Raro by Nicolaus lancia il contest Dubai competition per le adv

Raro by Nicolaus dà il via alla **Dubai Competition**, il concorso riservato alle adv che premierà le 13 agenzie best seller sulla destinazione mediorientale. In palio un fam trip luxury, con tappa negli hotel top, per un'esperienza analoga a quella riservata ai clienti in termini di servizi, ricettività ed escursioni. Raro by Nicolaus sta producendo un trend di crescita su Dubai che raddoppia quello già evidenziato in precedenza dalla destinazione. Se rispetto al 2016 nel 2017 gli Emirati registrano un incremento del 12% nel numero di visitatori, Raro by Nicolaus segna un aumento del 30%. E secondo l'operatore la positività dei numeri è dovuta alla varietà del prodotto, agli investimenti riservati alla promozione, e alle azioni dedicate al trade, realizzate in collaborazione con l'Ente del Turismo di Dubai e le compagnie aeree. "Gli Emirati Arabi sono una meta centrale della nostra programmazione dalla nascita del brand Raro by Nicolaus. Nel corso di questi anni, grazie al lavoro svolto in collaborazione con differenti partner, siamo diventati uno degli operatori di riferimento sulla destinazione", commenta **Vito Facciola**, product manager Raro by Nicolaus.
Per valorizzare ulteriormente la positività dei numeri, e sostenere il trend di crescita, il brand ha quindi deciso di investire sui roadshow, focalizzati per target (luxury, honeymoon, family, young, events), su promozioni online e offline, e naturlamente sulla Dubai competition che terminerà il 30 settembre. "Abbiamo voluto impostare queste azioni proprio ora che la destinazione sta andando a gonfie vele - sottolinea Facciola - per dare, da una parte, continuità ai numeri, e dall'altra per dare un segnale chiaro alle adv: Raro crede nel trade e nella forza premiante degli investimenti a esso riservati".