Travel

Plurisettimanale

Data 30-09-2009
Pagina 6
Foglio 1 / 2

La società apre all'Italia e condivide gli obiettivi de I Parchi Letterari

Viaggi dell'Elefante investe e lancia il nuovo marchio "Paesaggio culturale italiano"

testi di MONICA LISI

ROMA - C'è chi arranca e chi crolla e chi invece, vantando la fedeltà di una clientela upper spending, incassa il colpo di un movimento turistico rallentato, senza troppi dolori, con nuove iniziative e riorganizzazioni aziendali. E' quello che sta facendo nel concreto Viaggi dell'Elefante, che non nasconde le difficoltà degli ultimi mesi e reagisce in controtendenza, investendo su risorse umane e idee profittevoli. Il terzo trimestre si è concluso con un +5% sul fatturato, grazie alle ottime performance registrate nel mese di agosto (fatta eccezione per l'India, in calo del 25%).
Elefante annuncia quindi l'operatività del nuovo brand "Paesaggio culturale italiano", società che condivide le finalità con il progetto de "I Parchi Letterari", ossia la salvaguardia e la valorizzazione dell'identità di un territorio a 360 gradi, non più solo della singola attrattiva turistica, traendo ispirazione dalla grande letteratura nostrana. Quelli che l'operatore romano proporrà a partire dal mese di novembre saranno dunque in primis tour turistico-culturali nei parchi della letteratura in Basilicata, Toscana, Abruzzo o Sicilia, adatti sia al viaggio individuale sia di gruppo, in linea con gli standard ricettivi dell'operatore. Nelle proposte, piccoli lodge o alberghi di charme, ma anche strutture tre stelle di qualità. «Finalmente torniamo sul prodotto italiano che ritrattiamo in modo nuovo - spiega Enrico Ducrot, amministratore delegato de I Viaggi dell'Elefante -, alleandoci al marchio "I Parchi Letterari". L'elemento che nel tempo distingue tutte le identità territoriali è la letteratura. L'intenzione è di esaltare il patrimonio culturale e naturalistico italiano attraverso la letteratura, con l'ambizione di arrivare a una vera alleanza tra iniziativa privata e pubblica». Il calendario degli eventi, cui saranno legate visite da uno o più giorni e short break per una combinazione di parchi, sarà presentato in occasione di Ttg Incontri, insieme al catalogo Blu e al restyling del sito web, che l'operatore ha reso più interattivo e multimediale. Certamente i piani dell'operatore guardano anche alla letteratura inglese, americana, turca, cinese, giapponese, alla creazione di un network, per espandere la formula di viaggio anche all'estero. Memoria operativa del nuovo progetto è Stanislao de Marsanich. Insieme al nuovo brand, l'operatore lancia il nuovo catalogo India, cui aggiunge Sri Lanka, Maldive e combinati, pagine sul wellness, il timbro "Eco Luxury Approved" per alcuni resort e il catalogo Nordafrica: destinazione in forte sviluppo grazie ai risultati dell'Egitto, in crescita del 30%, della Tunisia e del Marocco.