

NETWORKNEWS[®]

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

Milano, 22 Ottobre 2010 - Anno III - Numero 25 - www.network-news.it - e-mail: rgentile@network-news.it



L'editoriale:

Nuccia Faccenda
di Isalei Travel

wemondo

Il Network del mese:

WeMondo
di Rovigo



Botta e Risposta:

Michele Rombaldoni
di Datagest

Isalei Travel è un nome noto ai lettori di **NETWORKNEWS**, che nel numero 18 del 3 novembre 2009 ha raccontato la storia dell'agenzia di Alba guidata da **Nuccia Faccenda** e **Samantha Gabani**. Le diamo nuovamente spazio perché "Il fatturato di Isalei Travel è cresciuto del 50% nel primo semestre 2010, rispetto al medesimo periodo del 2009. La nostra media per pratica varia tra 4 e 5.000 euro, e per stilare un preventivo applichiamo una fee da 30 a 150 euro" racconta Nuccia Faccenda. Numeri fuori dal comune per molte delle 11.000 agenzie di viaggi italiane, soprattutto quest'anno. Come ci sono riuscite? "Abbiamo aperto undici anni fa, con l'insegna **GiraMondo**

*Viaggi, e ci siamo impegnate tanto. Ad Alba oggi ci sono 14 agenzie di viaggi, 4 solo nella nostra strada, la concorrenza è acerrima. Abbiamo pensato di distinguerci: niente offerte in vetrina, ad esempio, e nessuna lotta all'ultimo sangue, anzi, all'ultimo sconto, per strappare una pratica a un'altra agenzia. I nostri clienti devono conoscerci, noi approfondiamo i loro gusti, cominciano a fidarsi di noi, ci proponiamo di organizzare le loro vacanze. È un processo che dura del tempo, perché la fiducia non si regala al primo che passa. Ma tutto è cambiato negli ultimi due anni: i social media hanno rivoluzionato il nostro lavoro. Da sempre sul web, oggi Isalei Travel dispone di un blog inserito in un "ecosistema sociale", ossia un sistema integrato nel quale **YouTube, Facebook, Flickr e Twitter** interagiscono tra loro. Noi non vendiamo viaggi, sul web, non possiamo competere con **Expedia** e poi non facciamo sconti: sulla rete cerchiamo nuovi clienti, stabiliamo relazioni, le coltiviamo nel tempo. Siamo a disposizione 24 ore su 24 e 7 giorni su 7, grazie al cellulare, all'email e a **Skype**. Raccontiamo i nostri viaggi sul blog, su **YouTube** e su **Flickr**, e invitiamo i nostri clienti (del 98% dei quali abbiamo l'email) a fare lo stesso. Insomma, vogliamo che la gente prima ci conosca, poi si fidi di noi, quindi ci chieda di organizzare le proprie vacanze. Ma sempre creando una relazione, che sia fisica in agenzia o virtuale sul web. Funziona, i numeri lo dimostrano".*

IL NETWORK DEL MESE



We Mondo di Ok Mondo S.r.l. è un network appena nato, ma con alle spalle una quindicina d'anni di esperienza. Sede a Rovigo, 18 agenzie affiliate dal Veneto alla Sicilia e l'obiettivo di 50 punti vendita entro l'anno prossimo. We Mondo è l'avventura imprenditoriale di **Simone Aggio**: nato agente di viaggi, esordisce nella distribuzione con **Solomondo/Easy Travel Network** e diventa

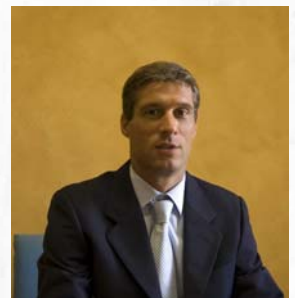
responsabile sviluppo rete in **Pinguino Viaggi**, dal 2007 al 2009. "Il mio mestiere è aprire agenzie di viaggi" racconta Aggio "Per anni l'ho fatto per altri, ora ho deciso di farlo in proprio, mettendo la mia esperienza al servizio degli imprenditori che vogliono intraprendere questo cammino". Solo start-up, quindi nuove agenzie, che possono scegliere tra due opzioni: la Formula Franchising, con licenza propria, e la Formula Filiale, dove la licenza è quella di We Mondo, fornita in comodato d'uso. "Cosa ci distingue dalle altre reti? Il fatto di essere stati prima agenti di viaggi, poi network. Conosco oneri e onori di entrambi i lati della barricata, e so come affrontarli". www.wemondofranchising.it

BOTTA E RISPOSTA

NETWORKNEWS pone tre domande a **Michele Rombaldoni**, titolare della **Datagest** di Pesaro, software-house nota in ambito turistico per il prodotto **Aves**.

Domanda - Le agenzie e la tecnologia: cosa è cambiato da quando **Datagest** ha iniziato a operare, a oggi? **Risposta** - In 22 anni di cose ne sono cambiate tante, anche se abbiamo avuto la fortuna di

incontrare agli inizi dei tour operator e delle agenzie che ci hanno fatto costruire delle architetture solide, che non abbiamo dovuto stravolgere nel tempo. Il fulcro del cambiamento comunque è stato e rimane internet e l'xml, inteso come possibilità di comunicare tra applicazioni diverse in modo semplice e - soprattutto - aperto. Non ci sono più mondi isolati e know how obbligatori, tutto è alla



portata di "tanti" ovvero di chi ha voglia e capacità di lavorare bene, per cui oggi è possibile sviluppare (per fare un esempio attuale) app web per le prenotazioni on line per iPhone o iPad che dialoghino direttamente con **Aves**. **D** - Sede a Pesaro, quando l'asse dell'industria turistica è tra Roma e Milano: quali vantaggi, quali svantaggi? **R** - La sede a Pesaro offre molti vantaggi in termini di qualità di vita e di capacità di reperire risorse, le Marche sono da sempre una regione ricca di software house. Commercialmente invece ha rappresentato, almeno all'inizio, un grave handicap: colmato con l'apertura di filiali a Roma e Milano, anche "operative", ovvero in grado di seguire da vicino non solo le vendite, ma anche la formazione e l'assistenza. **D** - **Datagest** lavora sia con t.o. che con le agenzie: chi paga maggiormente lo scotto di una ripresa ancora lenta? **R** - Secondo noi, sicuramente le agenzie: difficile trovare oggi un progetto interessante o almeno innovativo, a parte le solite operazioni di "addizione" e "sottrazione" di network contro consorzi, contro associazioni ecc. Nell'ambito dei t.o., invece, notiamo una grande attenzione all'aspetto tecnologico, dovuto anche alla volontà di migliorare la propria posizione di mercato, vista la scomparsa dallo scenario di attori - fino a ieri - molto importanti.

NEWS

Bravo Net e HP Vacanze: prove d'integrazione



Le reti guidate rispettivamente da Luca Caraffini, da un lato, e Dante Colitta (nella foto), Claudio Busca e Fabrizio Filippi stanno studiando un percorso di avvicinamento, che prevede l'integrazione di alcune funzioni a partire dal 2011. HP Vacanze e Bravo Net riuniscono oggi circa 1.250 agenzie, diffuse in tutta Italia, e fanno riferimento a Service Team, il polo di aggregazione fondato da Guglielmo Isoardi e del quale fanno parte anche Marsupio Group, Fespit e HRG. Non a caso Luca Caraffini dichiarava un

mese fa (vedi **NETWORKNEWS** n. 24 del 9 settembre 2010): "Uno dei problemi che registriamo, come Service Team, è il forte individualismo di alcune agenzie, che non hanno ancora capito quanto sia fondamentale la condivisione degli obiettivi". Lo scenario che si apre è il seguente: un "ticket" HP Vacanze / Bravo Net che, forte dei numeri, si presenti sul mercato come attore unico e indipendente; una Service Team che rilanci il progetto di aggregazione, legando magari altre realtà; il ruolo giocato da G40 Travel Network (450 agenzie), che pur non avendo aderito a Service Team, vede tra i suoi azionisti la Exito di Guglielmo Isoardi.

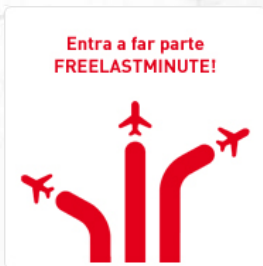
Nasce Che Viaggio! Network by Holding Vacanze e CTS



Ivano Zilio e Giovanni Pellegrini non si fermano più: dopo aver fatto confluire le rispettive reti, Primarete e Pinguino Viaggi, in Holding Vacanze (vedi **NETWORKNEWS** n. 23 del 29 giugno 2010) hanno sottoscritto un

accordo con CTS Viaggi per il lancio del nuovo brand Che Viaggio! Network. Costituita ad hoc una newco, Team Network Spa, con a capo i vertici delle due reti: per CTS Roberto Viola come presidente del CdA e Fabio Savelloni come a.d.; per Holding Vacanze Zilio vicepresidente del CdA e Pellegrini come a.d. La somma delle 285 agenzie di Holding Vacanze e delle 181 di CTS (vedi **NETWORKNEWS** n. 24 del 29 settembre 2010) colloca Che Viaggio! Network tra la quinta e la sesta posizione tra le reti italiane.

Nuove reti crescono: Freelastminute e Italia Reservation



Al salone del franchising di Milano (ottobre 2010) erano presenti quattro network turistici, tutti esordienti o quasi. ItalicIntour, rete guidata da Gianpiero Manzone e forte della partnership con eDreams; Buona Vacanza, il network acquisito da Hotelia Group nel 2009 (vedi **NETWORKNEWS** n. 23 del 29 giugno 2010) presente per la prima volta senza il brand "powered by

eDreams" che ha accompagnato il suo sviluppo dall'inizio. Due new entry: BLM Business Last Minute Srl con il brand Freelastminute www.freelastminute.travel, sede a Torino, tre filiali aperte e tre di prossima apertura, contratto di affiliazione commerciale (quindi con licenza della casa madre). Italia Reservation di MediacomGroup Srl, con sede a Padova, attiva come agenzia di viaggi online, web agency per la realizzazione di

siti web e consulenza di web marketing per attività di SEO (posizionamento sui motori di ricerca). Tre le tipologie di affiliazione proposte: agenzia di viaggi on line, utilizzando la licenza e le convenzioni di Italia Reservation; consulente turistico, per chi intende vendere viaggi da casa; travel corner, per chi vuole ampliare il business del proprio negozio o attività commerciale. www.italiareservation.com

G40 Travel Group affilia le agenzie TCI

Partnership tra G40 e Touring Club Italiano, che fa confluire la rete di agenzie Touring Viaggi e Punti Touring nel network guidato da Luca Battifora. Da novembre 2010 i 25 Punti Touring presenti sul territorio italiano entreranno a far parte della rete partner. "Condividiamo la visione del business" commenta Davide Cerni, direttore generale di Touring Viaggi, società controllata da Touring Club Italiano. "Abbiamo individuato forti sinergie con il portafoglio prodotti e la gamma di servizi garantiti da G40 alle proprie agenzie".



CHI VA E CHI VIENE

Francesca Benati al vertice italiano di lastminute.com



Dopo Alhena Scardia di Opodo un'altra donna al vertice di una web travel agency italiana. lastminute.com (dal 2005 parte del gruppo Sabre Holdings) ha nominato Francesca Benati managing director and country leader per l'Italia: succede a

Stefano Ravani, da giugno 2010 boss italiano di voyageprive.com (vedi **NETWORKNEWS** n. 7 del 24 settembre 2010). Sposata con 2 figli, Benati si è occupata per anni di comunicazione e branding per JWT, Leo Burnett e Landor; nel 2007 esordisce nel turismo in Expedia Italia, ricoprendo i ruoli di marketing director e country coordinator per l'Italia. Dopo una breve parentesi in Todomondo, il t.o. on line fondato da Alessandro Scotti (vedi **NETWORKNEWS** n.15 del 29 maggio 2009), Benati è stata direttore della divisione digital ed e-commerce in Blu Holding, dove ha seguito il lancio del canale e-commerce per il gruppo.

Blu Holding: nuovi direttore retail e responsabile sviluppo rete

BluHolding (vedi **NETWORKNEWS** n.24 del 9 settembre 2010) presidia la Divisione Leisure, guidata da Giuseppe Costanzo, con due nuovi manager. Aldo Perani assume il ruolo di direttore retail: 40 anni, milanese, proviene da Boston Consulting Group, dove ha ricoperto incarichi di crescente rilievo fino al ruolo di Principal. Riccardo Tecchiati (nella foto), torinese, 48 anni, è il nuovo responsabile



sviluppo rete per le insegne Bluvacanze e Vivere & Viaggiare: proviene dal t.o. Kuoni, dove ha ricoperto diversi incarichi, dal 1988 a oggi, fino a quello di trade sales promoter.