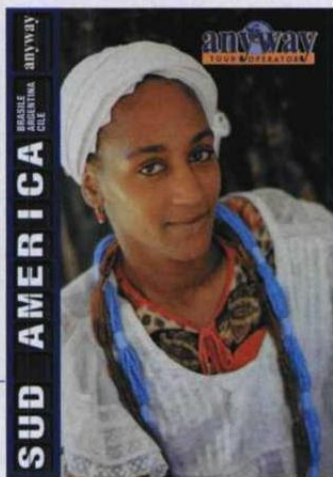


Massimo Gorgatti e Gino Capecchi delineano le prospettive di sviluppo

■ **100**  
I pacchetti  
venduti per  
la stagione estiva

■ **1000**  
L'obiettivo di pacchetti  
entro fine anno

I dati



Gino CAPECCHI:

“L'obiettivo per il futuro è quello di ampliare l'offerta introducendo Perù, Bolivia, Ecuador, Venezuela e forse Colombia”



## Brasile, Argentina e Cile: il Sudamerica di qualità firmato da Anyway

di SEBASTIANO GIORDANI

MILANO - Stilare bilanci dopo quattro mesi di vita, per un tour operator, è impresa assai ardua. Se però le vendite sono in linea con le aspettative, i contratti commerciali fioccano e le idee per il futuro non mancano, il compito è più semplice. Si guadagna la sua quota di mercato, dunque, Anyway, operatore milanese attivo sul mercato dallo scorso 8 gennaio, quando, dopo dieci anni di agenzia di viaggio, ha cambiato pelle e si è trasformato in tour operator.

I tratti caratteristici sono netti: specializzato sul Sudamerica, Anyway confeziona viaggi su misura, adattabili alle esigenze personali e caratterizzati da un taglio ecologico, nel segno del turismo responsabile. Tra le pagine del catalogo, al momento, trovano spazio il Brasile, l'Argentina e il Cile. Stando al riscontro del mercato, l'offerta sembra aver fatto centro: «Siamo perfettamente in linea con le aspettative che ci eravamo prefissati - spiega Terry

Fugazza, responsabile booking e di prodotto -: con cento pacchetti di viaggio già venduti per la stagione estiva, dovremmo raggiungere senza problemi quota mille passeggeri entro la fine dell'anno». La destinazione più gettonata è stata il Brasile, anche perché è soprattutto sul Paese carioca che l'operatore milanese sta concentrando gli sforzi, proponendo mete originali e meno battute dalle rotte turistiche tradizionali come Morro de São Paulo, Manaus in Amazzonia, Brasilia, il Pantanal, il parco nazionale di Lençóis e la più conosciuta Salvador de Bahia.

Proposte naturalistiche e

Se le previsioni saranno rispettate, il t.o. dovrebbe raggiungere i mille passeggeri trasportati entro fine anno

innovative anche per Cile e Argentina, gli altri due assi nella manica di Anyway per l'anno zero dell'attività di tour operator.

Mentre il catalogo d'esordio raccoglie dunque i primi consensi, Anyway è all'opera per imporre il proprio brand e i propri prodotti al settore. I primi frutti sono stati raccolti nelle scorse settimane, quando il direttore commerciale Massimo Gorgatti ha messo la firma su cinque contratti commerciali con altrettanti gruppi della distribuzione turistica italiana. I network in questione sono Buonviaggio, Le Marmotte, Evolution Travel, Bravonet e Gruppo Gpt, che hanno innalzato a mille le agenzie che oggi vendono i pacchetti dell'operatore: «Grazie a questi rapporti commerciali siamo presenti in maniera capillare su tutto il territorio nazionale - spiega Gorgatti - e a breve lo saremo ancor di più, dato che stiamo ultimando le trattative

con un sesto network di rilievo». Per instaurare un rapporto di reciproca fiducia con le agenzie, Anyway ha organizzato fin da subito seminari di formazione per gli agenti di viaggio, spiegando loro la filosofia di base dell'operatore: quella di offrire al cliente la possibilità di confezionare un viaggio su misura, qualsiasi sia la destinazione richiesta. Destinazioni che da ottobre, quando Anyway presenterà il suo secondo catalogo durante il Ttg di Rimini, s'infoltiranno notevolmente. «La brochure sarà dedicata nuovamente al Sudamerica - spiega il contitolare Gino Capecchi - ma presenterà diverse sorprese. L'obiettivo è infatti quello di ampliare l'offerta, affiancando a Brasile, Cile e Argentina anche il Perù, la Bolivia, l'Ecuador, il Venezuela e forse anche la Colombia. Nuove mete che ci permetteranno di contare su una delle programmazioni più ricche e complete presenti sul mercato. L'obiettivo è quello di diventare gli specialisti italiani sulla destinazione Sudamerica».

