

Eden Viaggi presenta il catalogo Mar Rosso

notizia pubblicata **27 Settembre 2006** alle ore **10:33** nella categoria **Territori**



Giunge al secondo anno la programmazione estiva del “MAR ROSSO” (Marsa Alam, Sharm el Sheikh, il Nilo) di EDEN VIAGGI, il catalogo dedicato all’ Egitto curato da Ennio Cecilia, in distribuzione in questi giorni. «La nostra crescita, sempre ponderata e mai avventata – commenta Nardo Filippetti, presidente del gruppo – ci ha portati ad ampliare la nostra programmazione e così per il secondo anno ecco arrivare nelle agenzie di viaggio il prodotto MAR ROSSO, una destinazione su cui abbiamo lavorato per più di un anno per individuare le strutture e i prodotti da proporre in linea con la nostra politica di attenzione al cliente, e che oggi ha raggiunto una maturità grazie all’affermazione delle due punte di diamante: gli EDEN VILLAGE di SHARM e MARSALA ALAM, che saranno ancora i nostri punti di forza».

Così arriva sui banchi di vendita delle oltre seimila agenzie che lavorano con EDEN VIAGGI la programmazione dedicata all’ Egitto.

Ennio Cecilia, curatore dell’opuscolo lo commenta così: E’ un catalogo di 60 pagine che abbiamo curato in maniera particolare per dare una dimensione della destinazione molto caratterizzata. Abbiamo sposato la linea delle direttive del governo egiziano sullo sviluppo sostenibile e la cura del minor impatto ambientale possibile e abbiamo ampliato ancora di più la gamma dei collegamenti aerei per coprire in maniera capillare il territorio. Mi piace anche sottolineare il successo della nostra formula villaggio. Questa sicurezza ci viene dal successo riscosso dalla formula “Egiziana” degli Eden village, dovuta alla impostazione di Guido Bretoni, che ha conquistato i clienti soprattutto per la qualità del servizio e dell’intrattenimento».

I collegamenti per l’Egitto sono effettuati da Milano, Bologna, Roma, per Marsa Alam, e, oltre ad esse Napoli, Bari, Verona, Rimini ma soprattutto Palermo e Catania voluti appositamente per sviluppare il mercato del sud, del quale CECILIA è anche responsabile vendite unitamente al centro, che già era stato ben considerato, in termini di collegamenti, lo scorso anno.

Il catalogo, come tutta la programmazione EDEN VIAGGI punta anche su diversi add on per migliorare e qualificare sempre più il rapporto con la clientela:

La formula assicurativa, il PRENOTASICURO che migliora, ove possibile, l’attenzione alla “sicurezza” del cliente finale e si concretizza nella riformulazione delle quote dei premi assicurativi per avere competitività e vantaggio economico anche rispetto a chi applica la tradizionale quota di iscrizione.

Prosegue la politica di incentivazione all’advance booking, consentendo a chi prenota con anticipo fino a 440 € a coppia per settimana di risparmio attraverso il SUPERPRICE.

Le ormai tradizionali formule di EDEN Viaggi quali la Carta Fedeltà, il Parti Adesso Paghi Poi, la nuova

operazione destinata agli agenti, il PERCENTOVACANZE che mira a premiare le vendite con sconti progressivi dedicati agli addetti alla vendita, cumulabili fra loro, in base alle prenotazioni.

Oltre ai succitati EDEN VILLAGE, Holiday Inn Amphora di Sharm El Sheikh e Blue reef a Marsa Alam la programmazione Egitto si è arricchita di tre strutture importanti, tutte a cinque stelle:

A Sharm el Sheikh lo SHERATON VILLAS con 300 camere a breve distanza dall'aeroporto.

L' HILTON SHARKS BAY resort, con le medesime caratteristiche ed il CONCORDE EL SALAM a metà fra Naama bay e l'aeroporto.

Tutti in posizioni strategiche e di ottima ubicazione rispetto al mare, i tre hotel rappresentano un ampliamento qualitativo del prodotto già forte di una ampia gamma di proposte che vanno dalla completezza dei collegamenti, alla proposta villaggi, dagli hotel, alla crociera sul Nilo il tutto farcito da escursioni e possibilità di passare una vacanza memorabile in un paese splendido, a 360 gradi.

Un'ultima annotazione riguarda gli agenti di viaggio che hanno accolto con entusiasmo l'offerta di "educational individuale" con accompagnatore a pagamento ma con quote molto "friendly". «Il riscontro all'iniziativa – commenta Angelo E.Cartelli, direttore marketing e commerciale – è stato molto alto. Gli agenti che ne hanno usufruito hanno espresso pareri molto positivi, con il risultato di essere riusciti a consigliare ai clienti il prodotto al meglio dopo averlo provato di persona».