Prenotano in anticipo e amano il Mediterraneo: ecco i "villaggisti" di Veratour

Veratour fotografa il proprio cliente "tipo", quello che sceglie il villaggio per la propria vacanza. In base ai dati raccolti da to romano, gli amanti del villaggio, prenotano con anticipo e non attendono i last minute; il 70% delle prenotazioni viene, infatti, realizzata 60 giorni circa prima della partenza. Per quanto riguarda le preferenze espresse per le vacanze estive, il **Mediterraneo** si riconferma l'are prediletta, in particolare la **Sardegna** (+ 16% rispetto al 2014), la **Grecia** (+ 20%) con in primo piano le isole Kos, Naxos, Karpathos e Santorini, **Baleari e Canarie** (+13%), specie le isole Ibiza e Fuerteventura. Anche i **Caraibi** hanno riscosso il favore della clientela, registrando un + 20% rispetto all'anno scorso. Oltre alle buone performance dei villaggi Veraclub in Messico, a Cuba e nella Repubblica Dominicana, un altro elemento che ha spinto l'area è l'apertura, prevista agli inizi di agosto, di un Veraclub in Giamaica, il Veraclub Negril. Grazie ai risultati delle aree geografiche Mediterraneo e Caraibi, Veratour ha registrato, al 15 giugno 2015, una crescita del 3% del volume d'affari, rispetto alla stessa data dello scorso anno. Le destinazioni che invece hanno avuto una battuta d'arresto sono state il Kenya, ingiustamente abbinato al timore Ebola, e la **Tunisia**. Per quanto riguarda il paese nordafricano, adesso che la situazione appare normalizzata, dall'8 giugno sono partite le catene charter settimanali, abbinate ai due Veraclub situati a Djerba e Mahdia. Questo si è reso possibile anche grazie al corposo sostegno promozionale immesso sul mercato, che sta mostrando un ritorno interessante sulla destinazione e in particolare su Djerba.
Sul **Mar Rosso**, dove Veratour ha importanti investimenti, si rilevano buoni risultati per il Veraclub Reef Oasis e il Veraclub Queen Village di Sharm El Sheikh e il Veraclub Radisson Blu El Quseir a Marsa Alam. Questi prodotti si posizionano su un livello medio-alto per standard di infrastrutture/servizi e di budget. Il che conferma l'orientamento che la clientela sta manifestando verso prodotti di un livello sempre più alto.
"Dai nostri dati rileviamo che il consumatore italiano che ci sceglie – 200.000 persone nel 2014 – non aspetta l'offerta dell'ultimo minuto: il 70% delle prenotazioni che riceviamo avvengono 60 giorni circa prima della partenza per beneficiare di riduzioni consistenti" afferma **Stefano Pompili** Direttore Generale Veratour Spa. "Il pubblico italiano che ama la vacanza nel villaggio ha mostrato quest'estate preferenza verso il Mediterraneo, dove trascorrerà mediamente una settimana di soggiorno in uno dei

nostri resort connotati dal made in Italy. I dati ci illustrano la propensione verso strutture di livello medio-alto; continueremo a fare tesoro di questo orientamento, anche nei nostri piani futuri. Si tratta certamente di un anno complesso, dove non è consentito sbagliare alcuna mossa ed è richiesto uno sforzo e un'attenzione ancora maggiore sia da parte di tutta l'azienda che dei nostri partner. Ora teniamo il timone verso la fine del 2015, dove, nonostante un calo della marginalità e le difficoltà di vendita sulla Tunisia, siamo certi di chiudere l'anno 2015 con una crescita del volume d'affari e con un risultato finale ancora positivo, come negli ultimi 25 anni".