Amo il Mondo, l'Argentina debutta con un webinair

La programmazione **Sud America** di **Amo il Mondo** ora include anche l'Argentina. E per entrare subito nel vivo del mercato e attivare una relazione diretta con gli ADV il brand del gruppo Settemari ha organizzato un **webinar per il 9 luglio,** nel corso del quale verrà effettuato un viaggio per immagini dedicato agli ADV, che così potranno focalizzare tutti gli aspetti della programmazione.
Come per **Brasile, Cile e Perù** anche per l'Argentina l'obiettivo è la costruzione di un'offerta dedicata a target differenziati, anche grazie a un rapporto qualità/prezzo che valorizzi al massimo le proposte. Agli immancabili classici si combinano infatti diverse tipologie di tour, da quelli individuali con partenze giornaliere a quelli di gruppo a date fisse, ma entrambi fruibili nell'arco di tutto l'anno. Le combinazioni con il Cile, per esempio, sono dedicate al target high-spender e permettono di raggiungere Capo Horn con la crociera a bordo della motonave Stella Australis o visitare i vigneti cileni e Valparaiso. Target privilegiato della programmazione sono anche gli **honeymooner**, per i quali è stato pensato il tour Patagonia Dinamica. Ma un'attenzione particolare è stata riservata al concetto di living as locals, esperienze che possono essere inserite come estensioni dei differenti tour e permettono di vivere momenti unici in linea con l'ultima tedenza del turismo esperienziale.
Tutte le proposte saranno visibili agli agenti e al pubblico sul catalogo online dell'operatore.