

La strategia Eco Luxury dei **Viaggi dell'Elefante**

Nella nuova directory 174 lodge all'insegna di lusso e sostenibilità

Investimenti e diversificazione dei brand. Queste le linee guida per il 2010 dei Viaggi dell'Elefante, che apre alla stagione estiva con una serie di novità.

In primo luogo, la volontà di confermarsi come riferimento per la fascia alta di mercato, ampliando però anche il segmento medio-alto. C'è poi l'intenzione di rafforzare il brand Eco Luxury, rendendolo sempre più internazionale. Tre le direttive che il t.o. si propone di seguire: "Abbiamo obiettivi ambiziosi, ma ponderati - spiega l'amministratore delegato Enrico Ducrot -, nati da un'attenta analisi del mercato e delle nostre potenzialità. Puntiamo a una costante ricerca dell'eccellenza, sia come servizi e prodotti, sia come risorse umane". In seconda battuta gli investimenti tecnologici, come dimostra il nuovo web site, che sarà operativo prima dell'estate. "Infine - precisa l'a.d. - vogliamo diversificare l'immagine dei nostri brand: **Viaggi dell'Elefante**, Eco



Luxury, Paesaggio Culturale e Parchi letterari, rafforzando l'identità del singolo prodotto".

Protagonista delle novità di programmazione è, invece, l'Oriente con tre cataloghi presentati: Giappone, Cina e Medio Oriente. Nell'ultimo la Siria fa la parte del leone, con Giordania, Libano ed Israele. Tra i punti di forza della Cina, l'Expo di Shanghai e il quattrocentesimo anniversario della morte di Matteo Ricci, gesuita missionario a cui si deve il merito dell'avvicinamento tra

Occidente e Oriente. Del Giappone, infine, il t.o. mette in luce le analogie con l'Italia, dall'ospitalità tradizionale all'enogastronomia.

Di grande importanza è poi la nuova release di Eco Luxury: un volume di 456 pagine, pubblicato da De Agostini e in vendita anche nelle librerie, che racchiude 147 lodge di tutto il mondo. "Abbiamo avuto oltre 300 candidati quest'anno - conclude Ducrot -, segno che i tempi stanno cambiando e questo è il modello di business vincente".

S. GIA.

