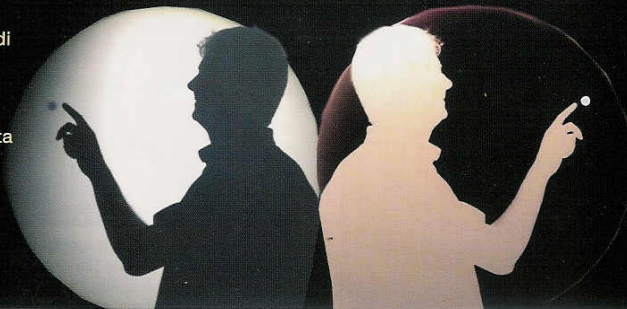


Oceano Indiano, due pm a confronto

Due product manager di una delle aree top del mondo, l'Oceano Indiano, a confronto. Due tour operator di alta gamma, il piccolo Carréblu e il colosso multinazionale Kuoni. Ambedue vivono, in questo momento,



le stesse problematiche e danno una lettura molto simile del prodotto con i suoi problemi e i suoi vantaggi. Perché lavorare in tempi duri non è solo più difficile, ma a volte vi sono delle aperture inaspettate.

Risponde: Ivo Comazzi, pm di Carréblu.

Dopo anni di splendide crescite l'Oceano Indiano sembra essere entrato un po' in crisi?

Dei vari prodotti direi che è Mauritius quello che patisce un po' di più. Forse l'isola è stata penalizzata da una troppo rapida crescita negli ultimi anni e da una offerta eccessiva anche di livello più massivo con voli charter e prezzi riscicati che l'hanno aperta a un pubblico probabilmente inadatto a quello che era un target di élite. Direi che Seychelles tiene, gli albergatori non hanno ceduto alla tentazione di svendere, abbassando troppo i prezzi e selezionando così la clientela e mi auguro che mantengano la posizione. Personalmente sono un innamorato perduto delle Seychelles, se potessi mi ci trasferirei a vivere».

È cambiato il vostro modo di lavorare, siete più stressati alla ricerca di novità continue?

Beh, un po' sotto pressione sì,



Ivo Comazzi pm Oceano Indiano per Carréblu

ma per fortuna in quest'area di novità ce ne sono sempre molte».

C'è anche qui la ricerca di hotel di tendenza, boutique hotel o i classici resistono?

«Dipende dalla destinazione: alle Maldive c'è una maggiore omogeneità pur cambiando il livello e si tende ad andare verso il lusso sempre di più. Boutique hotel non ce ne sono, è più facile trovarli altrove. Noi abbiamo una clientela che è ancora molto legata al concetto classico di resort di lusso tradizionale con tanti e accurati servizi».

Sta cambiando la vacanza in questa area?

«Ultimamente direi che la tendenza della gente a privilegiare la scelta dell'albergo dove trascorrerla piuttosto che la destinazione si è abbastanza diffusa».

2009 anno difficile: sarà più facile o più impegnativo per voi il lavoro?

«Penso che per noi che andiamo a scegliere e contrattualizzare dovrebbe essere più facile spuntare migliori condizioni dai nostri fornitori di servizi. Almeno, vedo in giro che è un po' così ovunque».

Presentarsi con il biglietto da visita Carréblu cosa significa oggi per lei?

«Carréblu è nata come Oceano Indiano e si è imposta all'attenzione anno dopo anno. Oggi siamo molto conosciuti e ben considerati all'estero, tra i migliori fornitori con cui abbiamo da tempo ottimi rapporti. Tuttavia di porte chiuse o appena aperte non ne ho mai trovato nemmeno anni fa».

Risponde: Valentina Montobbio, pm Kuoni

Dopo anni di splendide crescite l'Oceano Indiano sembra essere entrato un po' in crisi?

«Sì in questo momento poi è in crisi un po' tutto, la classe media è sparita quasi e anche chi ha i soldi viaggia meno, sta alla finestra per vedere come tira il vento e ci pensa due volte a partire per vacanze molto costose. Credo che alle Maldive i fornitori dovranno valutare se ridimensionare i costi. Mauritius è la destinazione che patisce di più, ritengo per una sorta di deprezzamento stesso della meta, iniziato però da tempo».

È cambiato il vostro modo di lavorare, siete più stressati alla ricerca di novità continue?

«C'è una ricerca più attenta di ciò che costa meno o comunque di prodotti che offrono di più allo stesso prezzo rispetto ad altri. La rinegoziazione delle tariffe è il nostro primo compito e, come dire, stiamo assistendo al moltiplicarsi dei "suk" a tavolino perché dobbiamo spuntare il meglio possibile».

C'è anche qui la ricerca di hotel di tendenza, boutique hotel o i classici resistono?

«Per il nostro posizionamento alto si valutano soprattutto la qualità e la quantità dei servizi e quindi le proposte selezionate vanno in questa direzione, ma c'è anche una parte di clientela che apprezza il minimalismo e dove troviamo delle chicche imperdibili non le lasciamo scappare».

Sta cambiando la vacanza in questa area?

«Dipende molto dalla stagione.

Si nota che in inverno ad esempio, c'è da parte del cliente una ricerca più attenta alla scelta del luogo e del resort da scegliere e dunque si selezionano maggiormente le strutture di alto e altissimo livello, mentre in agosto anche nelle esclusive isole dell'Oceano Indiano si vende un po' di tutto». Le novità attirano sempre molto e alle Seychelles c'è ancora spazio per ottimi prodotti, mentre a Mauritius è ormai difficile poter aprire qualcosa di nuovo che sia anche collocato su una bella spiaggia, direi che i posti migliori sono ormai tutti presidiati».

2009 anno difficile: sarà più facile o più impegnativo per voi il lavoro?

«Ambedue le cose perché si baserà molto sulla negoziazione dei prezzi».



Valentina Montobbio pm Oceano Indiano Kuoni.

Presentarsi con il biglietto da visita Kuoni cosa significa oggi per lei?

«Beh, non dico tappeti rossi, ma il nome spalanca ogni porta».