

L'a.d. Giancarlo Celani traccia le linee di sviluppo della compagnia dopo il passaggio di proprietà

La nuova strada di Livingston

«Il futuro va oltre il charter»

Consolidamento, apertura ai t.o. e diversificazione le mosse del vettore per la stagione

Le partnership

Al via il dialogo con gli operatori



Il nuovo corso di Livingston passerà anche dal dialogo e dalla collaborazione con altri soggetti del mercato: «Cambierà il modo di rapportarci ai t.o., per forza di cose – spiega l'a.d. Giancarlo Celani –. In passato, pur avendo sempre trattato i nostri azionisti di riferimento come fossero dei clienti, il nostro business aveva dei confini piuttosto netti. Ora invece puntiamo ad un approccio diversificato». E l'avvio di diverse collaborazioni con alcuni tour operator sancisce la svolta strategica seguita dalla compagnia. Ha infatti da poco preso il via la partnership con Space Tour sui voli per il Brasile, mentre da fine giugno sarà operativa la collaborazione con Press Tours sui voli da Fiumicino per Cuba.

Soffia una sferzata d'aria fresca in casa Livingston. Consolidamento e apertura a nuovi business, senza escludere l'avvio di servizi alternativi al charter. È questa la coppia d'assi che la compagnia tiene in mano e che non esita a calare in tavola. «Dopo il passaggio al nuovo azionista abbiamo ricevuto diversi nuovi input – conferma Giancarlo Celani, amministratore delegato di Livingston –. E si tratta di operazioni che testimoniano il dinamismo della nostra azienda e la sua capacità di adeguarsi ai movimenti del mercato».

Un dinamismo che passerà dall'ampliamento della rete di scali, oltre che dal rafforzamento della presenza su Malpensa, e che non trascurerà alcuni nuovi arrivi in flotta: «Il nostro core business resterà saldo sul long haul – spiega Celani – e proprio per questo punteremo al consolidamento. Rimarrà stabile la nostra presenza su Malpensa, e ipotizziamo addirittura un rafforzamento. Ma l'attenzione si sposterà anche verso altri scali d'Italia».

Repubblica Dominicana, Messico, Brasile, Cuba, Antigua e Giamaica sono i capisaldi del lungo raggio della programmazione estiva, mentre fra le mete a corto-medio raggio spunta la novità Marocco. «Accanto a questa new entry rimangono anche le altre mete del Me-



“Sono diversi gli input che ci sono arrivati dal nuovo azionista” dichiara Giancarlo Celani, amministratore delegato di Livingston

diterraneo, quindi Grecia, Spagna e Mar Rosso – spiega ancora l'a.d. –. Abbiamo riportato alcuni segnali di ripresa proprio su questo segmento, ma abbiamo preferito abbassare di circa il 10 per cento l'offerta di volato per l'estate». Tra le ragioni di questa scelta anche l'effetto dirompente dei vettori low cost: «Soprattutto sullo scalo milanese non si può negare che, specie per il corto-medio raggio, abbiamo risentito un po' dell'effetto delle no frills – motiva Celani –. Del re-

sto sono le leggi di mercato. Eppure non possiamo definirle una vera e propria minaccia: chi ha il prodotto valido viene scelto dal cliente. Ed è per questo che facciamo del dinamismo un punto di forza».

Una forza che passa anche dalle collaborazioni: «Anche



Tutti gli aggiornamenti sullo sviluppo, gli accordi e le novità della compagnia

per questa stagione si conferma la partnership con Eurofly – spiega Celani –: si è dimostrata una mossa vincente che vogliamo replicare». Le rotte verso l'area caraibica vengono così operate con aeromobili Livingston, mentre l'area dell'Oceano Indiano viene coperta da aeromobili Eurofly. Taca è invece partner di Livingston per il Centroamerica, mentre si consolida la collaborazione con Malev per l'estate: Livingston utilizzerà un aeromobile Boeing 737-800 di Malev in wet lease per operare alcuni voli di corto-medio raggio.

Ma il consolidamento andrà a toccare anche la flotta: «Concentrandoci sul long haul, prossimamente ci doteremo di un A330 e di un paio di A320» spiega Celani. Dal punto di vista strategico, non è infine esclusa una diversificazione del business: «Stiamo valutando l'ampliamento dei servizi, cercando di andare oltre la sola offerta charter. Ma si tratta di una prospettiva che implica notevoli investimenti e per cui ci vorrà tempo». In previsione, infatti, un completo restyling del prodotto: «L'idea è quella di accentuare questa diversificazione avviando un rinnovamento complessivo del prodotto – conclude Celani – che non sarà fondato solo sul fattore pricing».

Rita Pucci

Andamento

Il Centroamerica spinge Marcelletti

Marcelletti conferma Messico e Guatemala come protagonisti della prima parte dell'anno. «Le nostre proposte in Centroamerica – dichiara Guido Chiaranda, presidente dell'operatore – stanno facendo da traino per le vendite della stagione, e già nel primo trimestre dell'anno, abbiamo registrato un incremento superiore al 15 per cento sulle vendite rispetto allo scorso anno». Il tour operator riporta dei buoni risultati anche relativamente all'andamento delle vendite nel periodo pasquale. Sono proprio le due destinazioni centroamericane a spingere le vendite del tour operator nel periodo primaverile. «Queste due destinazioni, in abbinamento ai soggiorni mare ai Caraibi – spiega ancora Chiaranda –, rappresentano oltre il 60 per cento del nostro fatturato globale». Buone le performance anche per altre mete d'oltreoceano: «Riportiamo inoltre una forte crescita per la domanda verso gli Stati Uniti».

Liguria e Friuli Venezia Giulia entrano nel catalogo del brand dedicato all'Italia con due strutture

Italian Secrets verso quota cento

Liguria e Friuli Venezia Giulia entrano nell'offerta di Italian Secrets. Per la prossima stagione sono così 40 le nuove strutture che ampliano il catalogo di Hotelplan, che presenta quindi un totale di 96 proposte per tutto il territorio nazionale.

Sono due le regioni che fanno il loro ingresso nel portafoglio del catalogo dedicato all'Italia di Hotelplan. La Liguria e il Friuli Venezia Giulia debuttano nell'offerta del brand rispettivamente con Villa Pagoda, a Nervi, e con l'Urban Design Hotel di Trieste. La prima è una villa storica in stile orientale a ridosso della passeggiata sul mare di Nervi: struttura up le-



A Trieste si trova una delle nuove strutture di Italian Secrets

vel con poche camere e accesso privato alla spiaggia. Moderno e tecnologico è, invece, l'Urban Design Hotel, che si caratterizza per il design contemporaneo ed è dotato di sale conferenze che ne fanno location adeguata per i meeting.

Italian Secrets propone anche 12 strutture in Toscana, quattro delle quali nuove: l'Eden Rock Resort, situato sulla strada tra Firenze e Fiesole; il Riva Lofts, sempre nei pressi di Firenze; il Sovana Hotel e, ad Orbetello, il San Biagio Relais.

Si arricchisce anche l'offerta sul Veneto, con cinque nuove proposte che si inseriscono in catalogo: si tratta della seicentesca Ca' Sagredo a Venezia, oggi monumento nazionale per le testimonianze artistiche che presenta. Ad essa si affiancano il Nido di Giulietta e Romeo, sempre a Venezia, mentre a Treviso la new entry è il bed & breakfast Maison Matilda. A Verona Italian Secrets propone la new entry Villa del Quar, appartenente all'associazione Relais & Chateaux e dotata di ristorante stellato. Infine, a Follina, in Val Dobbiadene, il settecentesco Hotel dei Chiostris.