

## King Holidays scommette su Malta con due eventi sui social per gli adv

notizia pubblicata **02 Luglio 2021** alle ore **11:10** nella categoria **Tour operator**



King Holidays torna a scommettere su uno dei fiori all'occhiello della sua programmazione: Malta, che, grazie ad una oculata campagna vaccinale, è stato il primo Paese europeo a raggiungere l'immunità di gregge ed è dunque destinata ad essere, anche per il suo ottimo rapporto qualità/prezzo, una delle mete di punta di questa estate 2021.

Per promuovere la destinazione, King Holidays ha avviato, in collaborazione con Malta Tourism Authority, un'operazione di co-marketing, che prevede due appuntamenti sui suoi canali social, con un titolo che è tutto un programma: 'Bollicine da Malta'.

Nello specifico, venerdì 2 luglio sulla pagina Facebook del TO si terrà, a partire dalle 18.30, una diretta da Malta: un aperitivo durante il quale Barbara Cipolloni, product manager di King Holidays, sarà collegata dal Roof Garden Radisson St Julian's e racconterà aneddoti e curiosità di Malta, descrivendo la location e il panorama mozzafiato dell'arcipelago.

Successivamente, mercoledì 7 luglio, insieme a Maya Francione – Trade Marketing Coordinator di Malta Tourism Authority -, la stessa Barbara Cipolloni presenterà alle agenzie collegate via Zoom il suo viaggio in formula green, mettendo in evidenza le misure di sicurezza adottate e le attività all'aria aperta da poter svolgere: durante l'evento, inoltre, verranno presentate una serie di foto e video che daranno un'idea chiara su come sia possibile trascorrere una vacanza piacevole a Malta.

King Holidays non fa mancare il suo impegno anche per l'estate che è appena cominciata, predisponendo

per il mese di agosto diversi pacchetti per l'arcipelago, con partenze garantite da Roma e Milano e soggiorni di 8 giorni e 7 notti in hotel 3/4/5 stelle con prima colazione inclusa. E per una maggiore sicurezza, nella quota è compresa una assicurazione medico/bagaglio con copertura che interviene in caso di fermo sanitario.

“Il sentiment dei clienti è sempre più positivo e c'è una gran voglia di partire. Nelle ultime settimane riceviamo un centinaio di chiamate al giorno: i clienti hanno ancora bisogno di informazioni e rassicurazioni. Per questo torniamo ad investire sulla formazione al trade”, ha detto Barbara Cipolloni.