Conti in controtendenza per Press Tours che rilancia per il 2014

"Ottima conoscenza delle destinazioni proposte senza voli pindarici, uso della tecnologia e dei social e una politica commerciale estremamente chiara. Sia nei confronti del consumatore finale che degli agenti di viaggi". Questi i tre punti che il responsabile della promozione di **Press Tours Moreno Rognoni** elenca per sottolineare le buone performance dell'operatore nel 2013, "chiuso a più 18% di fatturato e passeggeri" dice Rognoni, e un buon inizio di 2014, " a più 10-12%" aggiunge il responsabile promozione del to che propone pe ril 2014 ben 13 cataloghi, tra cui uno dedicato a **Cuba** , "il nostro core business con 25 mila clienti ogni anno", altri monografici sulle destinazioni del Nord e del Sud America, uno sull'Oceano Indiano e uno sull'Africa australe e orientale, curato da **Scirocco Tours**, operatore acquisito da Press Tours circa due anni fa.