

## **RASSEGNA STAMPA CARRÉBLU 2008**

**Testata BIT – Fiera Milano**

**Data Maggio 2008**

### **Più spazio e un maggiore riscontro di pubblico per Carréblu**

*L'azienda è specializzata nel turismo di lusso destinato ad un target alto*

“Il bilancio di quest'edizione è positivo – dichiara **Alessandro Zanon**, direttore commerciale e marketing di **Carréblu** - sia perché abbiamo ottenuto un buon riscontro da parte dei visitatori, sia perché la location di Fiera Milano funziona bene. Quest'anno abbiamo avuto uno spazio maggiore all'interno del padiglione e, insieme allo stand, è aumentato anche il nostro business”.

Carréblu propone viaggi esclusivi in base alle particolari esigenze di ogni cliente. Il tour operator, che ha sede a Torino, è specializzato nell'organizzazione di vacanze verso numerose mete a lungo raggio. Le destinazioni di punta sono l'Oceano Indiano, le isole dei Caraibi, l'India, l'Africa, il Medio Oriente, la Polinesia francese e il Venezuela. A partire da quest'anno le proposte dell'operatore sono state ampliate con l'aggiunta di due cataloghi dedicati ai Paesi del Mediterraneo e all'Oriente.

“Abbiamo presentato i nuovi cataloghi 2008, Mediterraneo e Oriente, con strutture selezionate per un target alto, nel rispetto della nostra filosofia – continua Zanon -. Nel catalogo dedicato al Mediterraneo l'offerta vacanze si basa sul relax ed è rivolta agli amanti del golf e delle spa. Per chi ama il mare non potevano mancare le crociere in barche a vela e catamarani. Nel catalogo Oriente sono in programma varie tipologie di viaggio, spaziando dai tour ai soggiorni con escursioni fino alle minicrociere”.

Rispondere alla clientela più esigente è il denominatore comune che caratterizza le proposte di viaggio di Carréblu, che ha fatto dell'esclusività la sua filosofia e il suo punto di forza. La scelta degli itinerari e dei resort è curata nei minimi dettagli per offrire al cliente qualità e servizio: luoghi incantevoli si fondono con il comfort e l'eleganza delle strutture alberghiere.