



COMUNICATO STAMPA

Delta presenta i nuovi amenity kit personalizzabili TUMI

I kit Delta One con i prodotti Kiehl's Since 1851 presentano un nuovo look, nuovi prodotti e possono essere impreziositi da un monogramma a piacere

ATLANTA, 23 agosto 2017 – A partire dal 1 settembre Delta Air Lines (NYSE: DAL) rinnoverà i propri amenity kit TUMI in Delta One, la business class del vettore. I kit presenteranno un nuovo look and feel e potranno essere personalizzati da ciascun passeggero.

Sul fronte dell'amenity kit rigido TUMI di Delta, che si ispira alla popolare collezione 19 Degree della compagnia, sarà infatti possibile inserire un monogramma a piacere – un particolare inedito per una compagnia aerea. *“Ogni dettaglio parte del nostro amenity kit TUMI è stato pensato tenendo a mente le necessità e le preferenze dei nostri clienti – non importa se grandi o piccole”* ha detto Allison Ausband, Senior Vice President – In-Flight Service di Delta. *“Siamo felici di poter offrire ai nostri passeggeri la possibilità di apporre un monogramma ai propri amenity kit, creando così un souvenir personalizzato per i loro viaggi attraverso il mondo”*.

I kit in classe Delta One continueranno ad essere firmati da due brand di alta qualità ed eccellenza - TUMI e Kiehl's Since 1851 – per un'esperienza di vero benessere fra le nuvole, come in una spa, che aiuta a rivitalizzare la pelle sui voli Delta più lunghi.

I rinnovati kit includeranno nuovi prodotti – come un detergente per le mani, un collutorio e una mascherina per gli occhi TUMI, oltre a nuovi calzettoni a righe. Il kit conterrà inoltre i must-have per il viaggio, come il Lip Balm #1 di Kiehl e una lozione mani e corpo deluxe al profumo di pompelmo all'avena e aloe vera, un kit per l'igiene dentale che comprende dentifricio Crest, salviette, collutorio e tappi per le orecchie.

I kit saranno disponibili su tutti i voli Delta One, inclusi i collegamenti coast to coast tra New York JFK e Los Angeles/San Francisco, Boston/San Francisco e Washington DC/Los Angeles, con pochette TUMI sia rigida che morbida. I passeggeri riceveranno un kit rigido color argento sui voli in partenza dagli Stati Uniti e una pochette nera morbida sui voli verso gli USA, in modo da poter collezionare, su ogni volo, un amenity kit differente.

Sarà possibile apporre il monogramma in ogni boutique TUMI, in aggiunta ai punti vendita aeroportuali: ai passeggeri basterà recarsi in negozio con la mostrina che si trova all'interno del kit.

Oltre a Delta One, la compagnia sta rinnovando la sua offerta in ogni classe, per continuare ad offrire ad ogni passeggero un eccellente livello di servizio.

I passeggeri della cabina [Delta Premium Select](#), che debutta quest'autunno sul primo Airbus A350 di Delta, riceveranno una pochette blu di TUMI contenente la lozione alla vitamina B di Malin+Goetz, un kit dentale con dentifricio Colgate, una mascherina per gli occhi, calzini e tappi per le orecchie.

Inoltre i passeggeri in classe Delta Comfort+ che viaggiano sulle rotte internazionali e su alcune selezionate rotte domestiche di lungo raggio avranno a disposizione un kit Rest and Refresh con maschera per gli occhi, tappi per le orecchie e un kit dentale con dentifricio Colgate, mentre i passeggeri in classe Main Cabin riceveranno un kit con mascherina e tappi per le orecchie.

Investimento nell'esperienza di viaggio

Il recente rinnovamento è parte di un investimento di milioni di dollari della compagnia per migliorare l'esperienza di viaggio che include un programma di modernizzazione delle cabine con nuove poltrone, schermi a poltrona dotati di [free entertainment](#), cappelliere più capienti, accesso al servizio Wi-Fi esteso alla quasi totalità dei voli, [pasti gratuiti in classe Main Cabin](#) su selezionati voli, [snack rinnovati in Main Cabin](#), servizio di bordo firmato [Alessi](#), lenzuola Westin Heavenly®, menù curati da famosi chef e abbinati ai vini selezionati dalla master sommelier Andrea Robinson, cuffie antirumore [LSTN headphones](#) e altro ancora.

Delta ha inoltre affrontato investimenti significativi per quanto riguarda l'esperienza di viaggio in aeroporto, ed ha pianificato di aggiungere quasi 250 nuovi aeromobili alla propria flotta nei prossimi anni. Parte del progetto sono le nuove lounge Delta Sky Club a Denver, Atlanta e Seattle, e il rinnovamento dei Club a Nashville, Dallas, Newark e Minneapolis-St. Paul, i programmi di ristrutturazione aeroportuale a Atlanta, Los Angeles, New York e Salt Lake City, e il test e l'implementazione di un migliorato processo di imbarco ad Atlanta.

Delta

Delta Air Lines serve più di 180 milioni di passeggeri ogni anno. Delta è stata inclusa nella top 50 delle "World's Most Admired Companies" redatta dalla rivista FORTUNE oltre che essere nominata "most admired airline" per la sesta volta in sette anni. Inoltre si è classificata al primo posto per il sesto anno consecutivo nell'annuale sondaggio di Business Travel News Airline, un record per qualsiasi compagnia aerea. Grazie a un ineguagliato network globale, Delta e i vettori [Delta Connection](#) offrono servizi verso 329 destinazioni, 62 Paesi e sei continenti. Delta, con sede ad Atlanta, ha circa 80.000 dipendenti nel mondo e gestisce una flotta di oltre 800 aeromobili. Membro fondatore dell'alleanza globale [SkyTeam](#), Delta è parte della joint venture transatlantica, leader nel settore dell'aviazione, con [Air France-KLM](#) e [Alitalia](#) così come della joint venture con [Virgin Atlantic](#). Con i propri partner nel mondo, Delta offre ai suoi passeggeri più di 15.000 voli al giorno, operando dagli hub di [Amsterdam](#), [Atlanta](#), [Boston](#), [Detroit](#), Londra-Heathrow, [Los Angeles](#), [Minneapolis/St. Paul](#), [New York-JFK](#) e [LaGuardia](#), [Parigi-Charles de Gaulle](#), [Salt Lake City](#), [Seattle](#) e [Tokyo-Narita](#). Delta ha investito diversi miliardi di dollari in strutture aeroportuali, nel prodotto globale, nei servizi e nelle tecnologie per migliorare l'esperienza dei passeggeri a terra e in volo. Ulteriori informazioni sono disponibili in: [Delta News Hub](#), [delta.com](#), Twitter [@DeltaNewsHub](#), [Google.com/+Delta](#), [Facebook.com/delta](#)

TUMI

Dal 1975 TUMI crea accessori business e da viaggio d'eccellenza, disegnati per migliorare, semplificare e rendere più bella la vita in movimento. Unendo una funzionalità perfetta ad uno spirito di ingegnosità, ci impegniamo a rendere migliore il viaggiare e accompagniamo, spesso per una vita, chi ama muoversi e seguire la propria passione. Creati in America, per cittadini globali in ogni luogo. Il brand è venduto in

tutto il mondo in oltre 75 Paesi attraverso oltre 1.900 punti vendita. Per saperne di più su TUMI, visitare: www.TUMI.com

Kiehl's Since 1851

Kiehl's Since 1851 è stata fondata nell'East Village newyorkese come un'antica farmacia. La sua unica e vasta eredità è un insieme di conoscenze cosmetiche, farmaceutiche, erboristiche e mediche sviluppate e migliorate nel corso di generazioni.

Malin+Goetz

Fondato nel quartiere di Chelsea a New York nel 2004 da Matthew Malin e Andrew Goetz, il brand ha avuto subito la missione di offrire trattamenti botanici semplici e scientifici allo stesso tempo delicati ed efficaci. Questi prodotti sono adatti ad ogni tipologia di pelle, e specialmente per quelle delicate. Per il beauty femminile e maschile.

Per ulteriori informazioni su questo contattare:

ABC PR Consulting

Maria Vittoria Ambrosioni/Chiara Bartoli

Tel: +39 02 83527768

Maria Vittoria Ambrosioni: mv.ambrosioni@abc-prc.com; Mob: +39 335 1738475

Chiara Bartoli: c.bartoli@abc-prc.com; Mob: + 39 345 4569748