

King Holidays presenta il suo 'Oriente': personalizzato, diversificato e sostenibile

notizia pubblicata 19 Dicembre 2019 alle ore 10:20 nella categoria **Tour operator**



Punta a valorizzare la diversità, a promuovere la conoscenza, a superare le barriere e a sorprendere attraverso il valore aggiunto dell'autenticità: è l'Oriente firmato King Holidays, raccolto nella brochure di validità annuale già disponibile in tutte le adv e sfogliabile sul sito www.kingholidays.it.

“Quest’anno – dice Barbara Cipolloni, product manager King Holidays – abbiamo diverse novità di prodotto, con un focus su India e Indocina, ma l’aspetto a cui teniamo di più è l’approccio che permea tutte le destinazioni: promuoviamo un turismo sostenibile, rispettoso dell’ambiente e veicolo di conoscenza, in un’ottica di apertura e di condivisione con l’altro. Soprattutto, puntiamo sull’accessibilità dell’esperienza: non vogliamo sorprendere a tutti i costi il cliente con proposte forzate o fuori luogo. Il valore aggiunto di un viaggio è la sua autenticità, il contatto diretto e senza mediazioni con la realtà locale, l’emozione di un paesaggio o di uno sguardo. E, come sempre, più le cose sembrano semplici da realizzare, più sono difficili da ottenere”.

King Holidays si distingue per la grande attenzione prestata all’assistenza, sempre immediata ed efficace, garantita dalla sinergia tra la rete di corrispondenti locali e una centrale operativa attiva h24, pronta ad intervenire in caso di imprevisti. Tante anche le offerte speciali abbinate alla maggior parte dei programmi: un sistema di icone accanto ad ogni itinerario permette di identificare le diverse opportunità disponibili così da rendere il viaggio sostenibile.

Apri il catalogo la sezione dedicata all’India e alle Maldive protagoniste anche nella programmazione

dedicata allo Sri Lanka. Grandi novità anche in Indocina, con diverse new entry che si affiancano agli inserimenti dello scorso anno. Accanto ai tour tradizionali, ci siamo concentrati sui combinati tematici, comprese alcune proposte molto ricercate, come la visita della Golden Rock in Birmania. Spazio anche alla Thailandia e al Vietnam.

Dopo aver rappresentato le grandi novità dell'edizione 2018/2019 del catalogo, vengono riproposte Malesia ed Indonesia, con un mix di offerte tra circuiti itineranti e soggiorni mare in località paradisiache. Al catalogo si affianca una programmazione extra sul Borneo, trasmessa alle agenzie di viaggi attraverso locandine e strumenti social.

La Cina si riconferma una delle destinazioni maggiormente richieste del catalogo: sull'onda dei buoni risultati della stagione 2018/2019, il TO ripropone in programmazione 3 tour di gruppo differenziati per tipologia di itinerario e grado di complessità, con partenze bisettimanali tutto l'anno, ogni mercoledì e domenica, a cui si aggiunge una terza partenza settimanale in luglio e agosto, ogni venerdì.

In Giappone il tour operator propone 6 tour, di cui 5 di gruppo con partenze garantite e uno su base individuale. Come nel caso della Cina, gli itinerari spaziano dalle soluzioni più semplici alle più complesse, offrendo ad ogni viaggiatore la possibilità di assecondare le proprie aspettative.