



Turismo: Glamour, un "Exclusive weekend" dedicato ai 5 sensi e alla generazione wanderlust

Descrizione

(Adnkronos) Si è conclusa con successo la 5a edizione del Glamour Exclusive Weekend, evento organizzato dal tour operator Glamour (www.glamourviaggi.it), che ha registrato la partecipazione di oltre 300 tra agenzie di viaggio e partner, riuniti per due giornate all'insegna di confronto, ispirazione e networking al TH Lazise, sul Lago di Garda. Un momento di incontro privilegiato per condividere trend, strategie e nuove prospettive del settore turistico.

L'appuntamento quest'anno ha scelto come filo conduttore i 5 sensi e la generazione Wanderlust: un viaggio emozionale che ha guidato i partecipanti attraverso esperienze immersive, stimolando la vista, l'udito, il gusto, l'olfatto e il tatto, come metafora del modo in cui si vive e si interpreta il viaggio oggi. Protagonisti sono stati i nuovi viaggiatori del futuro, la cosiddetta generazione Wanderlust, curiosi ed esigenti, che non si accontentano di pacchetti standardizzati, ma cercano percorsi autentici, personalizzati e sorprendenti, capaci di abbattere barriere culturali e linguistiche e di trasformare ogni partenza in una scoperta profonda. Una filosofia che Glamour abbraccia appieno, ponendosi come ponte tra le agenzie e queste nuove esigenze, con l'obiettivo di rendere ogni esperienza indimenticabile e unica.

La convention ha rappresentato l'occasione per fare il punto sui risultati aziendali e sulle strategie per il futuro. Il 2025 segna infatti per Glamour una crescita significativa: +30% nel primo semestre, grazie anche alla forte domanda di viaggi a lungo raggio (Stati Uniti, Maldive e Giappone), e +25% per l'estate con il successo dei viaggi tailor made in Usa e Canada, dei safari in Tanzania e Kenya con estensione a Zanzibar e Sudafrica con estensione Mauritius. Per l'inverno 2025-26 confermato il focus sul Nord America, con pacchetti a date fisse su New York, dal Thanksgiving all'Epifania e allotment garantiti per Capodanno. Anche le Maldive in primo piano grazie a nuove partnership con catene alberghiere 5 stelle e collegamenti con Qatar Airways da Milano e Roma. Si registra, poi, interesse crescente per Giappone, Sudafrica, Oman, Emirati, Brasile, Costa Rica, oltre a un promettente advance sul Canada estate 2026.

Grande protagonista dell'evento è stato il team Glamour: oltre 60 giovani professionisti, con una media di appena 32 anni, che hanno conquistato il palco con un mix di energia, creatività e

innovazione. La loro passione e il dinamismo contagioso hanno trasformato ogni momento in un'esperienza unica, dimostrando come talento e freschezza possano fare la differenza e lasciare un'impronta indelebile. Spazio anche a Bryan "The Box" Ronzani, voce di Radio 105, conosciuto nel mondo del gaming per le collaborazioni con Milan Game Week e Lucca Comics, che ha guidato un momento di confronto sulle aspettative delle nuove generazioni di viaggiatori e sul ruolo delle agenzie nel rispondere ai loro bisogni.

"Il Glamour Exclusive Weekend non è solo una convention, ma un'esperienza che ci permette di rafforzare i legami con le agenzie partner e di tracciare insieme la strada del futuro", commenta Luca Buonpensiere, titolare di Glamour. "I risultati di crescita spiega ci confermano che il mercato premia la nostra visione, ma ciò che ci rende davvero unici è la capacità di anticipare i trend e offrire esperienze che parlano alla nuova generazione di viaggiatori. Con il nostro team giovane e motivato, continueremo a innovare per sorprendere e ispirare".

Oltre 35 partner hanno supportato l'evento, con Ita Airways come main sponsor, insieme a brand di rilievo nel mondo dei resort, trasporti e crociere e ha visto la partecipazione di oltre 230 agenzie di viaggi provenienti da tutta Italia. La due giorni è stata anche l'occasione per presentare ufficialmente alle agenzie il nuovo direttore Vendite, Marco Depascale.

â??

lavoro/made-in-italy

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Lavoro

Tag

1. lav

Data di creazione

Settembre 21, 2025

Autore

andreaperocchi_pdnrf3x8