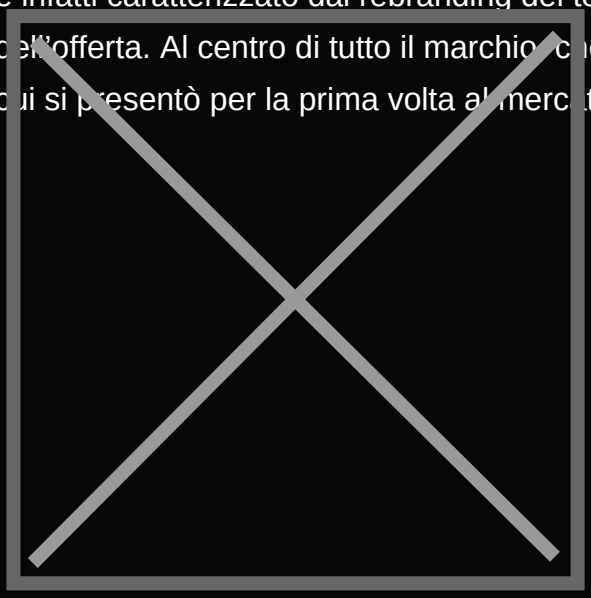
Operazione nostalgia in casa Alpitour: Villaggi Bravo torna al marchio Bravo Club

Bravo, il brand più villaggista del **Gruppo Alpitour** ha chiuso un'estate caratterizzata da ottimi risultati di vendita e inizia la stagione invernale con importanti novità non solo di prodotto. L'avvio dell'inverno è infatti caratterizzato dal rebranding del tour operator, funzionale alla nuova segmentazione dell'offerta. Al centro di tutto il marchio che, da Villaggi Bravo, torna ad essere **Bravo Club**, nome con cui si presentò per la prima volta al mercato nel 1996.



Tre le declinazioni in cui sarà ripartirà l'offerta:

- **VILLAGGI**: per chi cerca una vacanza all'insegna dell'italianità e del divertimento, giorno e notte, dell'intrattenimento per i più piccoli, per chi non rinuncia ad una cucina ricercata e ad un'assistenza attenta e impeccabile.
- **INTERNATIONAL**: club in cui si respira il calore dell'atmosfera italiana, l'attenzione ad una cucina di qualità, unite ad una proposta di animazione che predilige i momenti ludici e le feste, il tutto pensato per accogliere non solo la clientela italiana.
- **B&BRAVO**: la formula bed&breakfast unita al divertimento proposto dai "Bravo PR" per vivere la destinazione nel modo più completo.

Le tre linee di prodotto offriranno soluzioni di vacanza adatte alle esigenze di una clientela destinata ad ampliarsi, anche oltre i confini italiani.

Tutte le strutture BRAVO CLUB hanno l’assistenza italiana, così come la cucina e gli staff di animazione per adulti e bambini, che, negli INTERNATIONAL, beneficeranno anche di formule di intrattenimento più articolate e capaci di coinvolgere ospiti Bravo Club di altre nazionalità. I club INTERNATIONAL sono: Arenal, Kiwengwa e Vila do Farol, tutte strutture che già da tempo annoverano presenze straniere tra la propria clientela.