

Naar TO cambia logo e inizia un nuovo viaggio

notizia pubblicata 11 Ottobre 2023 alle ore 10:20 nella categoria **Tour operator**



Naar TO ha intrapreso un importante progetto di rebranding. La volontà ad anticipare le nuove esigenze del mercato è sempre stata una costante per Naar TO, che in quasi 30 anni di attività, ha offerto ai suoi collaboratori una tecnologia avanzata ed efficace per l'ideazione di viaggi su misura, oltre che ad un alto grado di specializzazione ed esperienza dei suoi dipendenti.

“Gli sforzi negli ultimi anni sono stati focalizzati sulla profondità di prodotto, la qualità del servizio, la formazione del personale e delle agenzie, ed al superamento della ‘stagione del Covid’, che ha segnato un punto di svolta nell’azienda ed in tutto il settore. Seppur continuando a migliorare ciò che è relativo al prodotto, Naar Tour Operator ha sentito il bisogno di rinnovare la comunicazione e l’immagine, con un investimento di risorse”, commenta la Responsabile Commerciale & Marketing, Mariagrazia Verna.

La scelta di un logo monocromatico bianco o nero e di un font lineare e preciso, riportano all’eleganza e alla tradizione, a quell’eredità culturale che Frederic Naar, il fondatore dell’azienda, ha acquisito dalla sua esperienza familiare nel settore dei viaggi. La nuova grafica trasmette armonia, qualità e fiducia, la stessa che contraddistingue tutto il gruppo Naar Tour Operator, a cui gli agenti di viaggio da anni affidano i propri clienti.

Ai piedi del nuovo logo si legge ‘Bespoke Travel’, che significa ‘viaggi su misura’ e cioè la specializzazione dell’operatore. L’inglese è per motivi di internazionalizzazione del marchio, che nel 2019 ha esportato il proprio modello di business in Francia e che, nel prossimo futuro, intravede ulteriori espansioni in Europa.

“La parola ‘bespoke’, in passato, si riferiva esclusivamente agli eleganti completi maschili confezionati dai

sarti di Londra, ed essendo noi specialisti di viaggi su misura, ci è sembrata un'analogia perfetta", afferma Frederic Naar.

La costante grafica che dal 1994 contraddistingue Naar Tour Operator è l'utilizzo del colore arancione e le origini olandesi della famiglia Naar non sono le uniche ragioni: l'arancione, infatti, utilizzato in contrapposizione con il nero e il bianco, ha lo scopo di esprimere energia, intraprendenza ed audacia. Il connubio quindi, tra il bianco, il nero e l'arancione è ciò che caratterizza il gruppo Naar Tour Operator, un operatore tradizionale con spirito innovativo.

Il re-branding, a detta di Corrado Locatelli, il direttore operativo di Naar Tour Operator, porterà dei cambiamenti anche interni: "Il modello organizzativo a cui tendiamo è quello agile, che supera la concezione tradizionale, lenta e ostile al cambiamento. Il nostro scopo è quello di condividere una visione comune con il nostro staff e i nostri partner attraverso una comunicazione trasparente, la flessibilità di azione, la valorizzazione dei talenti e l'ottimizzazione di ogni processo. Non è un'opera di rivoluzione ma di evoluzione, che tende al miglioramento costante e continuativo".