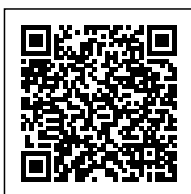


GLAMOUR GUARDA AL 2026 CON OTTIMISMO E STRATEGIA

Pubblicato il 19 Febbraio 2026 di Alessandra Giardino



Categoria: [NOTIZIE DI PRIMA PAGINA](#)



Dopo un 2025 dinamico ma irregolare, il tour operator rafforza il piano industriale tra investimenti mirati, specializzazione e centralità del capitale umano

Il 2026 si apre per **Glamour**(www.glamourviaggi.it), con una visione chiara: crescita costante, rafforzamento del posizionamento sul mercato nazionale e una strategia industriale che integra qualità, innovazione e identità. Dopo un 2025 caratterizzato da un mercato dinamico ma meno lineare, il tour operator, punto di riferimento nel settore dei viaggi tailor made e della biglietteria aerea guidato da Luca Buonpensiere, consolida il proprio percorso puntando su scelte mirate e coerenti con i segnali del mercato.

Con queste premesse, **l'azienda definisce le priorità strategiche** e le aree di sviluppo su cui concentrerà risorse e investimenti nel nuovo anno.

"Il 2026 è sicuramente un anno dove Glamour vuole continuare la propria progressiva crescita come posizionamento sul mercato nazionale", afferma **Luca Buonpensiere**. *"Abbiamo aree di crescita evidenti sia per nostra continua spinta nella scelta sempre più selezionata di fornitori che nella scelta di proposte anche diverse rispetto ai nostri concorrenti".* In questo scenario, **Africa e Far East rappresentano direttrici strategiche** sulle quali l'azienda ha previsto investimenti importanti in acquisizione prodotto e nella spinta commerciale e marketing.

La destinazione Nord America viene seguita con particolare attenzione: *"La destinazione Nordamerica è naturalmente quella sulla quale abbiamo il monitor più attento, e che oggi registra una richiesta più altalenante. Potenzialmente necessiterà di maggiore supporto sia commerciale che di rapporto coi fornitori, un'attività che ci vede molto operativi fin da settembre scorso".* Anche il diverso calendario rispetto al 2025, con una **Pasqua meno favorevole** rispetto allo scorso anno, rappresenta un elemento da considerare nella lettura dei flussi del nuovo anno.

Il 2025 ha premiato soprattutto la capacità di adattamento. Glamour ne è consapevole e affronta il 2026 con equilibrio: *"Abbiamo motivo di credere nella crescita di Glamour costante sul mercato. Questo però non significa arrogarci la possibilità di stravolgere totalmente i segnali che arrivano dal mercato stesso".* Anche sul fronte USA, la pianificazione tiene conto di una *"richiesta caratterizzata da alti e bassi"*, **calibrando budget e investimenti in modo coerente con l'andamento della domanda**, mentre sulle aree ritenute più performanti l'azienda rafforza le proprie risorse.

In un mercato sempre più competitivo e con margini sotto pressione, garantire la sostenibilità

economica delle proprie proposte diventa un elemento chiave della strategia aziendale. Per questo, **Glamour affronta il 2026 con un approccio integrato alla marginalità**, lavorando su pricing, negoziazione con i partner e ottimizzazione dell'offerta.

"Per proteggere la redditività, è fondamentale considerare tutti questi aspetti. In particolare, puntiamo a ottimizzare l'offerta con proposte sempre più vicine alle richieste del mercato, tenendo sempre in considerazione l'importanza del prezzo finale", spiega Luca Buonpensiere. **Centrale in questo percorso è il lavoro di Emmer Guerra e del team dei destination manager**, impegnati a costruire un'offerta che coniughi valore economico, servizio e qualità. *"Il servizio e la qualità sappiamo che hanno un'importanza altrettanto indispensabile e trovare la giusta amalgama tra questi elementi è per Glamour la giusta ricetta"*.

Gli investimenti rappresentano un pilastro della strategia aziendale. *"Investire è un obbligo imprenditoriale, la misura dipende da varie valutazioni"*. Il piano strategico prosegue lungo una direttrice di innovazione che comprende piattaforme di offerta, programmi gestionali e statistici, cyber security, marketing e rafforzamento delle figure commerciali e operative. **Un capitolo sempre più centrale è quello dell'intelligenza artificiale** infatti da circa un anno Glamour ha integrato soluzioni di **AI** nei propri processi aziendali, partendo dalla direzione marketing per poi estenderne progressivamente l'utilizzo alle altre direzioni. **L'obiettivo è migliorare l'analisi dei dati, l'efficacia delle campagne, la profilazione della domanda e l'ottimizzazione dei flussi operativi**, mantenendo sempre centrale la visione strategica e il controllo umano.

Parallelamente alla tecnologia, resta decisivo il capitale umano. *"Noi crediamo fermamente che il valore umano sia ancora decisivo per molte attività"*. **L'azienda continua a crescere nell'inserimento di collaboratori**, puntando in particolare sui giovani talenti, capaci di portare entusiasmo, freschezza, passione e nuove idee. In questo percorso si inserisce la partnership con **l'Accademia del Turismo della Fondazione Campus di Lucca** (fondazione-campus.it), **con l'obiettivo di formare giovani professionisti specializzati nell'outgoing** e attrarre i migliori talenti del mondo del turismo. Il rapporto con il territorio diventa così una leva strategica, non solo identitaria ma anche competitiva, rafforzata da un intenso programma di eventi e incontri con i partner agenziali che consolida la presenza di Glamour sul mercato nazionale.

In un contesto dove la marginalità è sempre più legata alla specializzazione, la scelta è netta: *"Noi stiamo riducendo l'offerta. Offrire meno prodotto, ma quello che decidiamo di consolidare avrà sempre di più la spinta verso l'eccellenza che rimane il nostro traguardo certo"*. **Un orientamento che mira a rafforzare riconoscibilità e identità sulle destinazioni trattate**. *"Dobbiamo farci riconoscere sempre di più dal mercato affermando la nostra peculiarità e la nostra identità"*.

Tra i numeri che racconteranno il successo del 2026, **Luca Buonpensiere guarda con particolare attenzione all'EBITDA**: *“Certamente da imprenditore apprezzo maggiormente l'EBITDA, ma non posso certo non sapere che tale valore tiene anche conto di crescita costante e consolidamento”*. **La fiducia nel futuro è chiara** e dichiarata: *“Io sono super ottimista perché chi lavora bene deve solo aspettare ottimi risultati”*.

Con una strategia fondata su scelte mirate, innovazione, eccellenza e valorizzazione dei talenti, **Glamour si prepara così a fare del 2026 un anno chiave nel proprio percorso di crescita strutturale** e di consolidamento sul mercato nazionale.

