



# VIAGGI DELL'ELEFANTE: L'ÉLITE ITALIANA SCEGLIE INDIA, MEDIO ORIENTE E NORD AFRICA

17 Dicembre 2019



La programmazione di Viaggi Dell'Elefante abbraccia ormai tutto il globo, mantenendo sempre l'elevato standard dei servizi che da sempre identifica il tour operator. L'offerta a 360° permette all'Elefante di analizzare l'evoluzione di anno in anno della fascia medio-alta, alta e altissima del mercato.

In generale, per il periodo di tempo che abbraccia le festività, si è registrato un aumento del 43% delle vendite, con un numero di passeggeri maggiori del 35% rispetto al 2018, e un conseguente aumento della spesa media pro-capite. Tale aumento si deve interpretare come la fiducia delle agenzie di viaggio verso l'operatore a causa di un riposizionamento delle quote di mercato nel segmento di alta gamma. Regina del Capodanno è sicuramente l'India, core business del tour operator, ma i numeri più straordinari si registrano sul Medio Oriente e sul Nord Africa.

“Abbiamo fatto un lavoro intenso di programmazione per il Medio Oriente e per il Nord Africa – afferma Enrico Ducrot, Managing Director di Viaggi Dell'Elefante – destinazioni che, anche se mostrano forti segni di ripresa, suscitano ancora preoccupazioni nel mercato. Il fermento ha portato molti operatori a lanciare offerte civetta; noi invece abbiamo puntato su itinerari personalizzati e ben studiati, strategia che ha funzionato e convinto sia agenzie che viaggiatori”.

La destinazione che più sta crescendo è il Marocco, per cui già a metà 2019 Viaggi Dell'Elefante ha creato una nuova programmazione di cui le agenzie Punto Elefante avranno un assaggio durante un Fam Trip a inizio primavera. Diverso è il discorso dell'Egitto, dove si punta, invece, per una imbarcazione esclusiva solo per i propri clienti, e motonavi di alto livello che danno la possibilità di vivere l'esperienza di un Egitto davvero speciale.

Molte le partenze di gruppo in Giordania, Israele, e in Oman, con proposte anche di super lusso. Alcuni soggiorni esclusivi anche negli Emirati Arabi e in Qatar, specialmente in abbinamento con le Maldive, ove l'operatore sta registrando forti incrementi.

“L'offerta delle Maldive è incredibile, vastissima, e molto ampia; per questo le agenzie di viaggio hanno bisogno di una selezione. Grazie alle nostre iniziative di formazione, in particolare la nostra ECOLUXURY

Fair di novembre, siamo riusciti a indirizzare le agenzie su un prodotto realmente adatto alla propria clientela e garantito dal nostro marchio Blu”, continua Ducrot.

Sudafrica e Namibia si confermano un successo; molto bene anche il Sud America, in particolare l’Argentina, con viaggi di gruppo, e il Brasile, per gli individuali, e il Sud Est Asiatico, ove si confermano vincenti i combinati Vietnam e Cambogia e il Laos abbinato alla Thailandia del Nord. Riscontriamo un rinnovato interesse per la Birmania, dopo l’eccessivo aumento dei prezzi negli anni scorsi.

L’Europa, recente scommessa dell’operatore, segna punti positivi sia per le regioni artiche, grazie all’attrazione dell’aurora boreale, che per i Balcani, in particolare i soggiorni in Ungheria e in Serbia. Inaspettati i numeri sul Giappone, la Cina e l’Australia.

---

---