

Chiusura estiva positiva per Evolution Travel



Evolution Travel chiude l'estate con numeri positivi fatti registrare dall'Europa e dalla programmazione delle mete non africane. Nel dettaglio si rileva che, come da previsione, le destinazioni europee si sono comportate molto bene con una crescita per la Spagna addirittura del 121%, grazie a una programmazione articolata che garantiva un'ampia scelta tra diverse tipologie di prodotti di qualità. Bene anche l'Italia con un incremento del 36%, seguita da Malta (+27,7%), Portogallo (+26%) e dall'Islanda (+20%).

La positività di questi dati risulta ancora più rilevante se si considerano i cali delle mete maggiormente interessate da situazioni problematiche: il Kenya ha fatto registrare una flessione dell'80%, il Marocco dell'71,5% e l'Egitto del 30%. Risultati buoni sono anche per l'area caraibica con la Repubblica Dominicana che fin dall'inizio della stagione ha fatto registrare ottimi numeri (+137%), anche grazie all'ampliamento della programmazione. Bene anche Cuba con una crescita del 20%. Positiva anche la stagione statunitense con il suo +16%. Tra le mete africane un'interessante il Madagascar segna un aumento del 35% e a est si è distinto il Vietnam (+71%). Alcuni prodotti come il fly & drive hanno performato meglio nei periodi di spalla e si osserva in generale che il gap tra bassa e alta stagione si sta riducendo, soprattutto per ciò che concerne il prodotto tailor made creato dai promotori **Evolution Travel**.

Intanto, lo staff di **Evolution Travel** è già al lavoro per far crescere ancora il prodotto legato al tour operating per creare nuove opportunità di vendita come quelle provenienti dai nuovi portali tematici molto particolari come 'Viaggi Fotografici' e 'Aurora Boreale'.

L'avvio dell'autunno si sta comportando come previsto con un buon andamento sia dei Caraibi sia delle Canarie. Bene anche le vacanze nelle capitali europee e i fly & drive sia in Europa sia negli Stati Uniti. Tra i prodotti legati strettamente alle vacanze balneari invernali, l'operatore ha aspettative particolari per le Seychelles, meta sulla quale ha puntato molto anche in termini di investimenti. "Sapevamo che non sarebbe stata una stagione facile in relazione la situazione critica di molte mete africane storicamente apprezzate dal pubblico. Ci siamo preparati bene, ampliando la programmazione e lavorando molto sulla disponibilità di differenti tipologie di prodotto. Per questo siamo soddisfatti dei risultati che, nonostante cali importanti come quello del Kenya, del Marocco e dell'Egitto, evidenziano un sostanziale pareggio con lo scorso anno. La Repubblica Dominicana è andata benissimo, così come l'area messicana e, in generale, il prodotto mare. Anche forti di questi numeri, guardiamo fiduciosi all'inverno e continuiamo a impegnarci per far crescere la nostra offerta", commenta Alessandra Pressato, responsabile Programmazione Prodotti.