Naar punta su Australia e Polinesia francese nell'app "World Wide"

Naar punta sempre di più sull'**Australia**: con 5 milioni e mezzo di fatturato da gennaio a maggio, +15% di passeggeri e valore medio della pratica passato da 5000 a 5440 euro rappresenta il secondo mercato per il Tour Operator dopo gli Stati Uniti.
Lo ha spiegato il direttore commerciale e marketing di Naar **Maurizio Casabianca** nel corso della presentazione delle destinazioni australiane all'interno dell'app per smartphone e tablet **World Wide**. Un'app che oltre a presentare delle proposte di viaggio prova a raccontare i territori e le esperienze che si possono vivere, superando l'idea tradizionale di catalogo. "Ad esempio la sezione 'Indigenous Tours' - spiega la product manager per l'Australia **Patrizia Cigaina** - dove abbiamo pensato a delle proposte per mettere i clienti in contatto con la cultura aborigena o 'Australia No Worries' che suggerisce soluzioni ai giovani che tentano l'avventura australiana con i 'Working Holiday Visa'.
Nell'app vengono svelati anche i segreti dei 5 arcipelaghi che compongono la Polinesia francese. "Si tratta di una meta ideale per i viaggi di nozze - assicura il product manager **Giampaolo Milani** - A livello di prodotto segnaliamo in particolare l'ampia offerta di sistemazioni alberghiere e le nostre esclusive crociere in catamarano".
L'app World Wide è disponibile gratuitamente nell'App Store e su Google play, quindi per tutti i dispositivi iOs e Android.