Settemari e Amo il Mondo: crescita in doppia cifra per le prenotazioni natalizie

Si prospetta davvero un buon Natale per **Settemari** e **Amo il Mondo** che registrano numeri in costante crescita sul 2017 e un andamento delle prenotazioni che prosegue senza flessioni.
Osservando in dettaglio i dati si rileva una crescita del 20% per Settemari e del 45% per Amo il Mondo. Tra i fattori che maggiormente hanno determinato la positività dei numeri figurano la mossa strategica dell'apertura anticipata delle vendite in estate con un catalogo "Anteprima" e le interessanti new entry di prodotto introdotte nella nuova programmazione.
Africa sugli scudi ad esempio per Settemari, con Zanzibar a + 40%, trainata dall'ottima accoglienza da parte del mercato della novità SettemariClub Paje Palms Beach Resort, affacciato su una lunghissima spiaggia nella parte più incontaminata dell'isola. Molto buona anche la performance del Kenya con il SettemariClub Twiga Beach Resort & SPA che segna un aumento del 20%.
"Non è ancora il momento per fare un bilancio definitivo, ma il Natale prospetta buoni numeri e siamo molto soddisfatti dell'ottimo avvio delle novità di prodotto inserite. I numeri fatti registrare dalla new entry zanzibarina SettemariClub Paje Palms Beach Resort sono, per ora, superiori alle aspettative. Il buon andamento delle vendite è frutto anche della fiducia che ci sta accordando, in primis, la distribuzione che ha recepito lo sforzo compiuto dall'azienda per proporre prezzi realmente di mercato, strumento che consente di offrire al cliente un vero valore aggiunto", ha commentato **Sabrina Scaglioni**, product manager Settemari.
Tra le novità lanciate dalla vendita natalizia anticipata si mette bene in evidenza anche il SettemariClub Tuxpan che fin dal suo esordio nella programmazione ha riscontrato il favore di ADV e pubblico, grazie a un ottimo rapporto qualità/prezzo e alla sua posizione sulla spiaggia più ampia di Varadero.
Per Amo il Mondo, tra le proposte lanciate già in estate si stanno distinguendo i tour Incanto Omanita, proposto per Capodanno, che include esperienze particolari come la degustazione di piatti locali in una Majlis omanita e l'escursione con un veicolo 4x4 tra le dune del deserto Wahiba Sands , e Le due anime della Patagonia e Capodanno in Patagonia.
Come da aspettativa, i grandi classici si stanno comportando molto bene con incrementi da record per l'Australia che raddoppia addirittura i numeri dello scorso anno. La Thailandia si conferma la meta più

richiesta e tra le performance migliori si fanno notare Stati Uniti e Argentina,entrambi a + 65%. Andamento con buoni incrementi anche per Maldive, Giappone, Cambogia, Sudafrica e Sri Lanka.

“La mossa di lanciare il Natale in anticipo è stata ottima e ci ha permesso di iniziare a lavorare molto bene già nel periodo estivo partendo proprio dalle proposte inserite nel catalogo ad hoc. Siamo molto contenti di vedere che il lavoro messo in campo per far crescere ogni anno un prodotto chiave quale l’Australia sia stato recepite, così come l’impegno dedicato alla costruzione di itinerari come il tour in Oman che sta vendendo molto bene. Soddisfazione anche per la crescita di una meta come l’Argentina, che attesta la nostra capacità di imporci all’attenzione del mercato anche in area sudamericana, grazie alla ricerca di proposte particolari e ad alto tasso esperienziale”, ha spiegato **Roberto Servetti**, direttore prodotto Amo il Mondo.