

Il tour operating ci crede

Turbanitalia si conferma azienda di riferimento per le adv

Sarà l'anno della Turchia, o quanto meno di una sua

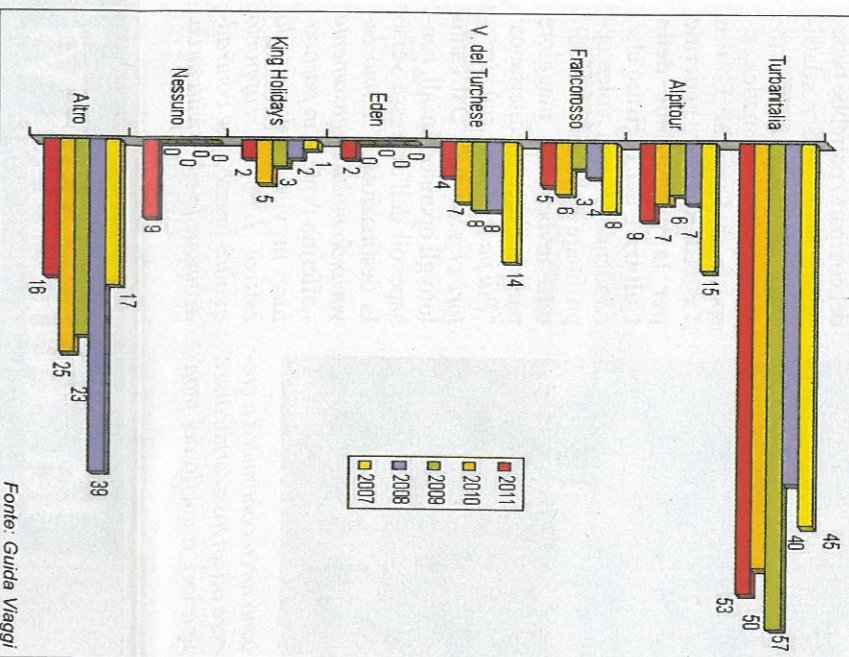
decisa affermazione sul mercato italiano? Certo le premesse ci sono. Gli accadimenti in Nord Africa - per quanto le autorità di Tunisia ed Egitto abbiano più volte confermato la volontà di ripartire - sposteranno inevitabilmente turisti in altre aree mediterranee, e a beneficiarne, tra gli altri, potrebbe essere proprio la Turchia. Già abbiamo avuto occasione di parlare su queste pagine delle scelte delle compagnie di navigazione, Costa ed Msc in testa, che hanno sostituito i loro scali in Paesi "problematici" con porti turchi. Da parte dei tour operator si rileva un interesse crescente verso la meta, accompagnato da un maggior impegno sulla destinazione, ma questo sembra legato solo in parte ai ben noti fatti internazionali.

Apertura anticipata

"Anche per questo inizio 2011 il trend è decisamente positivo - commenta Daniela Fechio, p.m. Europa World -, la crescita del traf-

fico sulla destinazione è maggiore, oltreché costante ogni anno più importante e durante l'arco dell'anno". di conseguenza l'incidenza sul nostro fatturato è sempre che il manager definisce "na-

Qual è il primo operatore che consiglierete? (Valori percentuali)



Osseatorio Guida Viaggi

I criteri di elaborazione delle inchieste

Soggetto realizzatore della ricerca: Guida Viaggi tramite Call Center esterno

Tipo e oggetto della ricerca: ricerca di tipo quantitativo a carattere nazionale

Metodologia: interviste telefoniche con questionario strutturato

Universo di riferimento: popolazione di adv (7.500 adv)
Campione: rappresentativo delle adv per zona geografica

Estensione territoriale e consistenza del campione: 1^a feb '07, 309 casi; 2^a feb '08, 307 casi; 3^a feb '09, 284 casi; 4^a feb '10, 311 casi; 5^a feb '11, 320 casi.

Errore statistico: ± 3%

Le inchieste considerano le adv dal punto di

vista numerico, assegnando a ciascuna lo stesso peso indipendentemente dal fatturato su una destinazione o un tipo di prodotto. I quesiti posti agli adv si riferiscono alla propensione alla vendita e non all'effettivo fatturato realizzato sul prodotto in questione. L'elaborazione dei dati avviene per la totalità del territorio italiano, per singola zona (nord, centro e sud Italia) e per ruolo ricoperto all'interno dell'agenzia da parte della persona interpellata (titolare di agenzia o banconista). Nel caso in cui non vi fossero particolari differenze tra i diversi risultati, l'elaborazione per suddivisione territoriale e ruolo non viene fatta. Al fine di dare al lettore la possibilità di analizzare i dati secondo le proprie esigenze, la nostra elaborazione dei dati si basa su semplici medie aritmetiche.

I dati pubblicati rappresentano solo un estratto della ricerca.

Per ulteriori informazioni consulta guidaviaggi.it nella sezione Ricerche di mercato

turale", e che pare "inattuabile", quest'anno si registra "una maggior domanda a compensazione dell'instabilità che caratterizza l'area del Nord Africa in questo periodo". Segnali positivi anche in casa Alpitour, che presidia la Turchia con i brand Alpitour e Franco-rosso. "Stiamo registrando un considerevole aumento di ordini soprattutto sulla costa di Antalya - afferma Elisa Mana, product manager Grecia, Cipro e Turchia - e, anche grazie all'acquisizione di interessanti trattative di gruppo con soggiorno di 3 settimane, questa estate apriamo la destinazione Turchia in anticipo con le partenze di Pasqua, il 18 e 25 aprile". Interesse fortissimo per l'estate è quanto rileva Massimo Vignone, responsabile prodotto Grecia e Turchia di Eden Viaggi: "La richiesta per la meta in generale e per stazioni balneari come Bodrum, Antalya, o per le crociere in caicco, ci sta facendo pensare a numeri significativi ed a una stagione positiva". Destinazione relativamente nuova per Turbanda, venduta a catalogo solo da due anni, la meta ha sempre rilevato numeri in crescita, "indipendentemente dagli attuali accendimenti in Medio Oriente", ci dice Maurizio Vergani, coordinamento area Turchia e Medio Oriente, che aggiunge: "Era già comunque nostra intenzione ampliarla e rafforzare nell'offerta. Siamo molto soddisfatti dell'andamento dell'inverno, che si chiude con un +50% di passeggeri rispetto allo scorso anno, e che fa ben sperare sui risultati dell'estate, tanto che il nostro obiettivo è raddoppiare i numeri del 2010".

Rischio generalizzazione
La crisi del Nord Africa potrebbe portare benefici a

Ritorni e debutti

A testimoniare l'interesse per la Turchia a prescindere da contingenze di sorta, registriamo sulla meta ritorni e debutti. Dopo tre anni ha deciso di inserirla nuovamente nella programmazione estate InViaggi, che registra un andamento "più che positivo - spiega la direzione dell'operatore -, grazie anche all'uscita anticipata del catalogo Villaggi alla proposta Miglior Prezzo". Un debutto è quello di Aviomar, che conferma un'alta richiesta su tutto il periodo estivo. "Il prodotto Turchia itinerante e vacanza balneare sulla costa non sono esattamente sostituiti ai due prodotti principe egiziani, crociera e Mar Rosso - aggiunge Emmer Guerra, responsabile sviluppo prodotto -, ma è certamente una delle destinazioni più richieste del medio/corto raggio". Il t.o., al di là dei target di fatturato, mira ad essere identificato come "operatore di qualità sulla destinazione. Già sulla stagione invernale e sulla programmazione speciale di Pasqua a Istanbul, senza una programmazione ufficialmente aperta e un catalogo le vendite sono state soddisfacenti". La Turchia è meta novità anche per Welltour, che la lancia in occasione dell'estate. L'operatore "nutre la convinzione che costituisca un'alternativa alle mete del Nord Africa. Al momento, però, non sembra che il mercato dia questi riscontri". Da registrare anche il nuovo catalogo Turchia di Cocktail, che propone tour in pullman con guida, soggiorni balneari e crociere in caicco, e il debutto di Sweet Emotion, che punta su Bodrum con due strutture.

questa meta, che per King Holidays vanta un trend positivo da almeno tre anni, ma il rischio, ci spiega Massimo Pelloni, responsabile di prodotto del t.o., è una generalizzazione degli eventi a tutto il mondo musulmano, Turchia compresa. "Spagna, Portogallo, Grecia e Malta potrebbero raccogliere frutti più importanti dalla crisi". Una voce preoccupata, è dunque in controtendenza, è quella di Giancarlo Caldarà, product manager di Travelandia: "In verità l'anno era ben cominciato, con richieste di soggiorni e tour sia per individuali che per gruppi. Non ci risulta che la situazione del Nord Africa sostituisca, anzi purtroppo stiamo rilevando proprio in questi giorni, a seguito della nuova e preoccupante situazione internazionale, una forte flessione nelle richieste per partenze immediate ed un congelamento per le prenotazioni estive". Alla luce delle ultime evoluzioni il t.o. non si sente di fare previsioni per la prossima stagione, "che speravamo molto positiva sulla base della soddisfazione generale". Da uno specialista sulla destinazione quale Turbanda la conferma che una certa disinformazione c'è, "clienti ma anche agenti di viaggi che associano la Tur-

chia al Medio Oriente e ci chiedono se la meta è sicura", osserva il direttore operativo Graziano Binaghi. In generale, l'andamento è in linea con le aspettative, "anche se i recenti accadimenti in Nord Africa facevano ipotizzare una partenza molto più brillante - aggiunge Binaghi -. Credo che sia stata una valutazione fatta velocemente e sull'onda dell'emotività del momento, ma che in realtà vale sicuramente più per gli operatori che hanno dovuto deviare i flussi dal loro prodotto Turchia e Egitto su altre destinazioni, mentre per noi che facciamo solo Turchia questo effetto è stato assolutamente minimo". Nella sua analisi Turbanda evidenzia la sua conoscenza della destinazione, conoscenza che gli è riconosciuta dalla rete agenziale che ancora una volta, in occasione della periodica indagine dell'Osseatorio Guida Viaggi, l'ha decretato il t.o. più consigliato in agenzia con il 53%, dato in crescita rispetto al 50% del 2010. Il Gruppo Alpitour, ben distante, piazza sul podio Alpitour, secondo con il 9%, e Franco-rosso, al 4%. Viaggi del Turchese slitta al quarto posto con il 4%. King Holidays scende al 2%, dove troviamo anche Eden Viaggi, assente dalle precedenti rilevazioni. E.C.

TURBANITALIA La Turchia più Bella Estate 2011

Scopri le novità di programmazione su www.turbanitalia.it e sul nuovo catalogo in distribuzione nelle agenzie viaggi.

TI porta in vacanza