Raro by Nicolaus: inverno trainato dalle Maldive

Prosegue il Grande inverno del brand Raro by **Nicolaus** specializzato nel segmento del luxury travel. Gli investimenti compiuti in termini di prodotto sono stati importanti, in linea con la crescita del gruppo Nicolaus, e i risultati li stanno premiando con ottime performance di vendita soprattutto per l'offerta alto di gamma. In particolare evidenza i dati del mese di dicembre e delle festività natalizie, con Maldive in forte ascesa e percentuali del 31% di crescita sul 2017 per i passeggeri prenotati per Capodanno. Degno di nota anche il dato relativo alla tipologia di volo prescelto con un incremento di ben il 70% per i posti in business class.

"È necessario proporre al mercato qualcosa di assolutamente diverso ed esclusivo e la scelta dell'azienda di investire sul segmento luxury per le Maldive, che continua a essere la nostra destinazione top seller, ci dà la consapevolezza di poter fornire un prodotto in linea con il nostro DNA di operatore tailor made di fascia alta, particolarmente attento alle esigenze dei clienti", commenta **Vito Facciolla**, product manager Raro by Nicolaus.

Questo tipo di crescita dà molta soddisfazione all'operatore che vede premiate le scelte strategiche finalizzate a puntare su un target elevato in termini di servizi, disponendo di collegamenti aerei in business class, con voli garantiti da Roma e da Milano Malpensa, nelle date migliori, e con partenza il 27/12 e rientro il 5/1.

L'importante investimento dedicato a voli aerei in classe business e a camere garantite rappresenta un importante plus esclusivo da offrire ad ADV e clienti in un momento del mercato come quello delle festività natalizie, tradizionalmente caratterizzato dall'enorme difficoltà legata alla possibilità di prenotare, in particolare, posti volo top class.

"Abbiamo selezionato i migliori partners alle Maldive sino ad oggi, abbiamo importanti novità da offrire, tra cui la collaborazione con la prestigiosa catena alberghiera Lux*, e nell'ottica della sinergia abbiamo lanciato con ottimo esito la promozione Black Friday, sostenuta da un'offerta per gli ultimi posti rimasti per Capodanno con una forte riduzione di 500 euro a pratica, particolarmente apprezzata dai nostri partners", conclude Vito Facciolla.