La "strana" coppia Ryanair e Travelport incontra gli agenti di viaggi

"Arricchire il nostro sistema di contenuti. Con contenuti di valore come quelli di Ryanair". "Andare alla ricerca di nuovi clienti (leggasi business traveller in primis, ndr) che ci permettano di arrivare presto al nostro target di 110 milioni di viaggiatori in un anno". Sono parole queste rispettivamente del general manager Italia e Malta di **Travelport Silvio Paganini** e del Sales & marketing manager di **Ryanair** per Italia, Grecia e Croazia **John Alborante**, per spiegare la loro recente partnership. Che ha visto coinvolgere ben 200 agenti di viaggi alla Borsa Mediterranea del Turismo di Napoli e a Milano nella sede Travelport. In attesa che altri gds bussino alla porta della low cost irlandese, "naturalmente lo hanno già fatto ma, almeno per la stagione esiva, saremo solo con Travelport. Magari per l'inverno potremmo averne un secondo" commenta la Head of corporate travel & groups di Ryanair **Lesley Kane**. "Ryanair è disponibile solo da pochi giorni nei sistemi d’agenzia Travelport e già il vettore sta stringendo solide relazioni d’affari con i suoi nuovi interlocutori nel trade italiano" commenta **Damiano Sabatino**, VP and Managing Director di Travelport per l’Europa Occidentale, nel suo intervento nel corso della cerimonia di apertura di **BMT**.