

Moneydirect.com, anche per incassare Sabre, risparmio e commissioni

È già online *Moneydirect.com*, il nuovo sistema di pagamento online per il prodotto 'non air', joint venture Sabre-Amadeus: «Di fatto crea uno standard, un bsp per il prodotto non air - dice **Mario Cardone**, vp Sabre

per Italia e Europa occidentale - e semplifica per le adv l'incasso di commissioni. È un esempio di collaborazione tra competitor, ma non è il segnale di un'alleanza tra Sabre e Amadeus».

A Rimini Sabre presenta

l'indagine indipendente di Topaz, che dimostra la specializzazione di Sabre nella ricerca delle tariffe minime sul mercato, e nuovi prodotti: *Traveller security data suite*, che 'traccia' i viaggiatori dal PNR; *SMS for travel*, che invia info e alert con sms da sistema; e *Hotel rate assured*, che segnala e certifica la miglior tariffa alberghiera disponibile, frutto di accordi stretti da Sabre con gli hotel. **Pad. B3 - St. 087/96 - C. 3/4**

AGENZIE, GDS E WEB

Amadeus, le novità 'clicks and bricks'

«Non crediamo alla sfida sulla tariffa minima, semmai ci preme la massima possibile adesione del prodotto alle esigenze di ogni cliente. Anche per questo abbiamo automatizzato tutte le categorie tariffarie»: con questa premessa **Enrico Bertoldo**, direttore marketing Amadeus Italia, annuncia le novità del Gds, dopo il lancio del *Viral marketing* che invita

(premiandole) le adv utenti a farsi testimonial del Gds. «Variamo due prodotti che portano online le agenzie tradizionali, verso l'assetto 'clicks and bricks' che si



Enrico Bertoldo

sta dimostrando vincente sul mercato globale. E parte la consulenza sull'e-business e il web marketing del nuovo *Amadeus Technology Club*, nato proprio per gli utenti di questi due nuovi prodotti». Che sono *Amadeus Agency Internet Engine*, e *Amadeus e-Retail Engine*: per protare online le adv con un sito non solo vetrina, che serva al cliente fedele, ma funzioni anche per conquistare nuovo business sulla scena globale. **Pad. B3 - St. 125 - C. 1/2**

DATAGEST

New entry ai vertici

«La grande novità Datagest è l'ingresso di **Michele Dimiddio**, fondatore di Computer Turismo, come nuovo responsabile della filiale di Milano - dice il vice presidente **Michele Romaldoni** - A Rimini portiamo il nostro software Aves, in uso da oltre 200 t.o. e 450 adv, sempre più diffuso». La filiale di Milano vede inoltre l'arrivo di **Cristina Bello**, analista senior di Computer Turismo, e di **Roberta Frigerio**, ex responsabile programmazione del t.o. Orizzonti. **Pad. 3 - St. 125 - C. 4**

ITN TRAVEL NETWORK

Segmentazione del target e alta tecnologia

ITN Travel Network, una delle maggiori reti distributive italiane di adv indipendenti, arriva a Rimini con ottimi risultati: 448 punti vendita, il 60% al Nord e il 40% nel centro-Sud, una clientela di circa 500mila passeggeri l'anno e un fatturato 2006 di 488 milioni di euro, il 12% in più rispetto all'anno precedente, con una previsione per il 2007 di 545 milioni. Nel 2008 la rete, interamente partecipata dalle proprie agenzie, compirà 10 anni e sul breve termine la sua strategia si gioca su tre passaggi-chiave segmentazione del target, più comunicazione, evoluzione tecnologica per ottimizzare i sistemi di prenotazione». **Pad. D2 - St. 023 - C. 2**

EXPEDIA

90 affiliati al mese

300 alberghi si aggiungono ogni mese nel database di Expedia, commissionati per le agenzie dal 10%, più over su volumi: di ritorno a Rimini per il terzo anno, l'agency online ha affiliato circa 2.500 agenzie italiane. «Se ne aggiungono una novantina al mese - dice **Adriano Meloni**, a.d. per l'Italia - la loro produzione supera ormai il 12% del nostro fatturato, in progresso costante di un 2,5% ogni anno». E prenotano soprattutto hotel: «È il prodotto più richiesto - dice Meloni - il più remunerativo, e a tariffe molto competitive».



Adriano Meloni

Commissionati anche i voli - 3%, anche sulle tasse - che con Expedia sono solo quelli dei vettori full service. In crescita anche l'offerta di accessori e 'attrazioni', anche queste commissionate al 10%. «Le agenzie iniziano ad assemblare i nostri prodotti in pacchetti completi - nota Meloni - molto più remunerativi del singolo segmento».

Pad. D5 - St. 022/51 - C. 1/2

Il punto forte, l'integrazione con il web

Nuovo cd di Ideadv

A TTG arriva il nuovo cd con la demo di Ideadv, noto gestionale per adv e t.o., prodotto di punta dell'omonima softwarehouse. Ideadv gestisce front e back office per le agenzie, e nella versione t.o. cura 74ter, gruppi e 'diversi', contabilità e prima nota. «Il suo punto forte è l'integrazione con il web - spiega **Federica Tombari** - perché con i dati di programmazione Ideadv produce automaticamente il sistema di booking online, B2B e B2C, totalmente integrato con portale, pro-

grammazione e booking, tutto online, dal preventivo alla vendita al follow-up amministrativo». Così l'agenzia/cliente mentre prenota apre anche in automatico la corrispondente pratica amministrativa, diversa e adeguata per ogni tipo di cliente e sistema di pagamento». Di nuovo in Ideadv c'è ora la gestione dei preventivi: «Sia su pacchetti di t.o. - spiega Federica - che autoprodotti dall'adv». Nel cd si presentano inoltre il nuovo modulo Ideareport e Georeport. **Pad. D3 - St. 090 - C. 3**



Fiera Internazionale del Turismo

08

Feria de Madrid
30 gennaio | 3 febbraio

allarga i tuoi orizzonti

- Aziende espositrici:**
 - 13.000 opportunità di business
- Operatori aderenti:**
 - 151.000 contatti commerciali
- Visitatori non professionisti:**
 - 97.000 clienti potenziali
 - e 170 Paesi e regioni da scoprire

La migliore meta per la vostra attività

www.fituronline.com



vettore ufficiale



membro di:



ufi
Approved
Event



IFEMA
Feria de Madrid

IFEMA Fiera de Madrid - Delegazione Uff. per l'Italia e San Marino
Tel.: (39) 02 58 31 37 00
Fax: (39) 02 58 32 50 77
ifemaitalia@fieramadrid.com

LINEA IFEMA
LLAMADAS DESDE ESPAÑA
INFORMACIÓN EXPOSITORES 902 22 15 15
EXPOSITORES 902 22 16 16
LLAMADAS INTERNACIONALES (34) 91 722 30 00
FAX (34) 91 722 57 87
IFEMA Feria de Madrid 28042 Madrid España / Spagna
fitur@ifema.es