Delta One, rivoluzione in business

Tre miliardi di dollari per migliorare l'esperienza di viaggio dei propri passeggeri. Un'esperienza che parte dalla business, ribattezzata **Delta One**, caratterizzata da poltrone interamente reclinabili, amenity kit esclusivi, intrattenimento con centinaia di ore di film, giochi, musica, menù di cinque portate e molti altri benefit. Per presentare i servizi della sua classe di punta, **Delta Air Lines** ha organizzato un evento a **Milano**, declinato su due giornate - una per le agenzie, una per corporate e frequent flyer - e un secondo appuntamento a Roma. Nel capoluogo lombardo, presso gli spazi del rinnovato Hotel Excelsior Gallia, è stata allestito un vero e proprio spaccato del mondo Delta, per una full immersion in quello che è il servizio delle compagnia americana prima, durante e dopo il volo. Sono quindi state ricreate a Milano una lounge Delta Sky Club, addirittura con la terrazza panoramica che contraddistingue la lounge di New York Jfk; è stato preparato un banco con i prestigiosi rossi e bianchi disponibili sulla carta dei vini di bordo; e, naturalmente, è stata presentata la poltrona interamente reclinabile della Delta One, configurata con posti 1x2x1 in modo che tutti i passeggeri abbiano accesso diretto al corridoio. Un investimento importante, quello sull'Italia, che conferma la priorità del nostro paese - quarto mercato europeo - per il vettore Usa.

"Quest'estate, sui voli Delta tra Italia e **Stati Uniti** offriremo 85.000 posti in classe Delta One" ha detto **Patrizia Ribaga**, direttore commerciale Delta per l'Italia. "Delta, che nel periodo di alta stagione opererà fino a 9 voli al giorno dall'Italia - erano otto l'anno scorso - si impegna costantemente per superare le aspettative dei suoi viaggiatori d'affari in termini di network, convenienza degli orari e servizi di bordo".

Delta, che collega **Milano, Roma, Venezia e Pisa** con tre città Usa con voli non stop - Atlanta, New York Jfk e Detroit - si concentra in particolare su Malpensa. "Il Milano-New York registra un ottimo fattore di riempimento, diviso al 50% fra passeggeri italiani e statunitensi" conclude Ribaga. "Anche per questo, su Milano operiamo con l'A330 da 298 posti, contro i 247 del 767-400".