Con Alidays il viaggio diventa “fluido”

Da uno dei tour operator più tecnologici italiani (ebbene sì, ci sono!), **Alidays Travel Experience**, nasce **Fluid Travel** una piattaforma interattiva che ha l’obiettivo di permettere all’utente finale di costruirsi il proprio itinerario di viaggio in diversi paesi del mondo di lungo raggio, basandosi sulle proprie esigenze, senza esser distratti da prezzi, ricerche di aerei od hotel, “a meno che questi non facciano parte dell’esperienza che si vuole vivere” spiega **Davide Catania, proprietario del dinamico to milanese**. Una piattaforma “esperienziale”, come si direbbe al giorno d’oggi, sulla quale costruirsi un viaggio basandosi su 6 grandi aeree di desiderio combinandole percentualmente tra loro, ovvero; Relax, Paesaggi, Tradizione, Modernità, Divertimento ed Avventura, con la possibilità di fare una sorta di “ricerca avanzata” aggiungendo anche altri parametri quali la tematica del viaggio, il periodo e , naturalmente, la destinazione. Mixato il tutto, la piattaforma presenta una serie di esperienze possibili, geolocalizzandole su una mappa, navigabile, dove si trovano tutti i *point of interest* pche l'operatore pensa interessanti, con, naturalmente, la loro spiegazione. Il tutto condivisibile sui social.

Detto così sembra, quasi, facile. Ma “ci sono voluti tre anni per questo risultato, più due di progetto, tanti maldipancia…e ingenti investimenti. Diciamo gli utili degli ultimi esercizi – afferma Catania -. Ora però ci siamo, anche se questo è solo l’inizio. A fine ottobre saremo online, e fino a dicembre saremo in betatest con circa 25 agenzie di viaggi con cui abbiamo parlato negli ultimi 18 mesi del progetto. **Perché, spero sia chiaro a tutti, questo è uno strumento per far sognare i navigatori, per fargli costruire i loro itinerari superpersonalizzati, ma poi per realizzarli, con eventuali voli, alberghi e quant’altro, si dovranno recare in agenzia**. Nella più vicino a loro o in quella maggiormente specializzata nel viaggio scelto”. Una piattaforma piena di contenuti, realizzati dai PM Alidays ma anche dai loro partner, tra cui degli enti del turismo: “abbiamo aperto la piattaforma a due enti, e cerchiamo altri partner per rendere sempre più ricco e con le giuste informazioni Fluid Travel – dice Catania -. Da novembre vorremmo invitare slot di 50 agenti per avere un’offerta sempre equilibrata con i nostri visitatori e potenziali clienti. Dal 1° gennaio saremo pienamente operativi, pensiamo di raggiungere le 200 adv sulla piattaforma e le 500 una volta a regime”. Che, nelle intenzioni di Alidays, dovranno prezzare e costruire gli itinerari fatti dai navigatori pescati in Rete con campagne ma, l’operatore spera, anche derivanti dalle condivisioni social e dal passaparola.

Ad oggi vi sono particolareggiate informazioni geolocalizzate su Oceania, Pacifico, Cina, Giappone, Estremo Oriente, Stati Uniti, Africa Australe con il Centro e Sudamerica in arrivo: “nel primo anno non ci poniamo alcun obiettivo di fatturato ma di far crescere la piattaforma anche dal punto di vista social e di contenuti” commenta Catania che, intanto si avvia a chiudere un positivo 2014 con 45/46 milioni di euro di fatturato, contro i 40 del 2013. “Ci abbiamo lavorato tanto, ma sarà una scoperta anche per noi – chiosa Catania -. Vedremo diversi modi di usare i tool personalizzati che abbiamo creato. E che, magari, porteranno alla costruzione di itinerari non solo con scelte precise, bensì anche per **Serendipity**”. Ovvero quando le “sensazioni” hanno la meglio anche sugli algoritmi più complessi.