Nicolaus Village e Club: fatturato a +35%. Il 50% arriva dalle strutture in Puglia

Parte con il segno più l'estate 2014 dei **Nicolaus Village e Club,** che segnano u**na crescita del 35**% rispetto allo stesso periodo del 2013: **a farla da padrone sono le strutture in Puglia, che pesano per il 50% del fatturato, mentre il 20% è rappresentato da Calabria e Basilicata e il restante 30 da Sardegna, Campagnia e Sicilia.** Un risultato a cui hanno contribuito anche i gruppi, numerosi a inizio stagione. Nel frattempo, il t.o. punta sempre di più sulle attività di animazione e sui servizi personalizzati: dopo la creazione della mascotte Nicolino, presenza chiave per la vita nei villaggi, l'operatore mette a punto un'altra operazione qualità/simpatia legata alle divise dell'animazione: lo staff dei villaggi infatti vestirà divise firmate Anima Gemella, nota azienda pugliese specializzata da oltre 20 anni nella realizzazione di capi prêt à porter femminili, disegnati e realizzati interamente in Italia. La decisione di connotare specificamente l'abbigliamento degli animatori parte proprio dal desiderio di mettere in primo piano stile e qualità, quali tratti distintivi della vacanza firmata Nicolaus. "L'avvio della stagione e delle vendite dei nostri Nicolaus Club e Village è contraddistinto da una crescita rilevante. Attraverso gli assistenti e la forza vendite, stiamo osservando che la clientela nuova e i repeater indicano proprio l'alto livello di personalizzazione delle nostre strutture come uno dei motivi della scelta di una vacanza Nicolaus. Per il nostro debutto come player villaggisti abbiamo voluto connotare in modo forte e simpatico la nostra offerta creando Nicolino e ora con Anima Gemella vogliamo fare la stessa cosa, sottolineando, anche attraverso la scelta di una divisa 100% Made in Italy, l'attenzione che riserviamo alla qualità e allo stile come elementi caratteristici della nostra offerta", commenta **Giovina Petrignano**, Responsabile Marketing Nicolaus.