Hotelplan punta su Abu Dhabi, riposiziona Turisanda come online brand e si lancia sulle case vacanza

Il 2016 di Hotelplan si è aperto con importanti novità riguardanti soprattutto la riorganizzazione dei due brand del gruppo, **Hotelplan e Turisanda**.
Da un lato Hotelplan si vuole confermare come specialista dei viaggi tailor made e come consulente riservato delle agenzie di viaggio, proponendo prodotti confezionati su misura, con un elevato livello di servizio, dotato di un canale on line prettamente informativo che sappia intercettare il cliente finale per veicolarlo alle agenzie di viaggio.
Dall'altro Turisanda accoglierà la sfida tecnologica dell'**online travel** offrendo attraverso turisanda.it una programmazione vasta, competitiva e segmentabile, dedicandosi alle prenotazioni on line sia trade che consumer.
La programmazione Hotelplan e Turisanda si spartisce, quindi, **due differenti aree di sviluppo:** il primo rivolto a un target con alta disponibilità di spesa che ricerca un servizio personalizzato, attento, curato e acquistabile solo attraverso il canale agenziale, mentre il secondo è dedicato invece a un pubblico alla ricerca di prezzi competitivi, di prodotti facilmente modulabili e di quelle soluzioni che sono tipiche di un acquisto più dinamico.
"Hotelplan - spiega il Ceo, **Luca Battifora** - vuole dedicare il marchio, i prodotti e il servizio interamente al trade, ovvero rendere al mercato questo prodotto acquistabile solo attraverso le agenzie di viaggio perché crediamo che solo tramite il valore aggiunto di un consulente professionista si possa posizionare un prodotto con queste caratteristiche di lavorazione e di qualità".
L'altra grande novità del 2016, grazie agli accordi sottoscritti con **Interhome**, sarà la possibilità di prenotare soggiorni in appartamenti e case vacanze dove Turisanda.it punterà a distinguersi sul mercato delle locazioni turistiche soprattutto per i plus concessi a tutela del cliente che risiedono nella copertura assicurativa medico/bagaglio, nonché nell’assistenza puntuale e professionale dedicata e nelle garanzie riservate, tipiche del tour operator.
"Lo scenario politico ed economico attuale - prosegue Battifora - ci ha portati invece a rivedere la strategia del brand **Turisanda** avviando quindi un percorso che è ancora nel pieno del suo

svolgimento. Turisanda manterrà la programmazione off line sulle aree storicamente di sua competenza ma ingloberà anche tutta la parte di prenotazioni on line che abbiamo testato nel 2015 sotto il brand Hotelplan. Prodotti generalisti corto, medio e lungo raggio ma anche nuove linee di prodotto tese ad intercettare target di consumatori solitamente meno serviti dai tour operator, con proposte che spazieranno da guest house ad appartamenti, vendibili sia come singolo servizio che come pacchetto abbinato al volo (grazie alla collaborazione con Interhome) ed altre linee attualmente allo studio".

abudhabiStrategie diverse anche sulle **destinazioni**: se Turisanda riconferma la programmazione tradizionale in Egitto e Mar Rosso, destinazione storica fortemente associata al brand, Hotelplan si sta concentrando su **Abu Dhabi** come destinazione alternativa.

In un incontro organizzato a Milano la scorsa settimana per presentare la destinazione a circa 60 agenti di viaggio **Dora Paradies**, direttrice per l'Italia dell'ente del turismo di Abu Dhabi, ha spiegato come quello che un tempo era considerato uno stop over si sta poco alla volta trasformando in una destinazione: "Sono 70mila gli italiani che hanno visitato Abu Dhabi nel 2015, in crescita del 26% rispetto all'anno precedente. Nel 2016 puntiamo molto sul mercato delle crociere grazie all'inaugurazione del nuovo terminal che potrà ospitare fino a tre navi al giorno".

Grazie alla collaborazione con **Etihad**, che ha 5 frequenze giornaliere dall'Italia, Abu Dhabi è diventata una destinazione facile da raggiungere e adatta per diversi tipi di turismo: dal Mice alle famiglie, dalle vacanze mare con i suoi 8 chilometri di spiaggia al turismo sportivo degli appassionati di Formula 1 (con Ferrari World e il circuito del Gran Premio). Anche le attrazioni non mancano, dalle Etihad towers alla seconda moschea più grande del mondo. E in arrivo ci sono inoltre un parco tematico della Warner Bros e il Louvre.