I Viaggi del Delfino e Alitalia portano gli agenti alla (ri)scoperta del Messico

Otto giorni di natura e cultura, colori e sapori per (ri)scoprire il Messico. È stato un successo il FamTour organizzato da **I Viaggi del Delfino**, in collaborazione con **Alitalia**, per far toccare con mano agli Agenti di Viaggio il calore dell'ospitalità messicana, che il terremoto di Città del Messico dello scorso settembre non ha minimamente scalfito. Obiettivo dell'educational appena concluso, era, infatti, mostrare ai dettaglianti come la destinazione, da sempre una delle più vendute dal Tour Operator napoletano, non abbia subito dopo il sisma alcuna battuta d'arresto e si presenti al mercato con tutte le strutture ricettive aperte e perfettamente operative.

"Dopo la scossa di terremoto di settembre era fondamentale per noi che gli Agenti di Viaggio vedessero con i propri occhi qual è la reale situazione in Messico - spiega la Presidente **Ivana Di Stasio** -. E il Messico è oggi un Paese sicuro, pronto ad accogliere i turisti esattamente come prima. Una meta – aggiunge – che troppo spesso viene venduta come sola destinazione o estensione mare e che invece, come hanno potuto rendersi conto di persona gli Agenti durante questo FamTour, ha molto di più da offrire a tutti i target di clientela anche sotto il profilo culturale, delle bellezze naturali e della scoperta delle tradizioni di una civiltà millenaria".

A partire con il tour operator napoletano alla volta del Messico sono stati i vincitori del contest "Non è la fine del mondo?", che ha premiato le dieci migliori Agenzie che al 16 ottobre hanno venduto più pacchetti di viaggio (volo+soggiorno) con Alitalia per le destinazioni del Nord America (New York, Miami, Los Angeles, Boston, Toronto, Havana e Città del Messico).

"Ringraziamo il partner Alitalia per aver voluto sostenere questa iniziativa così importante per noi: non c'è alcun motivo fondato in questo momento per non continuare e vendere il Messico. Come operatori – conclude Di Stasio – abbiamo il dovere di non cedere all'onda emotiva continuando a sostenere una destinazione amica, sicura e stabile".