



Reparto missioni (im)possibili

Cercare di fare della Corea del Nord una destinazione turistica, scoprire spazi ancora sconosciuti dell'Europa. Riportare sulle mappe degli italiani la Turchia o ancora spiegare agli agenti come vendere l'America Latina in "orizzontale". Si potrebbe dire che all'interno del Quality Group esista un vero e proprio "reparto missioni impossibili".

Questo reparto è composto, nello specifico, da Silvia Terreni, responsabile del prodotto Corea del Nord e Corea del Sud; Daniela Fecchio, general manager di Europa World e Francesco Vitali, general manager di Latitud Patagonia. I tre lavorano su prodotti differenti, ma tutti a loro modo "complicati".

Il compito più arduo, probabilmente, spetta a Terreni. È lei, infatti, la persona addetta a immaginare itinerari che possano "riunire" le due Coree e portare la Corea del Nord nei desideri dei viaggiatori della Penisola.

Trovare un modo "alternativo" e interessante di vendere un prodotto disintermediato come il Vecchio Continente è invece il compito di Daniela Fecchio. Lei che i viaggi in Europa li ha visti nascere, quando negli anni '80 "partiva in torpedone" con i bus di Ventana, dove ha lavorato come responsabile del prodotto.

C'è poi Francesco Vitali con la sua America Latina "orizzontale", che sfida le cartine geografiche. Con i suoi itinerari Vitali cerca di spronare le agenzie a vendere l'America Latina per aree climatiche e non da Nord a Sud, come la si intende più classicamente. Una soluzione più comoda anche per i meteoropatici.