

# NETWORKNEWS®

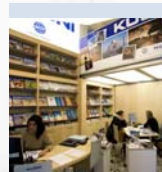
La prima NEWSLETTER dedicata ad agenzie di viaggi, network & nuovi format

Milano, 18 febbraio 2009 – Numero Speciale dell'Anniversario – [www.network-news.it](http://www.network-news.it)



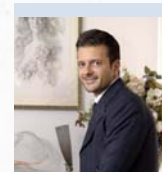
## La mia newsletter compie un anno!

di **Roberto Gentile**



## L'Agenzia dell'anno

**G4 Turismo-Kuoni**  
di Milano



## Un anno di editoriali

Il meglio del 2008

**P**oco più di un anno fa, esattamente il 12 dicembre del 2007, nasceva **NETWORKNEWS®**, un po' per caso un po' per passione. Scrivevo allora, nel primo editoriale: "Ancora una newsletter?! Le nostre caselle di posta elettronica traboccano di email e comunicazioni, messaggi pubblicitari e newsletter di tutti i generi, in gran parte destinate al cestino. Perché, allora, una "newsletter dedicata ad agenzie di viaggi, network & nuovi format"? Semplice, perché non c'è, e a qualcuno potrebbe interessare". È andata - con mia personale sorpresa - proprio così: in questi mesi **NETWORKNEWS®** si è ritagliata un suo spazio e si è guadagnata l'affezione di molti degli 808 destinatari che la ricevono mensilmente. Questo numero vuole esprimere un grazie a tutti i fedeli lettori e a coloro che hanno contribuito ad arricchire ogni numero con un editoriale, scritto - sempre - con sincerità e passione per il nostro mestiere. Ho scelto i quattro editoriali più interessanti e più *visionari*: li ho raccolti nella pagina successiva, come *summa* del pensiero del primo anno di **NETWORKNEWS®**. Ma un numero speciale deve avere qualcosa di speciale, quindi ecco l'*Agenzia di Viaggi dell'Anno*, ovvero l'agenzia che - tra le dieci che succedutesi nella rubrica "L'Agenzia di Viaggi del Mese" - è stata eletta la migliore, per l'aspetto e per l'originalità, da una selezionata giuria di addetti ai lavori. Due novità, infine, accompagneranno i prossimi mesi: **NETWORKNEWS®** avrà un sito tutto nuovo, sempre all'indirizzo [www.network-news.it](http://www.network-news.it), ma collocato sulla piattaforma di *content management Joomla!* e disporrà di un *canale dedicato su YouTube™*. A breve nascerà **T.O.NEWS** La prima newsletter interamente dedicata ai tour operator italiani: ho chiesto aiuto a due amici e colleghi. Ne leggerete delle belle.

**Roberto Gentile, autore di NetworkNews e (a breve) co-autore di T.O.News**

## L'AGENZIA DELL'ANNO

La Giuria del contest "L'Agenzia di Viaggi dell'Anno" proclama vincitrice **G4 Turismo-Kuoni**, agenzia di viaggi milanese collocata all'interno dello store **White Star Adventure**, il primo luogo d'incontro per chi viaggia e si interessa di avventura, fotografia, reportage, natura, esplorazioni e archeologia: mille metri quadrati di libri e guide, mappe e cartine, video e supporti multimediali, accessori per il viaggio e abbigliamento. Questa la motivazione:

*G4 Turismo-Kuoni è esempio eccellente d'integrazione di un'agenzia di viaggi tradizionale all'interno di un innovativo store di viaggi. Negli ultimi anni le librerie si sono evolute aggiungendo ai libri tanti servizi dedicati ai propri clienti: bar, ristoranti, salotti di lettura, corner didattici e ludoteche per i bimbi, spazi dedicati a eventi con partecipazione di scrittori, fotografi e case editrici; infine, non ultima, l'agenzia di viaggi. Chi decide di partire per qualche meta, dopo aver prenotato il viaggio, ha la sua libreria come seconda tappa, per cercare guide, cartine e informazioni. Ma il percorso può essere compiuto anche al contrario: è facile innamorarsi dei luoghi semplicemente sfogliando un libro, guardando le foto o un reportage o leggendo un racconto. G4 Turismo-Kuoni permette di trasformare i sogni alimentati da libri e racconti in progetti di viaggio concreti e coerenti con lo store dove si trova.*

*Un binomio perfetto.*



Il direttore della migliore agenzia dell'anno, Ernesto De Pellegrini, commenta: "È incredibile come le motivazioni siano perfettamente coincidenti con quello che era, ed è, il nostro pensare un'agenzia viaggi moderna, vicina alla gente, organica non solo al concetto, ma anche alla funzione del viaggio in quanto vacanza, relax, conoscenza, scoperta, avventura. E così è stato sin dal primo giorno: non c'è persona che entri in agenzia con la quale non si inizi parlando di quante rare bellezze è davvero pieno il mondo, si continui fantasticando di quanti paradisi sfuggiti al turismo

COMING SOON

Milano, marzo 2009 - Numero 1 - [www.network-news.it](http://www.network-news.it)

# T.O.NEWS

La prima NEWSLETTER interamente dedicata ai tour operator italiani

I MIGLIORI EDITORIALI DELL'ANNO

aprile 2008

**Luigi Maderna, presidente Fiavet Lombardia**



Internet ha modificato profondamente l' "essere" agenti di viaggio. Abbiamo l'agente tradizionale, che sa fare tutto perché conosce tutto; l'agente improvvisato, che in quindici giorni ha cambiato *business*, da reggiseni e mutandine a viaggi e vacanze; l'agente produttore, che va casa per casa (o telefono per telefono) a caccia di clienti; l'agente "on line", che vende da casa (o ufficio) dietro un monitor; l'agente... che non è, perché abusivo. Poi abbiamo i network: il "gruppo d'acquisto" che riunisce

le agenzie "tradizionali" e quello che raduna le agenzie che in quindici giorni cambiano insegna (grazie al loro aiuto e alle "compartecipazioni"); la rete che raggruppa i commessi viaggiatori e quelli che, purtroppo, prestano il marchio agli abusivi per un tozzo di pane. Credo che gli agenti "tradizionali" abbiano fatto il loro tempo, perché la moneta cattiva scaccia quella buona e lo sconto fa cambiare agenzia anche al cliente più affezionato. Ma un network serio non può fare a meno di agenti di viaggio professionali. Esperienza, tecnologia e *human-touch*: chi ne dispone vincerà, agente o network. O tutti e due.



giugno 2008

**Mario Cardone, A.D. Sabre Italia & Vice President Sud Europa**

In Italia i network hanno superato le agenzie individuali, quelle aggregate risultano essere il 55% nel 2008 contro il 45% del 2007, segno che la voglia di aggregazione, vuoi per scelta o per necessità, continua a essere in costante ascesa, soprattutto per le nuove aperture. La percentuale di agenzie di viaggi in cui il titolare lavora all'interno della stessa è passata da 80,9% nel 2007 a 81,4% nel 2008 e il numero medio di banconisti per agenzia è calato da 2.7 a 2.6: entrambi indice di un mercato ancora estremamente frammentato, soprattutto se paragonato ai principali mercati europei. Oltre il 40% delle adv dichiara di non utilizzare un sistema gestionale, il 65% di non avere un sito Internet (il 78% di quelli che hanno il sito Internet non offre la possibilità di effettuare prenotazioni online), il 58% di non utilizzare un GDS, il 41% di utilizzare ancora il telefono per la prenotazione di pacchetti turistici e il 49% dichiara di non effettuare alcuna attività di marketing. Spazi di crescita per il *retail* italiano ci sono, quindi, e grandi: speriamo vengano sfruttati prima che qualcuno dei grandi network, che operano in mercati più strutturati del nostro (come Francia e Spagna), decidano finalmente di sbarcare da noi.



gennaio 2008

**Fabrizio Chianello, (all'epoca) Amm. Delegato Cisalpina Tours SpA**

Confrontandomi con i colleghi del settore ormai da un ventennio, ho notato che essi si distinguono in due categorie: i *tradizionalisti*, ancorati alle radici storiche e ipercritici su ogni cambiamento/innovazione, e i *futuristi*, che si lanciano nella descrizione di scenari che probabilmente interesseranno i nostri pronipoti. A mio parere ben pochi sono focalizzati sul PRESENTE, nel senso della piena consapevolezza che qualsiasi decisione, scelta strategica o *modus operandi* deve avere un effetto nel breve periodo e all'occorrenza può essere rivista, modificata o accantonata con estrema velocità e flessibilità. Questa è la vera sfida imprenditoriale a qualsiasi livello: non guardarsi mai indietro, ma neppure troppo avanti, con la capacità di mettersi SEMPRE in discussione.



ottobre 2008

**Enrico Scotti, amministratore unico Vacanze Smeralde**

Ora che l'aggregazione fra agenzie di viaggi è diventata la parte preminente della distribuzione e mentre il fenomeno delle OLTA basate sulle nuove tecnologie si sta gradualmente ibridando con le forme tradizionali, ripensiamo per un attimo ai colleghi che sono stati i promotori del fenomeno aggregativo, a quegli innovativi imprenditori che dal banco dei loro negozi hanno originato grandi idee e a volte grandi imprese. Non solo per rendere il giusto merito a colleghi come Enrico Allodi della Uvit di Parma, che fu importante promotore negli anni '80 della Turbo Italia, oppure come Paolo Chelo della Turisberg di Bergamo che fu ideatore con il sottoscritto di Buon Viaggio Network, per arrivare a esempi come i Patané e i Chianello padri e figli, che sono nel contempo felici esempi di buon ricambio generazionale. Ma anche per riflettere, a partire dalle loro *case-history*, sul modo articolato in cui è venuta esprimendosi la Grande Distribuzione Organizzata nel turismo, sempre al bivio fra forme forti e forme deboli. Le strutture societarie, la coesione contrattuale interna, la finanza, il conto economico, il marketing, l'organizzazione, i servizi sono tutti aspetti da cui dipenderanno l'impatto di mercato e il futuro dei vari soggetti. Con un'ultima non banale osservazione: raramente nel turismo italiano l'economia di scala ha fatto automaticamente premio, mentre più spesso sono stati efficaci l'esperienza professionale, l'intuito, la flessibilità, il senso pratico, il radicamento sul territorio dei buoni gestori di bottega, i singoli agenti di viaggi. Organizzare questi valori individuali e molteplici in un minimo comun denominatore con caratteristiche unitarie di azienda, questa è la grande sfida della distribuzione di oggi.



**ADV FORUM**  
IL FORUM DELLE AGENZIE DI VIAGGI by NETWORKNEWS®

**fieramilano**  
19-22 febbraio 2009  
Pad. 6 Tourism Collection  
Stand A93/B98 - B97/C98

CON IL PATROCINIO DI  
**Bit**  
2009

Featuring



ON LINE Sul sito [www.network-news.it](http://www.network-news.it) trovi la versione editabile (in formato .doc) e tutti gli arretrati dal 2008 a oggi.

LIBERATORIA Ricevi questa Newsletter pensando di farti cosa gradita o perché sei iscritto alla mailing list di [www.network-news.it](http://www.network-news.it). Per non ricevere ulteriori numeri di NETWORKNEWS rispondi a questo messaggio o all'email [rgentile@network-news.it](mailto:rgentile@network-news.it) semplicemente scrivendo REMOVE NEWS nell'oggetto. Grazie.