

CARRÈBLU

CarrèBlu

**Stefania Galvan**

Un prodotto storico, le Seychelles, e uno nuovo, il Madagascar. Sono soprattutto questi i due motori trainanti della crescita di Carrèblu, il tour operator che, da due anni e mezzo, si propone sul mercato con l'Oceano Indiano. "Le Seychelles continuano ad essere il nostro cavallo di battaglia - sottolinea **Pierluigi Cavallo**, responsabile commerciale -, grazie a una completezza di offerta che è difficile trovare in altri operatori. Un lavoro accurato di selezione delle strutture e dei servizi, che ci ha portato a essere inseriti, durante la scorsa Bit,

## Gli assi dell'estate Carrèblu

*Sono Seychelles e Madagascar i motori trainanti della stagione dell'operatore. Il Venezuela, dove il t.o. propone anche strutture più economiche, è presente soltanto sul sito*

nella top ten dei migliori tour operator sull'arcipelago. Accanto alle Seychelles, nel primo quadrimestre di quest'anno si è imposta con forza una new entry: il Madagascar. Grazie a questi due prodotti, ma con l'ausilio anche del resto della programmazione, abbiamo riportato, da gennaio ad aprile, un aumento del 40 per cento del fatturato. Una cifra comunque impor-

tante, anche se il raffronto con il 2004 non è del tutto corretto, dal momento che abbiamo raddoppiato le proposte".

### L'investimento in Madagascar

L'impegno del t.o. sul Madagascar è considerevole: "Abbiamo bloccato dieci posti su ciascuno dei due voli settimanali diretti da Milano e abbiamo stipulato contratti vuoto

per pieno con alcune delle più belle strutture del Paese, come il Coral Noir, nel Nord-Ovest dell'isola di Nosy Be, o il St. Mary Club Resort, sulla costa nordorientale dell'isola di Sainte-Marie. Finora il riscontro è ottimo: è la destinazione che sta andando meglio". Resta, invece, solo sul sito [www.carreblu.com](http://www.carreblu.com) l'altra importante novità: il Venezuela, "dove proponiamo anche

strutture più economiche e adatte a un target giovane".

### Il programma di itinerari

Per il resto la programmazione include itinerari con partenze per un minimo di due persone, più un Gran Tour del Venezuela. Possibili estensioni balneari a Los Roques e in strutture di mare sulla costa venezuelana. L'operatore, che ha nel Nord

Italia il suo principale bacino d'utenza, sta estendendo la rete dei contatti anche al Sud: "Grazie ad accordi con importanti gruppi d'acquisto stiamo ricevendo molte richieste, soprattutto per i viaggi di nozze, il nostro principale target di riferimento. La nostra visibilità sta aumentando considerevolmente grazie anche al nostro sito, che sta registrando una progressione costante nel numero di visitatori, i quali si rivolgono in agenzia per definire la pratica". Il catalogo cartaceo viene distribuito a 700 adv e le commissioni partono da una base dell'11 per cento, "ma con un minimo sforzo l'adv può arrivare rapidamente al 12".