i t.o. sono compatti nell'affermarlo, ma non solo loro. Come si vedrà nelle pagine a seguire anche la distribuzione organizzata non ha rinvenuto particolari tagli in tal senso. Formula in linea con lo scorso anno, quindi. E' quanto asserisce **Peracchiotti**: "L'offerta all inclusive nei villaggi **Bravo** è stata riconfermata con l'aggiunta di particolari attenzioni ad alcuni settori come sport e cucina, nel cui ambito riserveremo sempre qualche appuntamento speciale per gli ospiti". Non ca-

pita spesso che fornitori e distributori siano concordi. Questa volta sul tema all inclusive si. Come si è visto, i primi sostengono di non aver tagliato questo tipo di formula ed anche il fronte agenziale conferma la tendenza. L'all inclusive per questa stagione estiva è *uguale* allo scorso anno secondo quanto afferma il 69% del panel di adv interpellate dall'**Osservatorio Guida Viaggi**. La netta maggioranza, rispetto al 24% di chi asserisce che sia stato *rinforzato* e il 7% di chi, invece, parla di *riduzioni*.

I ragionamenti

In futuro, se non già adesso, si dovrà fare qualche ragionamento e "prestare attenzione ai contratti e al prodotto in quanto è forte l'esigenza della clientela di non abbassare la qualità in forza della diminuzione delle tariffe", ammonisce **Francesco Boccanera, direzione marketing e comunicazione di Ota Viaggi**. Chi sarà vincente? Chi riesce "a offrire i migliori servizi e a controllare costi di gestione e di commercializzazione, che sono onerosi". Le riflessioni si fanno anche in termini di dimensioni, optando per "strutture più piccole" - annuncia **Remo Bodrato, a.d. e direttore generale di Welltour** - in cui l'ospite può godere di maggiori attenzioni e cura nei dettagli; hotel con un'identità precisa dove attivare servizi personalizzati e attività specifiche a misura del cliente". Il t.o. potenzierà i

servizi dedicati alla famiglia, concentrando maggiori risorse a miniclub, youngclub e babysitting. Anche **Settemari** ha prestato particolare attenzione ai servizi, a partire dal programma di animazione "Pirati dei Settemari", arricchito attraverso un percorso formativo. Il t.o. ha pensato anche ai ragazzi dai 13 ai 17 anni con

un programma *junior club Seventeen*. Il t.o. investe anche sul prodotto e per l'estate i SettemariClub vedono 8 novità, una a Fuerteventura, ma soprattutto in Grecia con sette aperture. Sono innesti sulla fascia alta, a cominciare da Creta, con due nuove soluzioni di categoria 5 stelle. A Kos il t.o. inaugura il 3° villaggio, mentre a Paros, destinazione novità, propone il SettemariClub Porto Paros. Si arricchisce anche la linea di prodotto Essence. Riaprirà invece a luglio il SettemariClub a Watamu. ■

Osservatorio Guida Viaggi

I criteri della ricerca

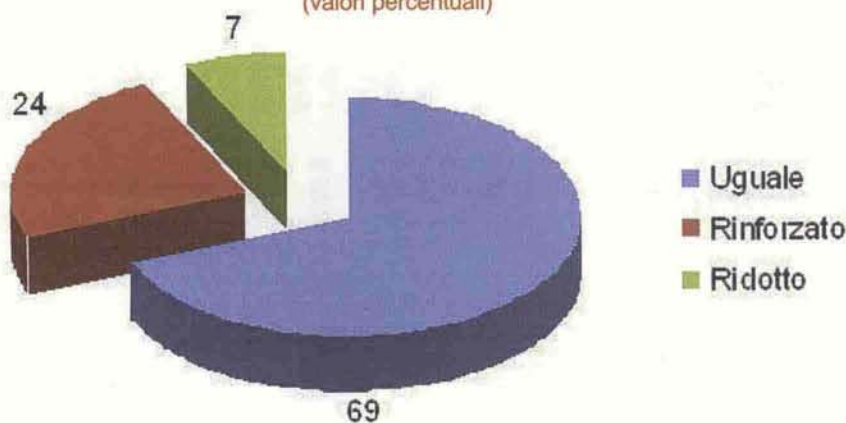
Periodo di rilevazione e consistenza del campione:
maggio 2012, 234 casi

Errore statistico: ± 5%

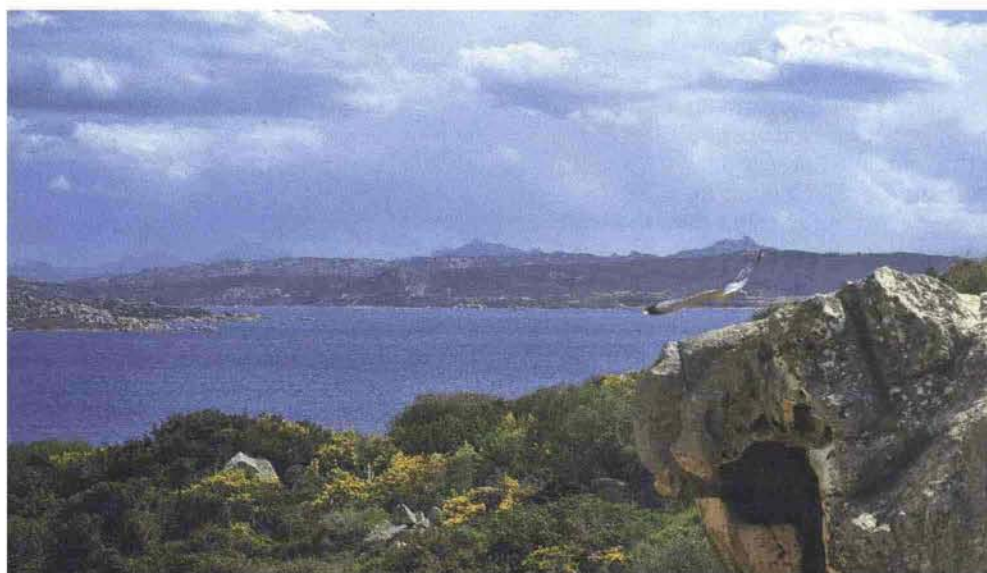
I criteri dell'inchiesta sono pubblicati per esteso a pag. 2.

Come si presenta l'all inclusive per l'estate?

(valori percentuali)



Fonte: Guida Viaggi



Sardegna

TourOperator

Broccoli in Veratour, il must è crescere

Allo studio un piano triennale per la crescita e lo sviluppo del tour operator: al centro il core business aziendale, ovvero i villaggi. "Veratour deve essere punto di riferimento della villaggistica italiana"

di Ester Ippolito

Entusiasmo, impegno, padronanza del mercato, obiettivi chiari di crescita. Sono queste le spinte che animano **Massimo Broccoli** nel suo nuovo ruolo di **direttore commerciale Veratour**, azienda romana rappresentata dalla famiglia Pompili - presidente **Carlo Pompili**, **direttore generale Stefano Pompili**, **prodotto villaggi Daniele**



le Pompili - e definita dal manager "sana, efficiente, equilibrata, in grado di tenere dritto il timone, e con una grande volontà di andare avanti". "La mia prima sensazione è fantastica - afferma Broccoli - mi sembra di essere tornato all'Alpitour di 20 anni fa, mi sento circondato da entusiasmo, carica positiva, passione e voglia di fare. Il risultato è che mi sento carico come una molla". Quello che ci vuole per affrontare tutti gli impegni richiesti e contribuire al raggiungimento di nuovi traguardi. "Primo passo - ancora Broccoli - capire bene tutte le dinamiche in atto per portare avanti un progetto triennale studiato con la famiglia Pompili che ha obiettivi ambiziosi di sviluppo. La mia mission consiste nel disegnare dei percorsi proficui, grazie a una im-

plementazione del prodotto e piano voli collegati, mantenendo sempre un equilibrio di conto brillante, come del resto è nella tradizione di Veratour". Al centro il core business di Veratour che sono e rimangono i villaggi. "Questa azienda deve diventare il punto di riferimento della villaggistica italiana, lavorando ancor di più sulla qualità dei servizi, sulla ricchezza e caratterizzazione del prodotto. Insomma - insiste il direttore commerciale - il nostro slogan può essere "made in Italy nel mondo": questo deve diventare un forte appeal per il pubblico e per i nostri partner della distribuzione". La distribuzione è sempre stata un punto fondamentale delle politiche Veratour: "agenzie al 100%". Tra le prime dichiarazioni di Broccoli l'attenzione a "un dialogo aperto tra produzione e distribuzione". E questa è la strada che il manager continuerà a percorrere in linea con il "progetto vincente" già attivato da Veratour, ovvero Verastore. "Verastore raccoglie le agenzie partner che hanno scelto di avere una collaborazione più attiva con il tour operator, linea che sarà assolutamente sviluppata. Stiamo attivando anche una serie di incontri con i maggiori network, con i quali già Veratour collabora, per realizzare nuovi percor-

si. Il dialogo e la condivisione di obiettivi saranno i principi che ci guideranno. Attualmente Verastore comprende 509 adu, ovvero il 30% delle agenzie legate a Veratour, un numero senz'altro proiettato alla crescita. Ma non è tanto la quantità che conta quanto la qualità del rapporto che si viene a instaurare, alla base ci deve sempre essere condivisione". Non può mancare uno sguardo al mercato, l'estate si avvicina e il quadro vendite si comincia a delineare. "Al momento le prospettive di casa Veratour appaiono brillanti con una crescita del 6% sul 2011 nello stesso periodo. All'orizzonte il recupero del Nord Africa, Tunisia ed Egitto in pole position, con numeri che potrebbero ancora migliorare. Sarebbe per me un buon risultato riuscire a chiudere il 2012 con una doppia cifra, in questo ci dovrebbe aiutare un pricing controllato nel rispetto della marginalità e l'offrire al consumatore un prodotto giusto. Oggi il prodotto generalista fa fatica, la forza sta nel differenziale, nella caratterizzazione e Veratour ha già imboccato la strada del futuro". ■



www.ecostampa.it

Collegamenti aerei e villaggi al centro dello sviluppo. Rinnovata la forte sinergia con le adv

Broccoli: «Un piano in tre anni per potenziare l'offerta di Veratour»

di ISABELLA CATTONI

ROMA - Primi giorni di attività in Veratour per Massimo Broccoli, chiamato a ricoprire la carica di direttore commerciale in luogo di Stefano Pompili, passato alla direzione generale del to. «l'entusiasmo e la voglia di fare che si respirano in Veratour sono davvero stimolanti. Mi sembra di essere tornato indietro di 20 anni, agli inizi del mio rapporto con il gruppo Alpitour - sottolinea Broccoli -. Il mio obiettivo è quello di spingere su uno sviluppo ancora più rapido, affiancando la gestione della fa-

miglia Pompili. In questo senso, stiamo lavorando a un piano triennale che ha nell'implementazione dell'offerta di villaggi e di voli il suo punto qualificante».

La proposta è sempre concentrata sui villaggi, in base a una formula all'insegna del "made in Italy" che «fa la differenza rispetto alla concorrenza». Oltre a migliorare costantemente la qualità, si procederà al potenziamento dei voli dal Centro-nord, con collegamenti in partenza da Milano, Verona, Bologna e Bergamo, oltre che dal

Roma, Napoli, Bari e Catania a Sud. Al centro degli investimenti, sia strutture nell'area a medio e corto raggio, sia sul long haul, con novità in arrivo a partire dall'estate 2013.

Veratour continua a muoversi in controtendenza rispetto al resto del mercato: «Il trend è positivo, con una crescita di fatturato attualmente stimabile in un 6%. Grazie a un 70% di pratiche realizzate in early booking, riusciamo a mantenere tariffe adeguate, che ci consentono di preservare una buona marginalità. Questo risultato è reso possi-

bile grazie all'ottimo rapporto instaurato con le agenzie di viaggio, con le quali manteniamo una sinergia fortissima».

Alla luce di queste premesse, Broccoli, mira a «chiudere l'anno con un aumento a doppia cifra sia quanto a passeggeri, sia quanto a fatturato e margini. L'obiettivo è quello di abbattere la barriera dei 200 milioni di euro; le prospettive sono ottime». Fra i piani a breve termine, lo sviluppo di un dialogo sempre più approfondito con il trade e il rilancio del progetto "Verastore", che verrà implementato ulteriormente.

+6%

Crescita fatturato nel 2012

70%

Pratiche concluse in early booking

200 mln €

Obiettivo di fatturato

Triennale

Il piano di sviluppo messo a punto

“*Affiancherò la famiglia Pompili in questo piano di crescita ambizioso,*”

Massimo Broccoli



ESTATE ALL'ULTIMO MINUTO

Secondo le aziende le formule devono essere modificate per rispondere alle nuove esigenze del mercato e dei clienti

Gli operatori lanciano l'allarme: «L'advance booking va rivisto»

Il trend del mercato sta mettendo in discussione la strategia commerciale dei tour operator

Un anno così particolare da far saltare tutte le leve commerciali che, fino ad ora, avevano perfettamente funzionato. Il 2012 si sta manifestando così, un anno in cui è difficile per i tour operator fare la scelta giusta, indovinare la strategia vincente.

E tra 'le leve saltate', come le definisce Maurizio Casabianca, direttore commerciale di Naar-Aviomar, c'è proprio l'advance booking, la strategia che ha dominato le scelte commerciali degli operatori negli ultimi anni. "Quest'anno ad agosto faremo ancora prenotazioni sullo stesso mese e su settembre - entra nel dettaglio Casabianca -. Una cosa mai vista negli ultimi tempi. Speriamo non diventi sempre così". Anche perché questo vorrebbe dire rimettere in discussione tutto il modello di business: "Le negoziazioni con i fornitori sono fatte sulla base dello storico - prosegue il manager -, ma nel 2013 non avrà senso ragionare in questo modo: bisognerà rinegoziare con i fornitori molto più spesso".

"L'advance booking quest'anno è stato un flop". Non usa giri di parole Isabella Candelori, direttore vendite di InViaggi, nel descrivere la situazione attuale del mercato. Occorre, quindi, ripartire da zero e ripensare il modello di business: "Non possiamo accettare di subire il mercato - spiega Candelori -, dobbiamo fare proposte per innovarlo".

Un'idea che trova terreno fertile anche in casa Valtur. "Probabilmente l'advance booking va rivisto non solo nei tempi ma anche nella formula" ammette il direttore commerciale Gabriele Rispoli. Secondo il manager il cliente che acquista in anticipo (in gran parte rappresentato dalla famiglie) non è scomparso, "ma in questa situazione di incertezza economica si avverte uno slittamento delle prenotazioni sottodata". Che fare allora? In

casa Valtur la strategia è stata prorogare la deadline delle prenotazioni anticipate: "Una mossa che ci è stata espressamente richiesta dalla nostra forza vendite - puntualizza Rispoli -. Intorno a fine maggio, prima scadenza del nostro advance, c'è stato, infatti, un risveglio delle prenotazioni. Per questo motivo abbiamo deciso di prorogare le medesime condizioni di acquisto fino al 30 giugno".

Non si gioca, invece, sul timing la strategia di Eden Viaggi. "Anche noi registriamo un certo ritardo nelle prenotazioni che, quest'anno, avverranno più sotto data - rivela Angelo Cartelli, direttore commerciale e marketing dell'azienda di Pesaro -. Per questo motivo abbiamo deciso di incentivare le vendite mettendo ancora a disposizione, su certe destinazioni che vanno sostenute come Spagna e Grecia, delle quote Super Price". Iniziative che dovrebbero incoraggiare i clienti a varcare le porte dell'agenzie non solo per chiedere preventivi ma anche per concludere l'acquisto. "Il problema è proprio questo - sottolinea Cartelli -. Ci sono molte richieste ma poche pratiche chiuse. Lo scossone di quest'anno ci deve indurre a ripensare l'advance e in generale le nostre strategie commerciali in termini di allotment alberghieri e di volato".

La paura di tutti è che sulle partenze di agosto, il mese clou ormai alle porte, ci si sfidi a suon di offerte stracciate. "Quest'estate ci saranno di sicuro - ne è convinto Giuseppe Pagliara, direttore generale di Nicolaus - ma, per quel che ci riguarda, è meglio non svendere il prodotto: conviene di più tenere i posti vuoti. Non ci stiamo a fare la battaglia del prezzo: c'è una linea di condotta da rispettare".

Ma sarà proprio così? Alpitour sembra confermarlo. "Siamo arrivati a fine marzo con il 25 per cento delle vendite dei pacchetti estivi già in portafoglio - illustra

Sergio Testi, responsabile divisione Easy - . Siamo però a metà giugno e ritengo, invece, che sui prossimi mesi saranno in aumento le vendite last minute. Su alcune destinazioni, come la Grecia, dovremo lavorare molto sul sottodata, anche se di sicuro non ci appartiene la strategia delle 'offerte selvagge'. E che fare, invece, sul fronte advance? Anche Alpitour è in fase di studio: "Sicuramente - afferma Testi - è e sarà sempre un elemento determinante del piano di vendita annua-

le ma ritengo che dovrà essere adattato all'evolversi della domanda. Non credo che debba essere soppresso".

Insomma, l'advance booking non è (ancora) morto ma, in questo momento, non gode di buona salute. Non resta, quindi, che trovare la giusta cura. Per 'guarire' una leva commerciale ancora determinante nelle vendite ma, soprattutto, per salvare l'intero mercato.

Enza Branca



Cambio di marcia

"Bisogna rinegoziare con i fornitori molto più spesso"



WWW.TTGITALIA.COM

L'andamento delle vendite stagionali

Sull'agenzia di stampa di TTG Italia è possibile conoscere i trend di vendita sulle principali destinazioni estive presenti nella programmazione dei tour operator

Veratour, un 'vessillo' aziendale

Le prenotazioni anticipate si confermano determinanti per il business del t.o. romano

“Quest’anno, in effetti, stiamo registrando una piccola flessione: dal 70 per cento dello scorso anno di questi tempi, siamo al 66 per cento”.

In una stagione come questa, numeri così, relativi alle prenotazioni anticipate, farebbero la gioia di molti operatori. In casa Veratour, invece, il direttore generale Stefano Pompili parla di “piccola fles-

sione”. Questo perché il tour operator romano ha fatto dell’advance booking il suo vessillo: “È la nostra arma principale, che ci ha accompagnato in questi anni in questo percorso di crescita aziendale. Non l’abbandoneremo mai”.

Quasi una dichiarazione d’amore nei confronti di una strategia che, secondo Pompili, può ancora dare tanto: “Certo, quest’anno ci saranno più

vendite in last minute su luglio e agosto, ma è una strategia che penalizza. Al contrario, l’advance consente di impostare bene l’attività e di calibrare le scelte”.

Intanto, il t.o. romano sta registrando una ripresa del mercato, dopo un mese di maggio “che ha visto un calo intorno al 15 per cento - detaglia il d.g. - in pratica, a livello di gruppi, abbiamo perso

circa un milione di euro. L’andamento di giugno registra, invece, una crescita del 14 per cento, luglio è sui livelli dello scorso anno, agosto è intorno a un +4 per cento, mentre sul mese di settembre l’incremento attuale è intorno ai 2 punti percentuali”. A conti fatti il 2012 di Veratour potrebbe essere positivo: “Per fine anno potremmo crescere di circa 8 punti percentuali”. **E. B.**



RODI

VACANZA SENZA PENSIERI

Affacciato sul mare di Rodi, a metà strada tra la Città dei Cavalieri e la bianchissima Lindos, **il Veracub Kolymbia Beach** offre una vacanza rilassante. Con l'opportunità, per chi lo desidera, di partecipare alle iniziative proposte dall'équipe di animazione, assistere a spettacoli serali, effettuare escursioni. In luglio, il soggiorno con formula club parte da 790 euro a persona (e il primo bambino è gratis).

→ veratour.it



SONO ANCORA AL LAVORO, MA VOGLIONO GIÀ SENTIRSI IN VACANZA?

GUIDA VIAGGI

DAL 1972 AL SERVIZIO DEL TURISMO PROFESSIONALE. EDITORIA, EVENTI E SERVIZI

AREA UTENTI | CHI SIAMO & CONTATTI | PER LA TUA PUBBLICITÀ | HOME



Novità 2012: Annullamento senza giustificativo www.tripartner.it
Da oggi è più semplice lavorare



GVWEBTV

GVLAVORO

GVBUSINESS

GVNO-STOP

cerca

You need to upgrade your Flash Player

AGENZIA STAMPA

- Le ultime notizie
- Economia e assicurazioni
- T.o. e distribuzione
- Strutture ricettive
- Territorio e associazioni
- Trasporti
- Invio comunicati stampa

ONLINE

- Offerte di lavoro
- GuidaViaggi Focus
- GuidaViaggi Agorà
- Settimanale online
- Ricerche di mercato
- Personal newsletter
- GV UpDATE
- GuidaViaggi Mobile

QUICK INFO

- Clima nel mondo
- Manifestazioni
- Operatività aeroporti
- Scioperi
- Vaccinazioni
- Viaggiare informati

COMUNICA CON NOI

- Pubblicità sui nostri media
- Pubblicazioni
- Paesi al microscopio
- DEM
- Virtual workshop
- Workshop eseguiti

EVENTI

- NoFrills**
workshop b2b del turismo
- Meeting Suisse**
- MARTEDIturismo**

GV AGENZIA STAMPA

27/06/2012 - 16:17

Stefano Pompili: 'Questa estate cinque nuovi Veraclub'

Le strutture sono ubicate a Mahdia, a Georgioupolis, a Pigadia sull'isola di Karpathos, in Sardegna ed a Lanzarote



La crisi generale non ha portato a rivedere gli investimenti sul prodotto villaggio da parte di **Veratour**. "Anzi abbiamo enfatizzato i villaggi in gestione diretta - afferma a questa agenzia di stampa Stefano Pompili, direttore generale **Veratour** -, per esempio, al Veraclub Suneva di Costa Rei, in Sardegna, abbiamo aggiunto un percorso golf, il Suneva Golf Club Pitch&Putt, di 9 buche, proprio per attirare anche la clientela che ama questo sport".

In termini di nuove aperture il manager ricorda che alla fine del 2011, ha aperto a Phuket in Thailandia il Veraclub Ranyatavi e a Ponte di Legno, nell'Alta Valle Camonica, il Veraclub Acquaseria, "che riproponiamo anche nella versione montagna estiva. Abbiamo aperto quest'estate

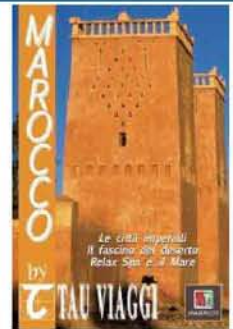
cinque nuovi Veraclub: il Veraclub El Mehdi a Mahdia, in Tunisia, il Veraclub Creta a Georgioupolis, il Veraclub Konstantinos Palace a Pigadia (sull'isola di Karpathos), il Veraclub Porto Istanta in Sardegna e il Club Amico Hotel La Geria di Puerto del Carmen a Lanzarote". Il t.o. è tra i partecipanti a NoFrills. (S.V.)

Scopri i vantaggi. Registrati Gratis www.italcamel.com
ITALCAMEL
Accommodation & destination services

Questa e altre notizie su:

- [Veratour](#)
- [Stefano Pompili](#)
- [Veratour Stefano Pompili](#)
- [NoFrills 2012](#)

[Back](#)



Assisi
21/23 Settembre 2012
Salone Mondiale del Turismo
CITTÀ E SITI UNESCO
WTO
WORLD TOURISM EXPO
APPUNTAMENTO SPECIALIZZATO
NELLA PROMOZIONE TURISTICA
DEI SITI E CITTÀ
PATRIMONIO DELL'UMANITÀ E
DEL TURISMO SOSTENIBILE





316



Last minute luglio 2012 al mare delle Baleari

Scritto il 28/06/12 alle 16:15 dalla [redazione di DGMag](#)

E' dedicata a chi cerca villaggi all inclusive la proposta di **Veratour** **le vacanze di luglio 2012 alle Baleari**, le isole più richieste di questa estate che non sono adatte solo ai più giovani ma anche alle famiglie con bambini al seguito e a chi vuole rilassarsi senza fare nulla.



La prima proposta è per **Palma di Maiorca** con soggiorno al Veraclub Palmira Isabela e quota base per 7 notti che parte da 690 euro a persona e quota per 14 notti da 1210 euro: in entrambi i casi è incluso nel prezzo il volo speciale che parte la domenica da Roma Fiumicino, [Milano](#) Malpensa, Verona, Bergamo, Bologna e Napoli.

Chi sceglie **Minorca** puo' soggiornare al Veraclub Sa Caleta Playa per 7 notti a partire da 740 euro o per 14 euro a partire da 1350 euro a persona e anche in questo caso è incluso il volo speciale che parte la domenica da Milano Malpensa, Verona, Bergamo, Bologna e Roma Fiumicino.

Ovviamente non manca **Ibiza** con soggiorno al Veraclub Ibiza: le quote partono da 690 euro a persona per 7 notti e da 1200 euro per 14 notti sempre con volo speciale la domenica da Bologna, Roma Fiumicino, Milano Malpensa, Verona, Bergamo e Napoli.

I bambini dai 2 ai 12 pagano una Miniquota se soggiornano in camera con due adulti per almeno 7 notti.

La Formula Club dei Veraclub include solitamente la prima colazione, il pranzo e la cena serviti a buffet con bibite incluse; il trattamento varia da struttura a struttura così come l'animazione che è diversa per ogni villaggio. In molte strutture è presente Internet a pagamento oltre a diversi servizi (bancomat, supermarket, etc) dentro e fuori l'area **Veratour**.

Informazioni sui singoli villaggi e più dettagli sulle offerte sono disponibili online sul [sito di Veratour](#) dove è disponibile il dettaglio delle partenze e dei prezzi aggiornati in base alla data richiesta e alla durata.

Categorie correlate

[Vacanze](#), [Vacanze Al Mare](#), [Vacanze Estate](#), [Vacanze Luglio](#)

Please enable Javascript to use this form.

Il tuo nome:

E-mail: