

NETWORKNEWS[®]

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

Milano, 4 Novembre 2009 - Numero 18 - www.network-news.it



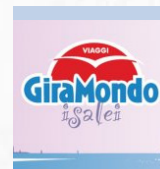
L'ospite in video

Marco Baldisseri
di Ita Club



Il Network del mese

IPARC Viaggi
di Bergamo



L'agenzia del mese:

Isalei Travel
di Alba (CN)

L'OSPITE IN VIDEO

Marco Baldisseri è un manager di lungo corso, fino a ieri dir. commerciale di Eurotravel, oggi dir. strategie e sviluppo di Ita Club, la cordata guidata da Giorgio Mazzella che ha rilevato le attività del t.o. aostano. **NETWORKNEWS** gli ha posto tre domande: *quali motivi hanno determinato il flop di Eurotravel? In cosa consiste il progetto Ita Club? Qual è la situazione dei t.o. italiani?* Baldisseri risponde, con molta sincerità, in audio e video su YouTube, cliccando sul fotogramma qui a destra oppure copiando il seguente indirizzo <http://www.youtube.com/networkvideonews> sul browser.



IL NETWORK DEL MESE

Requiem per un (altro) network. A maggio avevamo dedicato (vedi **NETWORKNEWS** n.15) una prece a Buon Viaggio Network, stavolta tocca alla meno blasonata Iparc Viaggi di Bergamo. Nata come nel 1991 come emanazione dell'Ipas, associazione nazionale che si occupa di attività sociali, Iparc (Istituto Permanente Attività Ricreative e Culturali) è prima agenzia di viaggi, poi tour operator specializzato in vacanze invernali, gite di un giorno, soggiorni economici, per una fascia di popolazione debole, come anziani e studenti. Nel 2007 circa 350 agenzie, alcune di proprietà, distribuivano il prodotto Iparc. Il 2 ottobre 2009 il Tribunale di Bergamo ha dichiarato il fallimento dell'Ipas, coinvolgendo quindi l'Iparc, che ne ha causato l'insanabile dissesto. "Nell'aprile scorso abbiamo firmato un contratto importante con un grosso tour operator" racconta all'Eco di Bergamo il fondatore e titolare **Ugo Benedetti** "In forza di questo impegno ci siamo esposti con due banche cittadine, ma poco dopo il tour operator ha fatto marcia indietro, il contratto è decaduto, noi ci siamo trovati senza mezzi per onorare gli impegni. Abbiamo invocato pazienza, abbiamo chiesto tempo, ma le banche non ci hanno ascoltato e hanno presentato istanza di fallimento". Già sentita, questa storia. "E' assurdo è che mentre noi paghiamo con il fallimento, il tour operator che ha causato il dissesto non ha subito alcuna conseguenza" conclude amaro Benedetti.



L'AGENZIA DEL MESE

Isalei Travel di Alba smentisce almeno due luoghi comuni: il primo, che un'agenzia GiraMondo Viaggi non disponga di personale all'altezza - come professionalità e preparazione - delle migliori agenzie di viaggi; il secondo, che le donne non siano sensibili alle nuove tecnologie. Isalei Travel, fondata dieci anni fa ad Alba e guidata da due grandi viaggiatrici, **Samantha Gabani** e **Nuccia Faccenda**, fa dei nuovi media il suo punto di forza. "Per mettere in pratica il nostro motto (il viaggiatore è sempre al centro) abbiamo deciso di uscire, fisicamente e virtualmente, dalla nostra agenzia" racconta Nuccia "investendo tempo e risorse sui nuovi mezzi di comunicazione. Isalei ha un blog, 500 tra fan e amici su Facebook, un canale dedicato su YouTube, carica fotografie su Flickr, posta regolarmente su Twitter, partecipa al social network TripShake". La passione è ereditaria: TripShake, community on line dedicata ai viaggi e allo scambio d'informazioni tra gli aderenti, è stata fondata da **Giorgio Montersino**, figlio di Nuccia. <http://blog.isalei.it/>



AVES [Il Software + completo] per Tour Operator e Agenzie di Viaggi da 20 anni sul mercato garantendo affidabilità e competenza

+ flessibile + automatico + economico + semplice + integrato + veloce

BOTTA E RISPOSTA

Oggi tre domande precise e tre risposte secche toccano a Ezio Birondi, amministratore delegato di Last Minute Tour Spa, la rete di 100 agenzie, in grande crescita, presieduta da Fabrizio Chianello.



Domanda - Negli ultimi 10 anni Lei ha applicato il modello di associazione in partecipazione in tre aziende diverse (Blu Vacanze, Cisalpina Tours, Last Minute Tour) e grazie a questo ha immesso sul mercato centinaia di nuovi agenti di viaggi, neofiti e senza esperienza: i colleghi agenti non hanno mai gradito, Lei cosa risponde? **Risposta** - *Non è una delle mie preoccupazioni, sinceramente. È il mercato che si evolve: di fronte alle novità del settore una sterile condanna e/o lamentela è un lusso che non ci si può più permettere. E poi l'aip è una formula di sviluppo assistita e monitorata quotidianamente: anzi, questa è una conditio sine qua non perché abbia successo. Peraltro qualunque agente di viaggio inizia senza esperienza. C'è ancora qualcuno convinto del contrario?* **Domanda** - Blu Holding ha accusato LMT di concorrenza sleale, si dice che per aprire le vostre 100 agenzie, in così poco tempo, abbiate pescato tra il personale Cisalpina Tours: come li avete convinti a venire da voi? **Risposta** - *La causa è stata chiusa dal Tribunale di Monza in data 08/07/09. Non abbiamo convinto nessuno. Noi siamo abituati a fare più che a dire, e i fatti contano sempre più delle parole.* **Domanda** - Da qualche tempo si parla di super-network, aggregazioni di agenzie con più di 500 unità: intendete arrivarci da soli, oppure un pour-parler con Welcome Travel, Service Team o Uvet ITN potrebbe essere in agenda? **Risposta** - *Con network seri ci sono sempre stati contatti, anche qualcosa in più di un pour parler...nel senso di un confronto sano e costruttivo. Ma non è nel nostro DNA alcuna forma di aggregazione e non ci è mai interessata la corsa al primato di agenzie. A noi interessa il business concreto e il successo dei punti vendita LMT. Meno le premiazioni.*

NEWS

Hotelia compra Buona Vacanza

Buona Vacanza, la rete milanese fondata da Gianni Innocenti e Giovanna Ferrante e forte di 120 agenzie in associazione in partecipazione (loro la chiamano "contratto commerciale"), è passata di mano: **Corrado Coen**, presidente **Hotelia Group**, che la scorsa estate ha affittato il marchio **TeoremaTour**, ne rileverà, in due tappe, il pacchetto di controllo. Il piano di sviluppo di **Hotelia** poggia sulla sinergia tra tour operator, vendite on line e agenzie di viaggi: oltre a **Buona Vacanza**, **Hotelia** ha rilevato anche la rete siciliana **Travel Colors** di Catania (che però fa parte del progetto **Network Italia**, che vanta il "patronage" di **Service Team** (vedi **NETWORKNEWS** n.17 del 7 agosto 2009). Non sembra in discussione l'accordo storico con **eDreams**, che ha accompagnato sin dall'inizio (il logo era **Buona Vacanza by eDreams**) la rete di Innocenti e Ferrante.

Sestante rinasce grazie a Gattinoni

Dopo anni di oblio, torna alla ribalta il marchio **Sestante** creato da **Enrico Scotti** (ex **Buon Viaggio Network**, oggi **Vacanze Smeralde**) ai tempi d'oro della discesa in campo turistico di **Calisto Tanzi** con **Parmatour**. **Franco Gattinoni** ha rilevato il brand da i **Grandi Viaggi**, che lo aveva ricevuto in dote dopo lo smembramento di **Parmatour**, e lo ha trasformato in "società di prodotto". **Sestante SpA** esordisce con un a.d. di eccezione, **Mario Malerba**, agente di viaggio di lungo corso e fondatore di **ITN**. "Non si tratta di un t.o." sottolinea Gattinoni "Non intendiamo metterci a fare tour

operating. Il prodotto **Sestante**, venduto in esclusiva dalle agenzie **Gattinoni Travel Network**, proporrà un dynamic packaging con volo più servizi aggiuntivi, hotel e rent a car". Oltre a **Sestante**, ulteriore novità del network con base a **Lecco** è **White**, una formula di affiliazione più "leggera". Sotto il marchio **GTN** sono ora raggruppate le agenzie **Gattinoni**, le agenzie in affiliazione **Black** (con pagamento centralizzato) e le agenzie in affiliazione **White** (senza pagamento centralizzato).

Prove di integrazione per Pinguino e Primarete

Reduci dalla non positiva esperienza di **Network's Team**, il consorzio che nel 2006 li vedeva già insieme con **Le Marmotte** ed **Easy Tavel Network**, il fondatore e presidente di **Pinguino Viaggi Network** **Giovanni Pellegrini** e il suo omologo in **Primarete Network**, **Ivano Zilio**, hanno annunciato una fusione che, nell'arco di qualche mese, porterebbe a un polo di oltre 300 agenzie. Tre le formule proposte: le agenzie in collaborazione commerciale (una sorta di aip) operanti con licenza **Primarete**; le agenzie in franchising, con licenza propria e insegna **Pinguino** o **Primarete**; le agenzie indipendenti, affiliate come gruppo d'acquisto.

Le Marmotte punta al tour operating

Nel 2008 avevano entrambe sottoscritto una lettera d'intenti con **Ventaglio**, premessa per una fusione e l'avvio del polo distributivo del t.o. di **Bruno Colombo**. Oggi, stante lo stato di crisi di **Ventaglio**, ognuno va per conto suo. Ma mentre **Pinguino** (ri)trova **Ivano Zilio** e la sua **Primarete**, **Le Marmotte** (88 agenzie in franchising, 50 milioni di euro di turn over nel 2009) resta per conto suo e punta a fare il t.o. "Arcobaleno, il nostro tour operator dedicato ai gruppi, fattura più di 6,5 milioni di euro all'anno" racconta **Manuela Marazzini**, resp. marketing e comunicazione del network con sede a **Busto Arsizio, Varese**.

QUELLO CHE I GIORNALI NON DICONO

NETWORKNEWS non è una testata giornalistica, ma una newsletter compilata sulla base di notizie, comunicazioni e rumors ricavati anche - ma non solo - dalla stampa di settore. Testate come **TTG** e **Quotidiano Travel**, **Trend** e **Guida Viaggi**, l'agenzia di viaggi e **Il Giornale del Turismo** sono lette da tutti gli addetti ai lavori. Questa rubrica cerca di evidenziare le notizie mai pubblicate, o ridotte a un trafiletto. E di spiegarne il perché.

Si chiama "sindrome da eccesso di informazioni" o "sovraccarico cognitivo", ma suona meglio in inglese (*information overload*): si verifica quando si ricevono troppe informazioni (il web contribuisce) per sceglierne una specifica sulla quale focalizzare l'attenzione e riuscire a immagazzinarla. La subiamo tutti i giorni e non lo sappiamo neanche, ma basta un esempio pratico. Lunedì 26 ottobre nella mia casella di posta sono arrivate: cinque newsletter (**Travel Quotidiano**, **Guida Viaggi No Stop**, l'agenzia di viaggi, **TTG**, **Master Viaggi**) con rispettivamente 21 + 49 + 15 + 27 + 34 notizie pubblicate, 146 in totale; 5 newsletter promozionali (**TTG** per il Costa Rica, l'agenzia di viaggi per **Air France**). Totale, 151 notizie. Nella mia cassetta postale, lo stesso giorno, sono arrivati tre magazine: **Turismo & Attualità** con 81 articoli, **TTG Italia** con 26 articoli e **Trend** con (bontà sua) 5 articoli e una cover story. In totale, 113 articoli su carta. La sera di lunedì 26 avrei quindi dovuto immagazzinare 151 + 113 = 264 tra lanci, news e articoli. Tra queste, solo **Ventaglio** era citata otto volte (!). Domande, due: si rendono conto gli editori che nessun addetto ai lavori leggerà mai 264 notizie al giorno, cioè 1.300 a settimana, 5.265 al mese?! Si rendono conto gli inserzionisti (t.o., compagnie aeree & C.) che le loro costose pagine pubblicitarie e i loro (meno) costosi banner sono annegati in un minestrone assolutamente indigesto?! (*Roberto Gentile, autore di NETWORKNEWS*).

NETWORKNEWS™ On video su **YouTube**™ www.youtube.com/networkvideonews

ON LINE Sul sito www.network-news.it trovi tutte le rubriche, la versione editabile (in formato .pdf) e tutti gli arretrati di **NetworkNews**, da dicembre 2007 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 nell'oggetto. Grazie.