

King Holidays guarda all'estate all'insegna della flessibilità

notizia pubblicata 12 Maggio 2020 alle ore 09:45 nella categoria Tour operator



In vista della riapertura delle adv, King Holidays non rinuncia ai piani sulla stagione estiva e riconferma una serie di impegni su destinazioni chiave della programmazione, selezionate nell'ottica di offrire esperienze di viaggio flessibili ed innovative, anticipando le richieste e le aspettative del nuovo viaggiatore 'post Covid-19'.

Parola d'ordine: sicurezza, da declinare sia nei confronti del cliente finale, attraverso il potenziamento dell'assistenza in loco e del servizio di supporto in caso di necessità, sia nei confronti delle agenzie di viaggi, in termini di affidabilità e di solidità finanziaria del TO, presente sul mercato italiano da 28 anni e membro di Springwater Tourism, colosso europeo del turismo che raggruppa tour operator, compagnie aeree, network di agenzie di viaggi e DMC.

“La nostra doppia anima di TO outgoing e incoming – dice Americo de Sousa, general manager King Holidays – ci permette di offrire ottime condizioni sul prodotto Italia, disponibile online sulla piattaforma trade Piter, ma crediamo che la vera risposta da dare al mercato sia la garanzia di continuità e prontezza di intervento, che noi, come buona parte della filiera, abbiamo già dimostrato all'inizio di questa emergenza. Continuo a credere nell'outgoing: molte delle mete che trattiamo sul corto e medio raggio sono state solo sfiorate dal virus e hanno messo in atto provvedimenti immediati che hanno bloccato l'espansione del contagio. Abbiamo deciso di mantenere buona parte degli impegni sulla stagione,

rimodulando l'offerta per offrire alle agenzie idee innovative e flessibili per i loro clienti, non appena il contenimento del contagio consentirà la ripresa dei viaggi all'estero”.

King Holidays ha riconfermato la pubblicazione dei cataloghi validi fino a novembre, per un totale di 5 titoli: Viaggi Culturali e di Gruppo, che abbraccia Europa, Medio Oriente e Asia Centrale, Spagna Portogallo e Azzorre e 3 monografici dedicati rispettivamente a Malta, Cipro e Turchia. Le brochure, disponibili per il momento online sul sito del tour operator, si accompagnano ad una serie di investimenti sui voli, da luglio inoltrato a novembre, per un totale di 700 posti su Portogallo e Azzorre, 500 posti su Malta, 500 posti sul Marocco e 400 posti sulla Giordania.

I cataloghi dedicano ampio spazio ai circuiti esperienziali su base individuale, anche in self-drive, a cui si affiancano tour riservati ad un numero limitato di partecipanti, e privilegiano destinazioni caratterizzate da ampi spazi naturali e limitati flussi turistici: è il caso di Azzorre, Madeira, dei deserti di Marocco, Giordania, Israele e Penisola Arabica, oltre che di interessanti tour in Irlanda, Scozia, Cornovaglia, Scandinavia e Islanda. Sul fronte balneare, King Holidays scommette su Malta e Cipro con formule di durata variabile e una maggiore distribuzione temporale delle partenze, anche in considerazione del fatto che la lunghezza media dei viaggi si contrarrà e che ci sarà una riscoperta del fuori stagione. Rivista anche la programmazione delle strutture, che dovranno sempre garantire l'adozione di misure specifiche per la pulizia e la sanificazione degli ambienti, in linea con la nuova sensibilità dei clienti nei confronti dell'igiene.

“Abbiamo 28 anni di storia alle spalle e intendiamo restare sul mercato almeno per i prossimi 28 anni – conclude de Sousa – Questa è sicuramente una sfida difficile, ma abbiamo le risorse finanziarie e professionali per vincerla. E come tutte le crisi, sono certo che rappresenterà anche una opportunità importante per il trade, che potrà finalmente capitalizzare la propria professionalità, approfittando del ritorno dei clienti nelle agenzie di viaggi. Noi continueremo ad offrire prodotto: oltre ai 2.000 posti volo sulla stagione estiva, stiamo già concludendo accordi per altri 2.000 posti sui ponti invernali, con la certezza che il 2021 sarà l'anno della ripresa”.