

Numeri in ripresa. Distribuito un catalogo che abbina le proposte estive a quelle invernali

Norvegia e Islanda by **Seiviaggi**

di ROBERTO SMANIO

MONZA - L'eruzione del vulcano Eyjafjallajkull ha mandato un po' in fumo il promettente inizio d'anno di **Seiviaggi**. «Il nostro 2010 è partito in modo molto positivo - conferma Manuel Cazzaniga, responsabile marketing e prodotto del tour operator -. Nei primi quattro mesi abbiamo registrato un ottimo incremento di richieste e di prenotazioni effettuate con largo anticipo, soprattutto per la Norvegia e in parte anche per l'Islanda. Purtroppo l'evento dell'eruzione ha rallentato e poi bloccato questa tendenza. Molti sono in attesa di vedere come evolve il fenomeno, che peraltro sembra si sia fermato, stando ai geologi. Quindi abbiamo la speranza che presto i flussi ripartano, visto che l'interesse per l'Islanda era fino a

poco tempo fa decisamente in crescita». Proprio in questo Paese, **Seiviaggi** ha programmato uno dei suoi viaggi più interessanti, un workshop fotografico che dal 21 al 28 agosto sarà guidato dal professionista Fabiano Ventura e focalizzato proprio sull'attività vulcanica.

La destinazione di punta nel catalogo rimane però sempre la Norvegia. «Quest'anno abbiamo partecipato a interessanti iniziative promozionali tra le quali la recente Norweek, che si è svolta a Milano. Crediamo molto nella Norvegia come destinazione in crescita per la prossima estate». In dirittura di arrivo è anche la conferma di due iniziative di comarketing tra **Seiviaggi** e l'ente turismo della Norvegia, focalizzate su due concorsi con viaggi in palio.

In generale, il tour operator punta sempre più su

flessibilità e personalizzazione dei programmi e sulle sistemazioni di charme, come negli itinerari individuali in auto con pernottamento in alberghi storici in Norvegia, oppure nelle antiche residenze di campagna in Svezia o nelle locande in Danimarca. «In base alle richieste che ci giungono - spiega Cazzaniga - una buona fascia di clienti dà molta importanza anche all'atmosfera della sistemazione e non solo alle caratteristiche della destinazione».

Tra i tour di gruppo, spicca la proposta di una crociera in Groenlandia orientale, dal 4 al 15 settembre. «Seguirà le orme di un'esploratore milanese che pochi conoscono, Leonardo Bonzi, che a metà degli anni Trenta ha visitato alcune zone groenlandesi che tuttora portano nomi italiani come la penisola Savoia,

il ghiacciaio Milano o il ghiacciaio Roma. Bonzi fu anche un regista premiato a Cannes, bobbista olimpionico, tennista professionista e aviatore».

Per la prima volta quest'anno, il tour operator monzese ha realizzato un catalogo che combina le proposte estive a quelle invernali, distribuendolo a 2 mila 500 agenzie selezionate. «Le agenzie producono circa l'80% del nostro fatturato. Riteniamo molto utile il loro operato in un periodo di incertezza come questo, perché offre ai nostri clienti un ulteriore punto di appoggio personale, sinonimo di garanzia e viaggi tranquilli, di interlocutori umani e non solo "informatici". Abbiamo da poco implementato un nuovo sistema gestionale che nell'arco dei prossimi 7-8 mesi consentirà alle agenzie di avere preventivi online sul nostro prodotto, che è molto vasto e piuttosto complesso».

2.500

Agenzie con le quali collabora il t.o.

80%

Fatturato prodotto tramite canale adv

“**Abbiamo implementato un sistema gestionale per preventivi online alle adv**”

Manuel Cazzaniga

