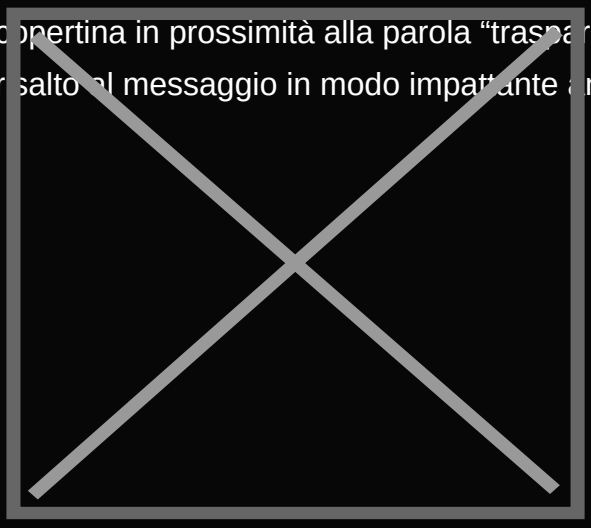
# Settemari apre le vendite 2018 con la copertina "trasparente"

In anticipo rispetto allo scorso anno, **Settemari** ha dato il via il 21 dicembre alle vendite del 2018. Con l'impostazione del nuovo catalogo l'operatore porta letteralmente la trasparenza in copertina. La nuova cover, infatti, abbandona il classico impianto, caratterizzato da una foto legata al prodotto, e sposta l'attenzione sulla politica commerciale di Settemari, sostituendo lo scatto tradizionale con il claim a tutta pagina "Una vacanza così trasparente non si è mai vista." Una fustella che fora la copertina in prossimità alla parola "trasparente", impressa sulla seconda pagina del catalogo, dà risalto al messaggio in modo impattante anche mediante un divertente gioco grafico.



"Per questa estate, ricca di importanti novità di prodotto, abbiamo voluto portare in prima pagina la rivoluzione della nostra politica di pricing all'insegna della totale trasparenza. Abbiamo lottato contro il tempo per aprire le vendite in anticipo volendo dare anche un forte segnale al mercato con un catalogo che nella sua impostazione innovativa rispecchia al meglio il nuovo modo di vendere il prodotto inaugurato da Settemari. Siamo molto soddisfatti del risultato, sia della cover sia della nuova impostazione delle pagine interne, pensate per valorizzare con uno stile fresco, da magazine, il prodotto e le destinazioni, con informazioni e consigli per vivere al meglio la vacanza all'interno e all'esterno dei nostri villaggi", commenta **Chantal Bernini**, marketing manager Settemari.

Le particolarità del catalogo non si limitano alla copertina. Settemari ha adottato un divertente stile giornalistico per strutturare il sommario e per raccontare mete e villaggi. Le pagine dedicate a ogni

destinazione si aprono con una sezione speciale “Da sapere. Da vedere” che raccoglie suggerimenti, curiosità, attrazioni da vivere fuori dai resort anche in totale autonomia. La scheda di ogni struttura ne evidenzia, inoltre, nelle prime due pagine le particolarità (tipologia trattamento, presenza di management e animazione italiani, wi-fi free, presenza della SPA camere per famiglie…) per far mettere immediatamente a fuoco a chi sta consultando il catalogo come orientare la propria scelta.
“La storia di Settemari degli ultimi mesi è stata segnata in positivo da un percorso a fianco delle agenzie, nostro unico canale di commercializzazione, che ci chiedevano una leva di vendita forte. Insieme l’abbiamo concretizzata in un prezzo finito e di facile lettura. E con questo catalogo abbiamo voluto dare alle ADV un efficace strumento di lavoro. Il cuore della vacanza Settemari è la trasparenza e deve essere sempre più evidente che grazie alla nostra politica di costruzione delle tariffe proponiamo prezzi convenienti, di mercato, fissi e che mai subiranno ritocchi o futuri adeguamenti”, le fa eco **Ezio Birondi**, amministratore delegato di Settemari.
L’anno in arrivo sarà da ricordare anche per le importanti novità di prodotto. La programmazione estate Settemari annovera 22 SettemariClub, tra i quali figurano 5 new entry: una in Italia, due in Grecia, una a Zanzibar e una a Sharm el Sheikh.
A Pantelleria, dopo il successo di vendite della scorsa estate, il Mursia Resort & Spa – a gestione diretta Uvet Hotel Company - entra a far parte a tutti gli effetti della linea di prodotto SettemariClub.
In Grecia, il nuovo ingresso SettemariClub Alonissos Beach – che si fregia dell’unica spiaggia di sabbia dell’incantevole isola nel parco marino protetto – va ad affiancare lo storico Marpunta, commercializzato come SettemariStar, che vira su una formula più “alberghiera”, partendo dal trattamento di bed & breakfast. Secondo SettemariClub a Rodi, con il moderno e totalmente rinnovato Eden Roc, ubicato al nord dell’isola, ottima alternativa al riconfermatissimo Rodos Princess, posizionato sulle spiagge del sud. A Zanzibar fa il suo debutto come SettemariClub il Kiwengwa Beach Resort, villaggio a gestione italiana tra i più noti sul mercato italiano. Gradito ritorno nella programmazione per la destinazione Sharm, con il nuovo SettemariClub Sunrise Diamond Beach Resort, anch’esso “vecchia conoscenza” del mercato italiano e pronto a tornarne protagonista.
Diverse anche le novità tra i SettemariStar in esclusiva per il mercato italiano: in primis, una doppia proposta a Formentera, con i Bungalows Es Pins, in mezza pensione con scooter incluso, e gli Appartamenti Mar y Sal, in posizione strategica vicino alle famose saline, per una vacanza in totale libertà. Altro resort molto noto al mercato italiano è ilBodrum Park in Turchia, con All Inclusive 24 ore, e la doppia proposta Fiesta Beach e Calimera Yati Beach, a Djerba.
Dulcis in fundo, la suggestione di poter soggiornare sulla propria “isola privata”: l’esclusivo Santo Stefano Resort, nel parco naturale dell’arcipelago della Maddalena, a gestione diretta Uvet Hotel Company, “pezzo unico” della linea Settemari Prime.
“Diamo ufficialmente il via all’estate con moltissime new entry in esclusiva che sono veri e proprio colpi di mercato, molto conosciuti e apprezzati dalle ADV italiane. Abbiamo fatto un lavoro costante di

scouting e siamo molto soddisfatti dei frutti che ci ha portato, permettendoci di occupare nella programmazione Mediterraneo, in particolare, un ruolo di assoluto primo piano. Per ciò che riguarda i vantaggi da offrire alla clientela, dopo l'ottima accoglienza da parte del mercato del nostro nuovo pricing, riproponiamo le quote fisse "Prenota prima 90 e 45 giorni", associate a ottimi prezzi e benefit, e le super convenienti mini quote fisse riservate ai bambini che partono da 150 euro per volo, trasferimento e soggiorno all inclusive", conclude **Federico Gallo**, direttore prodotto Settemari.