Naar Tour Operator debutta sul mercato francese con Naar Voyages

Si chiama **Naar Voyages** l'ultima e ambiziosa sfida di **Frédéric Naar** che varca i confini e si prepara a conquistare il mercato francese. «Un'operazione di internazionalizzazione che parte da lontano - dichiara il titolare del to milanese -. Negli ultimi tre anni abbiamo avuto modo di analizzare il m ercato francese con l'intento di avviare un progetto di ampio respiro, per fondare una realtà speculare a quella italiana, ma in grado di intercettare la distribuzione francese, nella complessità propria di un mercato maturo e consolidato come quello d'Oltralpe – prosegue il manager -. Ci siamo resi conto dell'effettiva possibilità di ritagliarci il nostro spazio, per dar vita ad una nuova avventura: aprire un tour operator, scommettendo tutto sul binomio che da sempre contraddistingue il nostro marchio. Naar Voyages, infatti, è un to classico che si rivolge in modo esclusivo al segmento b2b, supportato dell'expertise tecnologica di Naar Tour Operator, l'avanguardia nel nostro settore in Italia».
La controllata Naar Voyages sarà basata a Parigi: «l'atteggiamento con il quale muoviamo i primi passi sottolinea la prudenza con cui osserviamo le evoluzioni dello scenario della travel industry, soprattutto in queste settimane. In una prima fase il nostro staff sarà composto da 6 persone, guidate da **Marco Guaramonti** (ex Albatravel), grande esperto del mercato francese e figura cardine nello sviluppo dell'interno progetto.
A partire dalle prossime settimane il prodotto Naar sarà al 100% disponibile per le adv francesi, tuttavia l'ufficializzazione e l'apertura delle vendite avverrà il prossimo 1° dicembre. Intanto, l'operatore si prepara ad un primo formale debutto sul mercato che lo avvicinerà al comparto, consentendo agli adv di toccare con mano il prodotto: Naar Voyages attende le agenzie presso il proprio stand nell'ambito della manifestazione trade IFTM-Top Resa, che si svolge dall' 1 al 4 ottobre 2019, a Parigi.
«Il 2020 sarà un anno di rodaggio, apriremo le vendite a dicembre dirottate già sulla stagione estiva, ma dovremo attendere il biennio successivo per raccogliere i primi risultati. La nostra ambizione ci proietta nel prossimo decennio a imporci sul mercato francese come tour operator di riferimento per il segmento tailor made».
Una sfida presentata al mercato con prudenza e umiltà, ma una volta varcati i confini, l'ambizione spalanca gli orizzonti «seguiremo step by step lo sviluppo in Francia e nei prossimi due anni riteniamo di poter trasferire lo stesso modello di sviluppo anche in Belgio, tenendo presente la favorevole

prossimità culturale dei due Paesi».