

NETWORK NEWS[®]

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

Milano, 30 giugno 2009 - Numero 16 - www.network-news.it

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

T.O. NEWS
La prima NEWSLETTER interamente dedicata ai tour operator italiani

flyNews **NEW!**
Notizie e curiosità del mondo del trasporto aereo



**L'ospite
in video**
Alex Kornfeind
di piramide.net



Viaggiatori, non turisti.

**Il Network
del mese**
CTS
di Roma



**L'agenzia
del mese:**
**Kuoni Flagship
Store di Milano**

L'OSPITE IN VIDEO

È Alex Kornfeind, fondatore di piramide.net e uno dei maggiori esperti di web marketing in Italia, a illuminarci sugli sviluppi della rete. Col "web del secolo scorso" ogni azienda si limitava a: "Chi siamo, cosa facciamo, ecco i nostri prodotti: contattaci!". Oggi, invece, il web 2.0 va a "circondare" il cliente con una serie di informazioni e contatti condivisi sulla rete, permettendo al cliente stesso di "co-creare" il prodotto. Se nel secolo scorso la parola d'ordine era "presidio" del canale, oggi il verbo è "interattività". E se prima il PC era la chiave di tutto, oggi il PC è morto e lo strumento gateway per colloquiare col cliente è il cellulare. L'ambiente: non più i vecchi siti, ma i social network. Come tutto questo si rifletta sull'intermediazione nel turismo, Kornfeind lo spiega in audio e video su YouTube, cliccando sul fotogramma qui a destra oppure copiando il seguente indirizzo http://www.youtube.com/watch?v=MaDO_x228BU sul browser.



IL NETWORK DEL MESE

CTS Viaggi Network è uno dei pionieri del networking italiano: rete fondata a Roma negli anni '70, fa riferimento a CTS Centro Turistico Studentesco e Giovanile (circa 227.000 soci nel 2008), associazione di promozione sociale ed ente ambientalista riconosciuto. CTS Viaggi è il "motore operativo" della rete: programma viaggi con marchio CTS e contratta voli e pacchetti con altri fornitori, entrambi venduti a condizioni esclusive nelle agenzie CTS Viaggi Network. Sebbene il CTS abbia come clientela di riferimento i giovani e gli studenti (circa il 70% dei soci), si rivolge alla totalità del mercato, con un marchio tra i più noti del settore turistico e un'immagine fortemente legata a valori ambientalisti, del turismo consapevole e sostenibile. Al vertice di CTS il presidente Luigi Vedovato, coadiuvato da Fabio Savelloni alla direzione vendite e Andrea Gorini alla direzione servizi turistici. A giugno 2009 CTS Viaggi Network conta 196 punti vendita, dei quali 22 agenzie di proprietà e altre 174 in affiliazione commerciale, tra le quali 20 CTS Point all'interno di agenzie indipendenti. Di questi giorni il lancio di "Movimenti", la prima edizione del "premio creativo per viaggiatori CTS" in cui si invitano i giovani di età compresa tra i 18 e i 35 anni a raccontare i propri ricordi e le proprie esperienze di viaggio, concorrendo all'estrazione di un bonus viaggi da 5.000 euro.



Viaggiatori, non turisti.

L'AGENZIA DEL MESE

È stata inaugurato l'11 giugno il primo *flagship store* di Kuoni, in pieno centro a Milano. Il tour operator svizzero, con sede italiana a Genova e guidato dall'a.d. Daniel Ponzo, dispone già di negozi monomarca in Gran Bretagna, Francia, Svizzera e India: store che verrà seguito a breve da quello di Roma. "È un nuovo modo di comunicare il nostro brand globale, di avvicinare il consumatore finale e proporgli un concetto di vacanza particolarmente sofisticato. Ogni dettaglio - dal pavimento in travertino al rovere naturale degli arredi, dalle tinte e i materiali ton sur ton agli schermi touch-screen - è studiato per trasmettere la personalità del marchio Kuoni e per creare un'atmosfera calda, piacevole, che ispiri al viaggio" racconta Ponzo. Kuoni conferma quindi una strategia multi-canale, già alimentata dal canale web, anche in Italia, dove il 95% delle vendite del t.o. passa dal canale agenziale. Il *flag ship store* milanese si trova in Via Agnello, a poche centinaia di metri dall'agenzia G4 Turismo collocata all'interno del travel store White Star Adventures: G4 Turismo (che per due anni aveva affiancato al proprio nome proprio quello di Kuoni) ha deciso solo pochi mesi fa (vedi [NETWORK NEWS](http://www.network-news.it) n. 13 del 3 marzo 2009) di abbandonare la non soddisfacente location.

VINCI
Un'estate di premi
con TravelPeople!

Registrati su
TravelPeople.it

BOTTA E RISPOSTA

NETWORKNEWS ospita **Moreno Rognoni**, responsabile commerciale e marketing di **Press Tours**, dinamico tour operator milanese della famiglia Landini. Due domande secche: cosa chiede Press Tours alle agenzie di viaggi, in questa non facile situazione di mercato? Press Tours investe di più nei road-show che nelle fiere di settore, perché?



Press Tours ha scelto di non vendere direttamente al consumatore finale, quindi tiene in massimo conto il lavoro delle agenzie di viaggi. Agenzie delle quali apprezziamo la professionalità, la disponibilità nei confronti del cliente, la conoscenza della geografia e delle norme legislative: insomma, saper fare bene il proprio mestiere. Ad esse chiediamo di "fare squadra", ovvero di considerare loro alleati i tour operator, come noi, che non le *by-passano* e che forniscono loro supporti tecnologici adeguati, conoscenza approfondita dei prodotti proposti e selezione delle destinazioni più vicine alle esigenze della clientela. Incontriamo volentieri gli agenti di viaggi, ma prediligiamo le fiere b2b (come *No Frills Expo* e *TTG Incontri*) rispetto a quelle dove l'immagine e le PR prevalgono sul business. Per questo investiamo tanto nell'organizzazione in proprio di eventi, roadshow, seminari, serate di gala riservate esclusivamente alla rete agenziale; incontri in gran parte condivisi in co-marketing con Enti per il Turismo che - come noi - investono nella formazione e nella conoscenza del prodotto. Vorremmo che l'agente di viaggi, grazie anche al nostro contributo, fosse sempre in grado d'indirizzare il cliente alla scelta, consapevole e non casuale, del miglior prodotto, alle migliori condizioni. Se con Press Tours e con i nostri partner, meglio ancora.

NEWS

TravelCo arriva a quota 400 agenzie di viaggi affiliate

Luci e ombre nel primo semestre di **Travel Company**, la rete con sede a Cuneo guidata da **Corrado Ceriani** e **Maurizio Bosia**. 50 le nuove agenzie che nel 2009 si sono affiliate a Travel Co., portando il numero complessivo a 400: "La nostra è una crescita graduale e pianificata. - specifica Ceriani - *Da noi c'è spazio solo per agenzie professionali che erogano servizi di qualità*". Il network ha registrato una contrazione delle vendite del 10%: "Siamo indietro rispetto agli altri anni, - commenta Bosia - *ma prevediamo un parziale recupero in estate, che ci dovrebbe consentire di raggiungere il fatturato 2008*".

El Corte Inglés e Tui.it in espansione sul mercato italiano

Dopo un esordio in sordina, in linea con l'*understatement* delle rispettive case madri, gli spagnoli di **El Corte Inglés** e i tedeschi di **Tui.it** (due dei maggiori gruppi turistici integrati, in Europa) confermano l'espansione sul mercato italiano. Le agenzie con insegna Tui.it sono sette (Milano, Torino, Venezia, Verona, Bologna, Palermo e Avellino), ma l'obiettivo è 20-25 punti vendita da nord a sud, Roma compresa, tutti in associazione in partecipazione. A Roma nel 2007 ha esordito El Corte Inglés, con un'agenzia di proprietà doppiata

successivamente a Milano. Oltre 60 i punti vendita all'estero del gruppo spagnolo: in Francia, Belgio, Portogallo, USA, Cuba, Cile, Messico e Argentina.

Uniglobe Italia a quota 150, ma l'obiettivo è 500

Uniglobe Italia sfonda quota 150 punti vendita tra franchising, *in-house agent* e mandati di rappresentanza (filiali della casa madre, che operano su licenza e Partita IVA di Uniglobe Italia). L'obiettivo di 500 unità entro il 2011 rimane confermato, ma ne è stato modificato il mix: "Avevamo inizialmente puntato sul franchising puro - commenta il direttore generale **Mauro Ferraresi** - *Ma abbiamo dovuto rivedere il piano adattandolo alle richieste del mercato, più interessato alle soluzioni in-house agent e ai mandati di rappresentanza*".

Novità dalle associazioni di categoria

Cinzia Renzi esordisce alla presidenza di **Fiavet Nazionale** con un'azione di supporto alle agenzie abruzzesi colpite dal terremoto: brava Cinzia, anche per essere la prima donna a raggiungere il vertice di Fiavet. **Alberto Corti**, direttore generale di **Federviaggio Confurismo**, illustra gli obiettivi dell'associazione: "Siamo a 26 soci, contiamo di raggiungerne 50 entro l'anno, l'obiettivo è 100. Abbiamo tour operator, assicurazioni, informatica, GDS, servizi aeroportuali, cerchiamo compagnie aeree e istituti di credito per completare la filiera".

Agenzie e internet nel nuovo corso di Last Minute Tour

L'ingresso in società di capitali freschi (si parla di 3,5 milioni di euro) e di due manager di lungo corso ha dato nuova linfa a **Last Minute Tour**. Quartier generale di 2.000 mq a Rosta (a pochi passi dalla sede di **Cisalpinia Tours**, non a caso...), presidente **Fabrizio Chianello** ed **Ezio Bironi** amministratore delegato, che racconta: "Siamo già arrivati a 80 punti vendita distribuiti sul territorio nazionale (18 nelle ultime settimane) e puntiamo a 100, tutti in associazione in partecipazione e forti del 10% di sconto reale applicato sui pacchetti dei principali t.o. italiani. Fondamentale è anche il web: il sito *lastminutetour.com* conta 1,5 milioni di visitatori all'anno e propone un prodotto totalmente diverso da quello della rete fisica. Vogliamo presidiare entrambi i canali: quello fisico con i clienti che entrano in agenzia e quello virtuale con i visitatori del web". Se ci riescono, bravi. In Italia, sarebbero i primi.

Rivoluzione ai vertici di G40

Escono di scena i fondatori della rete lombarda, che hanno contribuito alla crescita di **G40 Travel Group Spa** dalle 54 agenzie del 2003 alle 408 di oggi: si è dimesso l'intero CdA (presidente **Loris Guardigli**, a.d. **Rinaldo Bertoletti**, consiglieri **Gianluca Martinotti**, **Ambrogio Bernasconi**, **Agatino Falco**, **Ivone Vittore** e **Tommaso Desideri**). L'assemblea generale elettiva ha ridotto a cinque i membri del CdA e ha designato i consiglieri **Benedetto Lo Iacono** della **Goblin Viaggi**, **Ezio Morselli** della **Pico Viaggi**, **Andrea Tomei** di **Exito** (il socio di maggioranza, che fa capo a **Guglielmo Isoardi**), l'a.d. **Piergiorgio Reggio** dell'agenzia **Voglia di viaggiare** e il nuovo presidente, **Antonella Ferrari** di **Tesori del Mondo**. Il rinnovo dei vertici fa presupporre un nuovo orientamento strategico della rete, che verrà illustrato nel corso di una conferenza stampa convocata a Milano nelle prossime settimane.





Il Software Gestionale più completo per Tour Operator ed Agenzie di Viaggi da 20 anni sul mercato... garantendo... Affidabilità e Competenza

- + semplice
- + immediato
- + intuitivo
- + integrato
- + veloce
- + flessibile
- + automatico
- + economico

www.datagest.it
 Pesaro
datagest@datagest.it
 Milano
milano@datagest.it
 Roma
roma@datagest.it
 Palermo
palermo@datagest.it