La programmazione 2018 di King Holidays e il suo volto femminile

Si è svolto ieri presso la sede romana di **King Holidays** il consueto appuntamento riservato alla stampa di settore e dedicato alla programmazione 2017/2018. La presentazione di tutte le ultime novità e iniziative messe in atto dal tour operator in vista dei mesi futuri giunge al termine di un anno contrassegnato dal segno positivo: i dati dipingono un risultato operativo in netta crescita rispetto alla scorsa stagione, con un incremento generale medio del 15%.
Con la nuova programmazione l'azienda prova a coniugare la destagionalizzazione del prodotto con l'ampliamento dell'offerta turistica, in modo da soddisfare una domanda sempre più trasversale ed eterogenea. Accanto ai viaggi culturali hanno trovato così posto un "mare invernale a 360°" sulle più belle spiagge del mondo, dalle Seychelles al Brasile, dalla Thailandia alle Canarie, e nuovi itinerari "avventura" hanno arricchito la programmazione su ogni destinazione. Il risultato è una vasta gamma di proposte, di gruppo e individuali, con partenze garantite sia in alta che in bassa stagione.
Per quanto riguarda i **cataloghi**, King Holidays ripropone "Sud America", "Oriente" ed "Oceano Indiano", tre "cavalli di battaglia" di validità annuale, e riconferma il **monografico "Marocco"**, realizzato in partnership con l'Ente del Turismo: una proficua collaborazione che si rinnova in vista della stagione primaverile con una campagna co-marketing ricca di iniziative legate alla pubblicità e alla formazione.
Tutte le brochure presentano in copertina un volto femminile, come spiega **Barbara Cipolloni**, product manager King Holidays: "quest'anno abbiamo voluto dare evidenza all'aspetto umano delle destinazioni e non soltanto a quello paesaggistico e storico. Una scelta per nulla casuale che trova riscontro in tutte le esperienze di incontro e confronto con le popolazioni locali riportate all'interno dei programmi". Le "donne di King Holidays" sono autentiche, rispecchiano l'anima dei loro Paesi senza sofisticazioni, in linea con la filosofia di viaggio del T.O. e al di là di ogni compromesso o volontà di modificarne l'aspetto in funzione della nostra cultura: un inno alla grazia e alla bellezza "naturali" che incanta il lettore fin dalla prima pagina.
Confermato infine, dopo il successo dell'anno scorso, anche il catalogo **"Viaggi di Nozze"** giunto alla sua seconda edizione: una sintesi dell'offerta King Holidays che affianca programmi elaborati ad hoc a circuiti classici tratti dalle altre brochure, garantendo un'attenta selezione di prodotti adatti a questo

specifico target.