

GV GUIDA VIAGGI

15/11/2019 15:12

L'operatore porta a Roma la prima EcoLuxury Fair e annuncia la collaborazione con la Sda Bocconi sul progetto EcoLuxury, oltre all'apertura di un museo nella capitale



Lusso e sostenibilità. Sono stati questi i concetti chiave che hanno aperto la convention annuale a Roma di Viaggi dell'Elefante che ha anche organizzato, quest'anno per la prima volta, l'Ecoluxury Fair per consentire alla distribuzione di incontrare più di 50 fornitori e partner dell'alto di gamma.

Ora che l'anniversario dei 45 anni di storia della sua azienda sta per volgere al termine, la convention annuale diventa per Enrico Ducrot un'occasione per tracciare un bilancio e sollecitare l'intero mercato su alcune riflessioni, in primis, sulle ricadute ambientali e

sociali che l'industria dei viaggi genera nel mondo. "Negli ultimi anni c'è stato un lavoro profondo- ha detto l'amministratore delegato di Viaggi dell'Elefante- controlli gestionali, software, negoziazioni di prodotto, formazione; e poi ci sono stati dei veri e propri terremoti di sistema. È ormai chiaro inoltre, che tutti noi addetti abbiamo delle

responsabilità nei confronti del territorio e della collettività. Ecco perché oggi credo che una fiera dedicata al lusso debba necessariamente avere una connotazione eco e che la nostra storica directory sull'ecoluxury di alta gamma, che raccoglie 200 strutture in tutto il mondo, veri e propri laboratori di sostenibilità in termini di conservazione del territorio, gestione delle risorse e protezione del patrimonio, debba essere riletta nell'ottica dei nuovi parametri globali.

L'Università Bocconi con il prof. **Francesco Bertolini**- ha annunciato-

rileggerà in chiave SDGs le best practice che Ecoluxury ha elaborato in questi anni, così da poterle allineare agli obiettivi globali fissati dalle Nazioni Unite, per fornire uno strumento universalmente valido e riconosciuto". Alla collettività viene invece dedicato il progetto di un museo a Roma, con l'intento di direzionare parte dei margini dell'azienda verso un bene comune "Ho deciso di fare questo investimento acquistando un immobile nel centro di Roma che cela al suo interno l'ingresso del Tempio di Iside in Campo Marzio- ha spiegato Ducrot- lo ristruttureremo e lo inaugureremo il prossimo anno, con l'augurio che possa ospitare magari la nostra prossima convention".

L'operatore nel 2019 ha registrato il 40% in più di codici agenzie aperti e ha visto le "Punto Elefante" (che generano il 35% del fatturato) arrivare a 100, da 60 dello scorso anno. Sul fronte commerciale il 2020 porterà nelle agenzie un bel po' di novità tra cui accordi con obiettivi più raggiungibili, personalizzazioni dei punti vendita con l'impronta "elefante", documenti di viaggio e booklet con logo elefante oltre a "film" brandizzati e molta formazione, con piccoli workshop. Sul fronte web proseguiranno gli investimenti mirati sui social e sul sito che nel corso dell'ultimo anno ha registrato 1800 utenti medi giornalieri.

Poi c'è il prodotto, racchiuso nel nuovo catalogo 2020/2021, declinato su 85 destinazioni, cucito su misura delle esigenze più sofisticate e dei viaggiatori più esperti, con nuove destinazioni dall'Europa Orientale alla Via della Seta, dal Tajikistan all'Arabia Saudita, fino ad arrivare alla Groenlandia e ai Poli, che l'operatore propone grazie alla collaborazione con Ponant. "Le dinamiche che intervengono sulla scelta di un viaggio e di una destinazione sono sempre più complesse, oggi ogni testa ha un'esigenza differente" ha commentato Enrico Ducrot fornendo alla platea anche una carrellata di trend sulla domanda di viaggi. A sentire l'operatore crescono Giordania, Oman, Uzbekistan, Egitto, Marocco, Cina, Nepal, Giappone, Russia, Myanmar, Namibia, Sud Est Asiatico, Grecia, Sudafrica, Tanzania e Usa, mentre sono in calo Sri Lanka, Cuba, Bolivia, Cile, Turchia, Kenya e Iran. **a.te.**