

TREND



PANAMA EDITORE - € 0,50

IL SETTIMANALE DELL'INDUSTRIA TURISMO

ANNO 22 - 10 GIUGNO 2011 - N.14

TRAVEL CO.

Pag.6

Un lab con l'invenduto

È LA PROPOSTA PROVOCATORIA DI CORRADO CERIANI AI T.O. PER CAPIRE COSA VOGLIONO I CONSUMATORI

PRESS TOURS

Pag. 7

«Sante crescite»

TUTTE LE NOVITÀ DELL'OPERATORE CHE PASSO DOPO PASSO STA CRESCENDO PROPRIO NELLA CRISI. CON NUOVI PM

KUONI - BEST TOURS

Pag.18

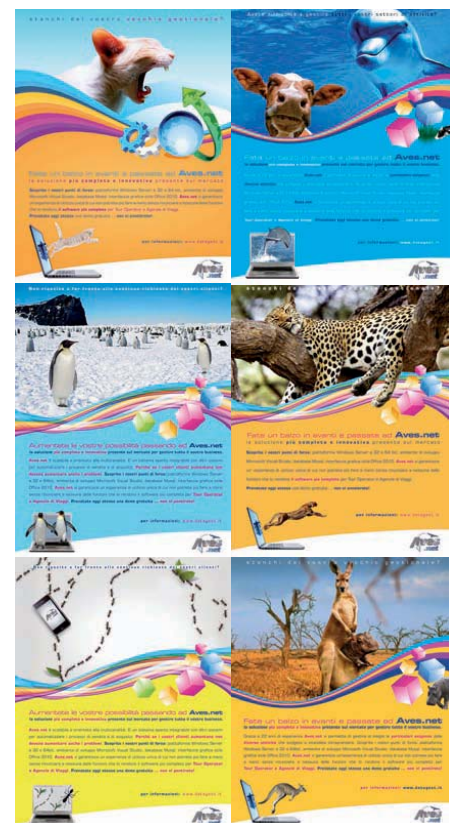
A Soma Bay la convention

PRIMA "USCITA" PER IL GRUPPO DI STILE CHE VUOLE CONQUISTARE IL CUORE DELLE ADV E RICONQUISTARE L'EGITTO

stanchi del vostro vecchio gestionale?

Aves, Michele Rombaldoni spiega il nuovo prodotto

La forza di essere semplici



Un bel gruppo in... Sardegna

pag 8

SPECIALE ISOLE MEDITERRANEO

CORSICA, SARDEGNA, SICILIA, TRE ISOLE DA RAGGIUNGERE IN TRAGHETTO O IN VOLO. QUESTA STAGIONE, CON L'EFFETTO DEL CARO TRAGHETTI, DEVE ESSERE IL SUCCESSO PER LE AGENZIE DI VIAGGIO E PER I TOUR OPERATOR CHE HANNO LAVORATO D'ANTICIPO CON LE FORMULE NAVE GRATIS O VOLI LOW COST. FORZA, DUNQUE!

PAG. 12 - 17

Parte delle immagini della campagna pubblicitaria Aves, ideate utilizzando il mondo animale.

Colorata, fresca, simpatica, l'immagine ideata per la campagna Aves, è stata fatta in casa, come la pasta delle sapienti mani di nonne marchigiane che mantengono viva la tradizione. «Nelle aziende piccole, siamo tutti coinvolti a svolgere più lavori, è normale» - spiega l'ad Datagest Michele Rombaldoni, puntualizzando «che il reparto grafico interno ha espresso ciò che è la linea guida aziendale, ovvero la semplicità e piacevolezza dello sguardo che non ci lascia mai, quindi anche mentre lavoriamo, è appagato dalla funzionalità, meglio se accompagnata dall'estetica». In team si lavora meglio e qualche suggerimento l'ha dato anche lui, che passa dalla tecnica e dal calcolo dei programmi ai momenti più creativi, poi si rituffa nelle stringhe del lavoro tecnologico, a capire le esigenze dei clienti in ogni passaggio. E a semplificare anche certe loro procedure consuetudinarie del quotidiano. Che possono essere cambiate e velocizzate. «Perché fare una cosa nel modo più faticoso, quando ci sono strade in discesa?» sostiene.

Perché oltre 400 agenzie italiane hanno scelto Travel Company?

Perché esigono servizi utili ed efficienti.

www.travelco.it | network degli imprenditori associati.