



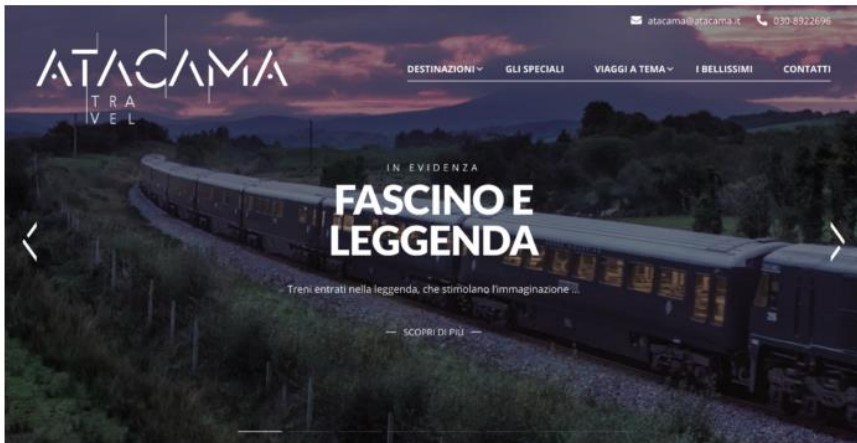
Home > News in pillole > Il nuovo sito di ATACAMA Travel

News in pillole

Il nuovo sito di ATACAMA Travel

By **Elena** - Giu 3, 2020

123 0



I due mesi di lockdown, appena conclusi, non hanno scoraggiato **Rinaldo Bertoletti**, titolare di **ATACAMA Travel di Lumezzane**, imprenditore del viaggio molto noto nel settore per essere stato fra gli ideatori di network di grande successo come **CoMark, G40, ONE Travel Experience**.

«Abbiamo utilizzato questo periodo di totale inattività per rivoluzionare il nostro modello di business, dall'immagine, al logo, dal sito, ai suoi contenuti. La finestra che ci pone in contatto virtuale con un mondo di consumatori cui non potremmo arrivare per motivi oggettivi – spiega **Bertoletti** – è stata completamente rivoluzionata. E così è nato il completo, non solo restyling, ma la selezione di tutte le proposte, ora riorganizzate in "5 colonne portanti" del sito, per proporre un'offerta di turismo sempre migliore.

ATACAMA Travel è tour operator/agenzia che già propone programmi curati, fondati sulla grande passione e conoscenza, producendo in autonomia proposte non comuni, basate su una grandissima esperienza personale, il "fattore A" che anima **ATACAMA**.

«Ci siamo riuniti in teleconferenza in maniera pressoché continua ed abbiamo ottimizzato il tempo cristallizzato della chiusura forzata – racconta **Bertoletti** – Abbiamo pensato a come sarebbe stato il dopo e, immaginando il desiderio di riprendere in mano la propria vita e di non essere più solo spettatori del mondo, ma protagonisti, ci siamo confrontati fino a mettere sul tavolo ogni idea, esperienza, ricordo, passione, legata al nostro lavoro. Unitamente ai miei collaboratori abbiamo dato vita ad un tavolo di lavoro nuovo, con priorità esaminare, tutte le possibilità, riordinarle e progettare il “dopo”».

Da qui è stato ridisegnato tutto: prima il logo poi il sito.

«Rinnovare la linea grafica con un logo più contemporaneo, stilizzato, ma con linee che evocano vie di fuga e quindi “il viaggio” core business di **ATACAMA**, ma soprattutto il totale rifacimento del sito www.atacama.it è stato un tutt’uno. Oggi più che mai, con i distanziamenti sociali – prosegue **Bertoletti** – non ci è vietato sognare, mentre viaggiare e stare troppo vicini si, per cui va riprogrammato il nostro futuro a medio termine. Abbiamo allora ripreso in mano il lavoro di anni e razionalizzato il nostro “affaccio al mondo esterno”».

Il sito si basa su **5 pilastri**, le cinque sezioni (macro aree) in cui è progettato.

Destinazioni – l’esperienza dei rapporto ultradecennale con operatori, dmc, compagnie aeree combinata per offrire il meglio del mercato ai passeggeri. 20 mete in Asia, 11 in Africa, 11 nelle Americhe, 12 in Europa e 9 in Oceania rappresentano la grande offerta.

Speciali viaggi a data unica – sono proposte molto particolari dedicate ad un evento, una competizione, una riunione, uno l’anno legato comunque ad una peculiarità, per aprire una finestra su qualcosa di assolutamente originale.



Rinaldo Bertoletti, titolare di ATACAMA Travel

I bellissimi – in questa sezione si riversa tutta l’esperienza di vita e di lavoro del titolare di **ATACAMA**, **Rinaldo Bertoletti**, che, fatto tesoro dei suoi viaggi personali li ripropone in maniera “esperta” ai propri clienti.

A tema – tre sono i temi.

Treni, 9 leggendarie linee, un modo “slow e relaxed” di vedere il mondo dai finestrini delle carrozze che hanno fatto la storia dei trasporti ed ancora oggi sono mezzi ambiti ed esclusivi per il contenuto emozionale degli itinerari

Crociere fluviali, 3 itinerari indimenticabili sui grandi fiumi mitteleuropei

Viaggi in moto, una nicchia sempre più in sviluppo con accordi diretti con i fornitori di servizi, soprattutto sugli USA, ma anche sulla “magnetica” Baja California (Messico) per vivere la destinazione “on the road”.

Non manca una sezione dedicata alla Rassegna stampa, di quanto negli anni si è scritto a proposito delle proposte di **ATACAMA Travel**.

E per concludere una serie di informazioni utili dalle **liste nozze al contratto di viaggio**.

«Noi siamo decisi a partire – conclude **Bertoletti** – e siamo certi di non essere gli unici, per questo siamo pronti a soddisfare la curiosità di tutti coloro che hanno voglia di esplorare il mondo fornendo loro idee, proposte, esperienza e un brand, crediamo, consolidato sul territorio e non solo».