

## Questo l'ho detto io?



«Abbiamo sospeso il volo speciale su Eilat, programmato insieme a Sardinia International Travel - spiega Paolo De Muro, responsabile della programmazione di Columbus - per ragioni puramente commerciali. Ma non per questo abbiamo smesso di credere alla destinazione. Israele è uno dei nostri prodotti di punta, dove abbiamo deciso di continuare a investire». Si amplia ulteriormente l'offerta del tour operator genovese, che aggiunge fly&drive e soggiorni in kibbutz e in alberghi delle principali catene israeliane e americane. «Ci siamo accorti - prosegue De Mauro - che l'interesse per il Paese cresce di continuo anche

per il nostro prodotto, caratterizzato per lo più da pacchetti individuali. Così abbiamo messo a punto un ventaglio di proposte in grado di soddisfare una larga fetta di clientela. In più abbiamo prezzi davvero concorrenziali. Eilat continueremo a programmarla con soggiorni fissi di una settimana. Eilat non nasce come destinazione alternativa a Sharm El sheikh e Hurgada e probabilmente non lo diverrà neanche in futuro, ma rappresenta davvero qualcosa di nuovo».

8 marzo 1996 (Trend nr. 7)

*A volte è necessario cambiare strada.*

## Datagest, sempre più aggiornato e veloce



Il gestionale dal nome alato...

Grazie allo sviluppo del database sql di Mysql, Aves è sempre più veloce ed immediato, e le sue funzionalità, ora più avanzate, lo rendono sistema completo sia per le agenzie di viaggi sia per i tour operator.

Il Web Booking di Aves, perfettamente integrato con il sistema, è stato potenziato: nuova veste grafica, statistiche via web (danno la possibilità di controllare l'andamento della propria attività da qualunque parte del mondo ci si trovi con molteplici report dove i dati vengono visualizzati anche graficamente), le rooming list via web (il fornitore può scaricare la propria rooming direttamente dal sito del tour operator), maggiore interazione con clienti e fornitori direttamente tramite internet (Open XML), invio documenti on line (voucher, foglio notizie, schede di prenotazione, ecc), gestione integrata on line degli ingressi (a musei, a mostre, ai parchi tematici, ecc), funzioni avanzate di Back Office e Web Marketing. La gestione dei Network è ancora più curata grazie a report statistici mirati alle diverse tipologie di Network.

Perfezionato anche il settore dei moduli amministrativi con nuovi strumenti di contabilità gestionale. E grazie al sistema Help Desk, l'assistenza al cliente diviene ancora più veloce ed immediata. Visitando il nuovo sito Datagest si ottengono utili informazioni ed anche l'elenco completo dei clienti che usano il sistema.

Per scoprire le novità per rendere più semplice e produttiva la gestione delle attività aziendali, Aves di Datagest è al TTG Rimini (Pad. C3 corsia 04 - stand 135-136) in partnership con Eminds, specialista in soluzioni di Dynamic Packaging.

## Air Mauritius e Air France partnership quinquennale

Manoj R K Ujoodha, ceo di Air Mauritius e Jean-Cyril Spinetta, chairman e ceo di Air France, hanno siglato un accordo per una maggiore partnership fra le due compagnie aeree per un periodo iniziale di 5 anni.

Questo nuovo accordo sostituisce quello firmato il 21 ottobre 1998, che si concentrava principalmente sulla tratta Parigi-Mauritius, e che gradualmente era stato esteso ad altre destinazioni servite dalle

due compagnie. Air Mauritius aggiunge il suo codice a tutti i voli Air France in connessione, a Parigi-CDG, con Europa, Israele e Nord Africa e, viceversa, Air France aggiunge il suo codice ai voli Air



Mauritius in connessione a Mauritius. Oltre alle 24 destinazioni che già serve, Air Mauritius offre

ora ai suoi clienti voli giornalieri in code-share, attraverso

l'hub di Parigi-CDG, alla migliore tariffa possibile su più di 35 nuove

destinazioni in Francia, Gran Bretagna, Spagna, Germania, Russia, Austria e Italia, mentre Air France potrà fornire ai suoi clienti voli del network Air Mauritius nell'Oceano Indiano attraverso l'hub di Mauritius.

## Viva Wyndham è proprio Bravo

Per Viva Wyndham Resorts questa edizione di TTG rappresenta un importante appuntamento per incontrare e illustrare agli agenti di viaggio e agli addetti ai lavori le proprie novità.

La più importante riguarda il villaggio *Viva Wyndham Dominicus Palace* in Repubblica Dominicana, che da dicembre diventerà un Bravo Club, prestigioso marchio di Alpitour World dedicato a chi cerca una vacanza all'insegna del divertimento e dello sport.

Le proposte dei Villaggi Bravo si rivolgono infatti a turisti con esigenze diverse ma non disposti a rinunciare all'Italian style neppure quando sono lontani da casa, nei luoghi più esotici. Presso il resort Viva Wyndham Dominicus Palace, infatti, l'italianità si ritrova nella cucina, nell'animazione e nella gestione del tempo libero.



Per quanto riguarda l'andamento della stagione estiva appena conclusa, Giuliana Carniel, direttrice marketing e vendite per l'Europa, ha dichiarato: «Relativamente al mercato italiano, siamo molto soddisfatti dei risultati ottenuti soprattutto in Repubblica Dominicana e Bahamas. Anche il Messico, comunque, è in forte ripresa grazie all'appoggio dei nostri partner storici che negli anni si mantengono fedeli al marchio Viva Wyndham Resorts.

Per i prossimi mesi consideriamo di mantenere lo stesso andamento dello scorso anno, mentre pensiamo di arrivare ad un +5% in termini di ospiti per il prossimo anno soprattutto ai Viva Wyndham Dominicus Beach e Palace in Repubblica Dominicana e ai Viva Wyndham Maya e Azteca in Messico».