

Un prodotto d'agenzia

di Stefania Vicini

A dirlo la distribuzione aggregata

Sono ancora un prodotto d'agenzia. Magari le capitali un po' meno, ma in generale Est Europa e Russia passano dal canale del turismo organizzato. Lo dice la distribuzione aggregata. In particolare la Russia "non è un prodotto di massa, chi la chiede è perché è realmente attratto. Negli ultimi anni le richieste sono in costante aumento e si concretizzano nella maggioranza dei casi", afferma Sandra Calabresi, riferimento di prodotto per Russia e Paesi Baltici di Evolution Travel. Non solo, dato che per la Russia "è necessario fare il visto e la procedura è un po' rigida, i clienti hanno bisogno di assistenza e difficilmente riescono con il fai da te". Conferme anche da Le-Marmotte. "Da sempre fanno parte della nostra programmazione, soprattutto per il mercato gruppi", commenta Manuela Marazzini, responsabile marketing e prodotto del network. Il percepito del mercato si conferma positivo. E l'aspetto culturale è l'elemento trainante.

I fatti di Parigi

I fatti di Parigi hanno avuto effetti su queste aree, in termini di calo della domanda o al contrario provocando un travaso di flussi? Marazzini non nega che quanto successo abbia "inficiato il percepito di tutto il mondo, ma a medio termine queste zone ne hanno risentito in minima parte. Lo dimostra la conferma di gruppi già per la primavera-estate, con un aumento di interesse verso le Capitali Baltiche, accompagnato da una riduzione dei prezzi". Manola Agropi, responsabile prodotto di Geo Travel Network, osserva che

"lo stop è generalizzato include anche l'Est Europa, iniziamo ora ad avere flebili segnali di ripresa, ma la Pasqua così bassa non aiuta".

A detta di Calabresi il percepito del cliente "non ha subito flessioni, solo quando è stato abbattuto l'aereo russo c'è

stata qualche cancellazione, attualmente non se ne risente". I fatti di Parigi? Sono capitati "in un momento da un punto di vista climatico di bassa stagione per la Russia e non ci sono state ripercussioni. Le richieste sono in costante aumento".

I gruppi lo zoccolo duro

Cosa chiede il mercato? Per la Russia città e tour classici,

"vanno bene anche le crociere", sottolinea Agropi. Quelle fluviali "da Mosca a San Pietroburgo e ultimamente anche da Mosca e Astrakhan", aggiunge Calabresi. I tour di gruppo "sono un must, ma procedono di pari passo anche i soggiorni individuali. Attualmente vedo un orientamento verso richieste di combinati con i Paesi Baltici". I gruppi sono "lo zoccolo duro", constata Marazzini, trattandosi di mete richieste "da gruppi chiusi, in alcuni casi anche da incentive

aziendali. Sono richieste anche da individuali che preferiscono visitare queste mete con viaggi di gruppo. Ecco il motivo per cui le proposte di tour con aggregati piacciono".

Valore pratica

Il valore medio di una pratica d'agenzia, per questo prodotto, va dai 1.500 fino ai circa 1600/1800 euro per un tour di 8/10 giorni volo in-

cluso. In questi anni non è

variato a seguito del cambio vantaggioso. In casa Evolution Travel si osserva che "per i soggiorni brevi in Russia il valore medio è di 700/800 euro circa a persona, per i tour intorno ai 1300/1500 per persona".

Rispetto al passato, "che vedeva principalmente proposte di t.o. di fascia medio-alta" si riesce "ad offrire proposte con voli da tutti i principali scali italiani a prezzi più contenuti per raggiungere la clientela più presente su internet e attenta ai costi".



Con Daria Kuznetsova - Horvitz.com

