# In distribuzione Nicolaus Club Italia, Grecia, Spagna: 30 strutture, 4.000 camere al giorno e un format tutto nuovo

Numero di copie raddoppiate, restyling dei contenuti e nuova impostazione nella comunicazione: esce completamente rinnovato il catalogo “Nicolaus Club Italia, Grecia, Spagna” con le proposte per l'estate 2017. Il catalogo presenta una selezione di **30 villaggi e resort** - che permettono all’operatore di disporre di oltre **4.000 camere al giorno** - con tutte le novità della programmazione 2017, tra cui si mettono in evidenza, per l’Italia, i nuovi Nicolaus Club in Sardegna e in Sicilia. In particolare, in **Sardegna** i **Nicolaus Club** passano **da 3 a 6**, affiancati da altri prodotti in totale esclusiva**. Quattro** i **Nicolaus Club in Sicilia** distribuiti sulle migliori spiagge del versante occidentale e orientale. Nuovi ingressi anche in Puglia, Calabria e all'estero dove spiccano le **new entry** di **Minorca** e **Fuerteventura** che si vanno ad aggiungere alle riconferme di Rodi e Creta in Grecia.
copertina-nicolaus
“Siamo molto soddisfatti del lavoro dedicato alla creazione dei nostri due nuovi cataloghi che abbiamo rivoluzionato per usare nuove forme di linguaggio testuale e visivo che siano in grado di comunicare in chiave attuale e con grande immediatezza il mondo di servizi racchiusi dal format Nicolaus Club e la qualità del prodotto. Volevamo far parlare la qualità con una lingua nuova e ci siamo riusciti: immagini a doppia pagina, parole chiave che descrivono senza richiedere impegno e “rubare” tempo ad ADV e clienti, scatti foodporn non da stock, ritratti in stile contemporaneo di persone vere che lavorano a stretto contatto con i clienti sono gli elementi che caratterizzano l’impostazione dei nuovi cataloghi. Abbiamo investito notevoli energie, ma siamo, appunto, molto contenti perché è fondamentale che anche il tono della comunicazione di prodotto si evolva in parallelo con gli stili di vita e le modalità di fruizione del cliente. Ci vuole un po’ di coraggio perché sfoltire i testi può sembrare azzardato, ma se si riesce a far emergere la forza del prodotto ne vale la pena. ADV e clienti guadagnano tempo e hanno tutto più chiaro” commenta **Giovina Petrignano,** direttrice marketing Nicolaus.
E se grande attenzione è stata riservata ai servizi e alla filosofia aziendale, altrettanta ne è stata riservata alla presentazione delle strutture per facilitare il lavoro delle agenzie. Innanzitutto, le **immagini** occupano uno **spazio privilegiato**. A **ogni villaggio** sono state dedicate ben **8 pagine** in cui, oltre alle foto, trovano spazio dettagliate descrizioni, **listini prezzi chiari e intuitivi**, informazioni

di facile lettura sui **trasporti**, altro **punto di forza dell’operatore**. Il network di voli speciali e di linea pre-acquisiti dai principali aeroporti italiani conta infatti oltre **40.000 posti a/r** ed è affiancato da pacchetti nave a tariffe promozionali, garantiti anche in altissima stagione dai porti del Tirreno.
"Ma non abbiamo solo cambiato modo di raccontare l’offerta. Abbiamo deciso di raddoppiare i nostri investimenti in termini di stampa e distribuzione poiché i cataloghi in cellulosa, soprattutto se graficamente curati e riempiti di contenuti interessanti, sono molto richiesti e utilizzati dai viaggiatori, tramite le agenzie. Non solo per lo scambio di consigli e di informazioni sul prodotto in sé, ma anche sulle località, i territori e sulle informazioni accessorie quali passatempi ludici e culturali. Tutti gli studi di marketing confermano che i turisti attribuiscono, ancora oggi, in piena epoca web, un valore aggiunto ai materiali cartacei di qualità e che, ai fini della scelta definitiva delle strutture, un catalogo accattivante e ricco di contenuti incide significativamente sulle decisioni del cliente", prosegue **Gaetano Stea**, direttore commerciale Nicolaus.