

COMUNICATO STAMPA

GLAMOUR: UN 2025 DI CRESCITA E INNOVAZIONE NEL TURISMO

Crescita a doppia cifra e nuove partnership strategiche per l'azienda toscana



*Il 2025 si chiude per **Glamour** (www.glamourviaggi.it), punto di riferimento per viaggi tailor made e biglietteria aerea, con un bilancio più che positivo e segnali concreti di crescita in tutti i settori aziendali. Grazie a un mix di innovazione tecnologica, attenzione al cliente e relazioni consolidate con fornitori e agenzie di viaggio, Glamour conferma il suo ruolo di protagonista nel mercato del turismo italiano. In un'intervista, il titolare Luca Buonpensiere ha tracciato un quadro chiaro e ambizioso del presente e del futuro dell'azienda, raccontando strategie, investimenti e visione per un turismo sempre più esperienziale, sostenibile e personalizzato.*

L'anno appena trascorso ha visto Glamour rafforzare la propria presenza sul territorio nazionale, ampliare l'offerta di destinazioni e consolidare le relazioni con agenzie di viaggio e fornitori, puntando sempre su qualità, flessibilità e capacità di adattamento alle nuove esigenze dei viaggiatori.

"Bilancio sicuramente positivo con una crescita di oltre il 25%. Bene anche la crescita delle altre due attività aziendali: Bt e Consolidatore biglietteria aerea", sottolinea Luca Buonpensiere. "Maggiore penetrazione commerciale sul territorio nazionale, consolidamento e crescita con i network agenziali con cui abbiamo ottimi rapporti di partnership, maggiore varietà di offerta sulle destinazioni della nostra programmazione grazie all'ottimo lavoro del nostro Destination Director Emmer Guerra e della sua squadra di DM".

In un mercato sempre più affollato e sensibile al prezzo, Glamour difende i propri margini grazie a "partnership sempre più solide con i fornitori di servizi, con i quali riusciamo a poter proporre offerte speciali in molti periodi e prezzi assolutamente vantaggiosi, tutto questo con parallelamente continue iniziative commerciali a favore delle agenzie e dei loro clienti. La nostra dimensione ed organizzazione ci permette di adottare iniziative a favore della rete agenziale in modo rapido e tempestivo".

Secondo Luca Buonpensiere, la clientela mostra "una maggiore attenzione alla spesa, indipendentemente dalla fascia a cui appartiene. Sempre di più si richiede un viaggio esperienziale e ricco di particolari, un viaggio sempre più nelle caratteristiche di un viaggiatore e meno da semplice turista".

Il **contesto economico**, con variabili come il costo del carburante aereo, il cambio valutario e l'inflazione, viene affrontato con strategie mirate: *"Ci relazioniamo fortemente con DMC, fornitori di servizi e compagnie aeree per costruire insieme offerte continue per cercare di attenuare questa situazione. Da considerare, per fortuna, un cambio favorevole euro-dollaro che in parte può aver aiutato su certe destinazioni"*.

Un ruolo centrale è ricoperto dalla tecnologia: *"Glamour sta investendo molto, in questi ultimi due anni, in digitalizzazione e innovazione tecnologica. Ottimi i riscontri dalle piattaforme Vola Glamour e Viaggia Glamour, che hanno migliorato l'efficienza e la qualità del servizio. Tutto questo senza mai voler perdere la nostra caratteristica del valore umano dei nostri collaboratori: la tecnologia per noi è un supporto e un'integrazione, mai una sostituzione della professionalità, della cura e dell'attenzione che ci vengono riconosciute."*

La solidità del modello Glamour si basa anche sulle sinergie con partner strategici: *"Noi difendiamo la nostra posizione autonoma sul mercato, credendo che possa garantire una fluidità maggiore nel rapporto con i fornitori e un superiore controllo sulle iniziative e risultati di cui ci assumiamo le responsabilità del risultato finale, tutto questo porta fiducia da parte dei partners e maggiori azioni strategiche comuni"*.

Per il 2026, Luca Buonpensiere segnala un mercato *"molto volubile ed irregolare e quindi difficile spesso da capire. Sensibile aumento di richieste in advance che guarda già al 2026, spingendosi anche su richieste e conferme per la summer. Ci aspettiamo una ulteriore crescita nel nostro posizionamento del mercato, dove ci piace riscontrare che agenzie che ci testano per la prima volta, in aumento sensibile, sono poi contente e ci tengono in considerazione per future richieste e successive conferme"*.

Infine, **Glamour conferma il suo impegno per un turismo sostenibile:** *"Da tempo adottiamo una selezione attenta su fornitori che rispettino criteri precisi non solo di qualità ma anche e soprattutto di sostenibilità nel rispetto del tessuto sociale locale. Anche in un soggiorno stanziale prediligiamo resorts che abbiano rispetto e controllo sull'impatto sia ambientale che verso il tessuto sociale del luogo. Per i vettori aerei sosteniamo maggiormente quelli con attenzione alle emissioni di CO2 ed investimenti su strumenti volti a migliorare il minor impatto ambientale. Tutti questi accorgimenti sono virtuosi ed abbiamo evidenti risultati di come possano essere elementi essenziali anche nella scelta dei clienti, con una spiccata preferenza nei viaggiatori più giovani che ne fanno un elemento essenziale di preferenza"*.

Coniugando crescita economica, innovazione tecnologica e un profondo impegno verso la sostenibilità, **Glamour** si conferma un punto di riferimento nel panorama del turismo italiano. L'azienda continua a distinguersi per **la capacità di unire efficienza e valore umano**, offrendo alle agenzie di viaggio un partner affidabile e ai viaggiatori esperienze autentiche, sicure e di alta qualità. **Una visione che guarda al futuro senza dimenticare le persone**, il territorio e l'equilibrio tra sviluppo e responsabilità.

GLAMOUR

Glamour s.r.l.
via L. Rèpaci, 16
55049 Viareggio (LU) Italy
www.glamourviaggi.it
E-mail: info@glamourviaggi.it

Travel Marketing 2
Public Relations & Press Office

Ufficio Stampa - Travel Marketing2, Roma
Alessandra Amati 335/8111049

www.travelmarketing2.com

E-Mail: alessandra.amati@travelmarketing2.com

Seguici su facebook