

Elefante, l'anno della rivoluzione

Il tour operator rinnova l'offerta puntando sul tailor made e lancia il primo catalogo incoming

Anno all'insegna della crescita per Viaggi dell'Elefante, che chiude il bilancio 2009 con un aumento del fatturato pari a 5 punti percentuali. "Abbiamo registrato un incremento costante, culminato nel periodo natalizio, quando abbiamo raggiunto punte di crescita dell'8 per cento - spiega Enrico Ducrot, amministratore delegato del tour operator -. Questi risultati sono la conseguenza di un periodo di riorganizzazione e investimenti che ora stanno iniziando a ripagare".

Durante gli ultimi mesi, **Viaggi dell'Elefante** ha investito in tutti gli aspetti dell'attività: dalla squadra commerciale, con l'inserimento di nuovi agenti, alla comunicazione, passando per la tecnologia (con il progetto del nuovo sito internet atteso per marzo) al prodotto. Il tour operator ha agito su vari fronti, assumendo nuovi product manager e puntando sull'innovazione dell'offerta,



Modica, sede del parco dedicato a Salvatore Quasimodo, tra le mete del catalogo Italia

sempre più orientata verso programmi individuali e tailor made. Gli effetti si vedranno anche nei prossimi cataloghi che presenteranno delle novità che Ducrot ha anticipato: "Abbiamo svolto un lavoro di ampliamento dell'offerta di alcune aree tradizionali. Per alcune destinazioni, i cam-

biamenti si tradurranno anche in un maggiore spazio dedicato all'interno delle brochure. È il caso dell'Africa, che passerà da 60 a circa 80 pagine, e dell'Oriente, al quale abbiamo abbinato l'Oceania".

A tutto questo si aggiunge il debutto nell'incoming di Viaggi dell'Elefan-

te, che sta per pubblicare e distribuire il primo catalogo Italia per il mercato nazionale e per i mercati esteri. Il progetto è nato dalla collaborazione con i Parchi Letterari e ha portato alla creazione di una società ad hoc, Paesaggio Culturale Italiano.

Martina Tamanti