



Scortichini, Go World: bene l'Italia e i cluster di prodotto, ma manca il lungo raggio



Bene l'Italia, a cui si aggiunge qualcosa anche in Europa grazie ai cluster di prodotto. **L'ultima estate di Go World è stata senz'altro migliore di quella dell'anno scorso (non che ci volesse molto) ma i volumi sono rimasti ancora parecchio lontani da quelli dell'era pre-Covid.** "Sulle destinazioni al di fuori dal Vecchio continente, siamo completamente fermi – racconta il presidente dell'operatore marchigiano, **Ludovico**



Scortichini -: sto parlando di tutte quelle mete di medio e lungo raggio che da sempre rappresentano il nostro core business».

Ciononostante, la creatività e la voglia di innovare di Go World non si ferma: «Nell'ultimo anno abbiamo creato diversi cluster, come per esempio **Go Cruise** dedicato al mondo delle crociere – prosegue Scortichini -. Abbiamo pure cercato di sostenere gli agenti di viaggio grazie al lancio di una nuova piattaforma, il **Go World Emporium**, pensato per la vendita di articoli etnici provenienti da tutto il mondo. Ma non è finita qui, perché **presto presenteremo un ulteriore portale online di gestione delle prenotazioni**, grazie al quale gli adv potranno riservare autonomamente servizi e pacchetti di viaggio». E poi c'è la grande novità delle ultime settimane: il nuovo to **Go Europa** è un progetto ambizioso, «che mira a diventare l'operatore di riferimento per chi desidera scoprire il Vecchio continente con voli privati e soggiorni all'insegna del lusso. Offre proposte ispirazionali e tailor made, create per soddisfare le esigenze di una clientela di alto profilo con servizi di conciergerie e door to door».

Articoli che potrebbero interessarti: [Clicca per lasciare un commento e visualizzare gli altri commenti](#)

