

NETWORK NEWS[®]

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

Milano, 3 marzo 2009 - Numero 13 - www.network-news.it



L'ospite in video

Alhena Scardia
di Opodo



Il Network del mese

G40 Travel Group
di Legnano



Ipsè Dixit

Michael Moritz
di Sequoia Capital



L'OSPITE IN VIDEO

È Alhena Scardia il nuovo country director di Opodo Italia, al posto del dimissionario Roberto Riccio. Turisticamente nata nei villaggi di Teorema Tour, è approdata a lastminute.com e ha poi trascorso sette anni in eDreams, con la carica di product manager. Una giovane donna al vertice di un'impresa turistica è un evento, a maggior ragione in una web company: per questo NETWORKNEWS ha invitato Alhena come prima "ospite in video". Le abbiamo chiesto: quali sorprese e quali difficoltà ha trovato nell'affrontare il nuovo incarico? Cosa "ruberebbe" alle agenzie tradizionali e porterebbe in Opodo? Essere una donna al vertice, vantaggi e svantaggi? Le risposte sono on line: basta avere un collegamento a Internet attivo, meglio se in banda larga, e cliccare sul fotogramma qui a destra.



IPSE DIXIT



"Quando, nel 1995, mi chiesero di finanziare lo start-up di Yahoo! ci pensai su: i due universitari che avevano avuto l'idea, Jerry Yang e David Filo, mi erano simpatici e l'idea di una directory di siti mi piaceva, ma soprattutto mi garbava il nome. Va bene, risposi, ecco i soldi, ma a condizione che manteniate il nome Yahoo!" Con due milioni di dollari a disposizione, Yahoo! è diventato uno dei maggiori successi della storia del web. Il finanziatore, innamorato del nome molto cool, era Michael Moritz, uno dei più famosi e ricchi venture-capitalist del mondo, che con Sequoia Capital ha finanziato anche PayPal, Google, Apple, Cisco, YouTube... "Sequoia decide di investire in una moltitudine di progetti reputati interessanti di cui solo una minima parte diventa famosa: quei pochi che ce la fanno coprono le spese di tutti gli altri che non usciranno mai dall'anonimato. Non esiste una ratio che permette di giudicare se effettivamente il Google della situazione o la PayPal del caso avranno successo: sono aziende e innovazioni talmente potenti che non si possono giudicare con i numeri..." chiarisce Mr Moritz. NETWORKNEWS ha un messaggio per lui: "Dear Mr Moritz, in Italia la fantasia non ci manca e anche a noi non piace essere giudicati con i numeri. Venga a trovarci, che abbiamo da proporLe un paio di business turistici, con dei bei nomi, ai quali farebbero comodo un paio di milioni di euro...."



IL NETWORK DEL MESE

È il network di cui al momento si parla di più, essendo comparso varie volte, in questi ultimi mesi, sulla stampa di settore: con 379 agenzie affiliate a febbraio 2009 e un obiettivo di 450 agenzie entro l'anno (e 600 milioni di fatturato), G40 Travel Group ha molti progetti nel cassetto e ambiziose mire di sviluppo, soprattutto nel sud Italia. Il Gruppo G40, rete guidata dal presidente Loris Guardigli, dal direttore commerciale Agatino Falco e dall'a.d. Rinaldo Bertoletti, si è costituito nel 2003 a Brescia e con sede operativa a Legnano (MI), per iniziativa di un gruppo di agenzie storiche (una quarantina, da cui la denominazione) fortemente radicate sul territorio, provenienti da Comark, la rete sviluppata da Francorosso prima che il t.o. torinese venisse acquisito da Alpitour/Ifil. Grazie a una crescita molto veloce, che ha visto a fine 2007 l'ingresso di Exito (società di Guglielmo Isoardi) con una partecipazione azionaria, e nonostante i rumors - tutti inconsistenti - che la vedrebbero allearsi ora con una, ora con l'altra realtà, G40 continua a riscuotere interesse sia da parte di agenzie provenienti da altre reti, sia da parte di quelle rimaste indipendenti.



COMING SOON

T.O. NEWS

Milano, marzo 2009 - Numero 1 - www.network-news.it

La prima NEWSLETTER interamente dedicata ai tour operator italiani

 NEWS

G4 Turismo Kuoni lascia White Star Adventure

L'agenzia insignita del titolo di *Agenzia di Viaggi dell'Anno* dalla giuria di NETWORKNEWS (vedi Numero Speciale del 18 febbraio) ha deciso di abbandonare i locali presso lo store di viaggi White Star Adventure, nel centro di Milano. La decisione non è dovuta al mancato successo di G4 Turismo Kuoni, che anzi si è guadagnata un'affezionata clientela amante di viaggi di buon livello e molto personalizzati, ma al cantiere di un parcheggio sotterraneo che occupa la prospiciente piazza Meda sin dall'inaugurazione dell'agenzia (novembre 2006) e che si protrarrà ancora per uno o due anni. Il danno, in termini di visibilità e di passaggio, è tale da giustificare questa amara decisione.

Psico-dramma in Cislalpina Tours

I fatti sono noti: i nuovi proprietari di Cislalpina Tours e Bluvacanze, ovvero Blu Holding SpA della SGR Investitori Associati, hanno letteralmente defenestrato il vertice di Cislalpina Tours, il fondatore Pasquale Chianello e l'a.d. Fabrizio Chianello, dopo che quest'ultimo aveva pubblicamente denunciato "gravi irregolarità nella gestione finanziaria di Blu Holding e distrazione di fondi di Cislalpina Tours verso la consociata Bluvacanze". Tradotto, i soldi giravano in modo che ai Chianello non garbava. Se la vedranno Procura, giudici e avvocati. Quello di cui pochi han parlato è lo psico-dramma avvenuto nella sede di Cislalpina Tours, a Rosta, la mattina del 5 febbraio: sono arrivati sette manager milanesi (i Cavalieri dell'Apocalisse erano solo quattro...) per far capire ai dipendenti chi comandasse, mentre Pasquale Chianello metteva in uno scatolone i ricordi di un'avventura iniziata nel 1970: foto, documenti, premi, contratti. Sulle scale, un applauso e molte lacrime hanno salutato il comandante che abbandonava il ponte di comando. Ma in un blog immediatamente aperto, si scontravano due partiti: quello pro-Chianello, che ne riconosceva lo spirito e la capacità imprenditoriale, e quello - spesso ex dipendenti - che agli stessi attribuiva un atteggiamento da padroni delle ferriere. Comunque, un'uscita di scena da ricordare.

La 3V di Adriano Biella passa a Bluteam

Il nome dell'agenzia può non dire molto, ma quello del suo proprietario sì: Adriano Biella, fondatore di Buon Viaggio Network, presidente di AINeT e past president Fiavet Lombardia, fondò nel 1973 la 3V, prima - e a lungo unica - agenzia di viaggi di Desio (Mi). Dopo 35 anni di proficua attività, il 19 febbraio l'agenzia è stata ceduta a BluTeam Travel Network, aggressivo gruppo comasco specializzato in Business Travel. Biella manterrà la carica di presidente e direttore tecnico per un triennio e il nipote Massimiliano, che già da anni affiancava lo zio nella conduzione dell'attività, conserverà ruoli operativi con la nuova proprietà.

 CHI VA E CHI VIENE

È solo una voce, ma pare che Mario Cardone abbia abbandonato la carica di amm.re delegato di Sabre Italia & Vice President Sud Europa: rumors lo davano in predicato di passare a Travelport, dopo l'addio del regional manager Marco Benincasa, ma sembra abbia declinato per regalarsi un periodo sabbatico.

Fabio Vergottini, ex Buon Viaggio Network ed ex New Millennium Tour, diventa imprenditore in proprio con Consulenti Vacanze, nuova rete di agenti di viaggi home based rivolta a un mercato di alta gamma. L'agente di viaggi da casa è di moda tra gli ex Buon Viaggio: anche Mauro Ferraresi (vedi NETWORKNEWS n.11 del 22 dicembre 2008) se ne occupa in Uniglobe Italia.

Dopo Grazia Dal Zilio e Daniele Cesano, escono da Bluvacanze

anche i fratelli Vittorio e Mario Manzini e Alberto Dal Zilio. Azzerati i vertici della rivoluzionaria rete milanese, subito dopo la traumatica uscita di scena di Chianello padre e figlio da Cislalpina Tours. Dal 25 febbraio in Blu Holding SpA comandano in due: Maurizio Salom, presidente di tutte le principali società del gruppo, e l'a.d. Marco Ficarra, già dirigente di Venere.com, Home Shopping Europe, AcNielsen e TNT Express.

 BOTTA E RISPOSTA

NETWORKNEWS ospita Federico Lombardi, collega esperto come pochi nella creazione e sviluppo di reti di agenzie di viaggi, soprattutto in franchising. Partito da GiraMondo, oggi è imprenditore in proprio con Uniglobe Filiali Italia, che ha acquisito il diritto allo sviluppo della rete canadese in Italia.

Domanda - Rispetto ai bei tempi di GiraMondo, alla fine degli anni '90, cosa è cambiato nelle aspettative di chi oggi vuole aprire un'agenzia di viaggi? **Risposta** - Marco Armellini, il creatore di GiraMondo, è l'imprenditore più lungimirante che abbia mai



conosciuto: quasi vent'anni fa teorizzava la possibilità di fare rete con agenzie di nuova apertura, e le licenze non erano ancora state liberalizzate... Rispetto ad allora, i neo-agenti hanno più consapevolezza e chiedono servizi ad alto valore aggiunto, tali da essere competitivi fin dal primo giorno di apertura della propria agenzia. **Domanda** - Dopo il necessario periodo di rodaggio, ha maggiori probabilità di successo un'agenzia aperta da addetti ai lavori, oppure da absolute beginners? **Risposta** - Può suonare impopolare, ma penso che ormai la tanto sbandierata professionalità degli agenti di viaggio sia stata in parte sostituita dalla tecnologia, in parte dall'appiattimento dell'offerta/richiesta di mercato. Non c'è più bisogno, a mio avviso, di grandi conoscenze tecniche per gestire con successo un'agenzia: servono invece ottime doti relazionali e una gestione ottimale del patrimonio di clienti acquisiti/potenziati, che, se ben profilati, possono dare risultati eccellenti anche a un neofita del settore. **Domanda** - Un solo, imprescindibile motivo di successo di una rete di agenzie, prego. **Risposta** - Eccolo, consequenzialità: mantenere quello che si promette, a valle verso i franchisee e a monte verso l'industria. Il tempo e l'esperienza finiscono per pagare questa scelta.

 MR PRECISINO

In più di anno di vita, NETWORKNEWS ha pubblicato una sola rettifica, e risale a molti mesi fa. Stavolta a cadere sotto la scure censoria di Mr Precisino non è questa newsletter (che le notizie le verifica parola per parola), ma un titolo settimanale, il mondadoriano Panorama Economy (vedi NETWORKNEWS n.12 del 29 gennaio).

Panorama Economy del 29 gennaio 2009 raccontava ai suoi numerosi lettori (149.000, dati Audipress primavera 2008) che "Lo scorso anno sono scomparsi ben tre marchi di franchising, Litta, Elitaria e Uniglobe Italia". Le tre aziende chiamate in causa godono invece di buona salute, come testimoniano Alessia Littarru di Viaggi di Litta e il neo-acquisto Uniglobe Federica Merlo, e fanno gli ovvii scongiuri. Ma Antonietta Pace, presidente del CdA di Elitaria SpA, la mette giù dura, quindi riceviamo e pubblichiamo: "L'affermazione è falsa, perché Elitaria continua a esistere sul mercato e tiene perfettamente in efficienza la sua rete di agenzie, con incremento costante delle stesse". Vediamo se a Segrate qualcuno chiede scusa.

NETWORKNEWS® On video su  www.youtube.com/networkvideonews

ON LINE Sul sito 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. Per non ricevere ulteriori numeri di NETWORKNEWS rispondi a questo messaggio o all'email rgentile@network-news.it semplicemente scrivendo REMOVE NEWS nell'oggetto. Grazie.