Settemari, il prezzo senza adeguamenti traina le vendite invernali

La strategia di anticipare a metà giugno l’apertura delle vendite invernali per essere sinergici con il mercato unitamente a una politica di prezzo volta ad evitare gli adeguamenti valutari e di carburante, se da una parte può rappresentare un costo, dall'altra si è rivelata vincente per **Settemari** e Amo il Mondo con riscontri da parte del mondo agenziale superiori alle aspettative. La scelta, in particolare, di creare un catalogo ad hoc dedicato alle proposte natalizie dei due brand, in risposta alle esigenze delle agenzie, è stata accolta molto favorevolmente.

“Aprendo le vendite del periodo natalizio circa un mese fa abbiamo voluto ancora una volta rimarcare un cambio di passo finalizzato ad adeguarci sempre più alle esigenze attuali del mercato; ci interessava inviare un segnale di ascolto concreto alle richieste delle agenzie e la risposta è stata non solo immediata, ma superiore alle nostre aspettative. Il nuovo catalogo, già presente da settimane su tutti gli scaffali, ha destato molta attenzione. Per Settemari hanno certamente fatto la differenza la selezione vincente di proposte e il prezzo trasparente, bloccato e libero da adeguamenti, che ormai ci caratterizza. Per Amo Il Mondo aver proposto idee di viaggio nuove, di forte appeal, già comprensive di volo aereo e con voci di spesa facilmente decifrabili ha decretato un ottimo andamento delle prenotazioni”, commenta **Ezio Birondi**, amministratore delegato Settemari.

Per ciò che concerne le destinazioni, l’Egitto non inverte l’ottimo trend ed il Kenya si riconferma top seller in termini di fatturato. Positivo anche la performance di Zanzibar e Messico. Molto ben centrata, infine, anche la mossa di Amo il Mondo di dare spazio nel catalogo natalizio a una novità importante come l’India: l’itinerario figura tra le proposte più prenotate unitamente a quelli in Sri Lanka.