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

Milano, 24 febbraio 2012 - Anno V - Numero 33 - www.network-news.it - email rgentile@network-news.it

Roberto Gentile scrive

Botta e Risposta: Marco Ricchetti di Robintur

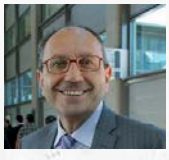
Il Network del Mese: Euphemia Personal Voyager di Reggio Emilia

Era il 2001, una vita turistica fa. **Bruno Colombo** (che sta preparando il rientro come t.o., in bocca al lupo) era ancora saldamente alla testa del **Ventaglio**, che non macinava più la crescita a due cifre degli anni precedenti, ma era comunque il n.2 del tour operating italiano. Il presidente, davanti alla presentazione di due consulenti, piena di grafici e tabelle, era alle prese con un dubbio amletico: *make or buy? Make*, ovvero costruire un network dal nulla, investire tempo e risorse e metterlo sotto il cappello Ventaglio? O *buy*, cioè comprarlo bello che fatto, a pezzi o tutto intero, magari alleandosi con qualche network già esistente? Per il *make* erano i consulenti, che i soldi sapevano dove trovarli e quindi come spartirsi la torta. Per il *buy* era, tra i primi consultati, **Frigerio Viaggi Network**, all'epoca rete giovane ma condotta da agenti di viaggi fedeli al Ventaglio e disposti ad accompagnarlo in quella avventura. Chi vinse? Il *make*. Un anno dopo Ventaglio Retail era la nuova società di distribuzione del Gruppo, ormai lanciato sulla via dell'integrazione verticale. Qual è la morale di questa storia? Primo, che creare una rete di agenzie costa una barca di soldi e fa perdere un sacco di tempo, soprattutto a coloro che l'agente di viaggi non l'hanno mai fatto. Secondo, che il vecchio detto "Ofelé fa el to mesté" vale anche - soprattutto - per gli agenti di viaggi. Quelli, almeno, che il loro mestiere lo san fare. Prima uno (in tempi molto più sereni di quelli attuali...), poi l'altro, ma **Costa Crociere** ed **MSC** sono arrivati alla medesima conclusione: per vendere bisogna conquistare il cliente finale e per arrivarci non c'è (ancora) Internet che tenga, qui da noi servono le agenzie. E se le sono comprate. Le reti, dico, perché le agenzie in gran parte sono e restano indipendenti. Oggi **Welcome Travel**, **Geo** (la somma di **Bravo Net** e **HP**), **Bluvacanze** e **Cisalpina Tours**, più qualche decina di reti collegate (network e centrali, quindi), fanno parte del paniere. Chi comanda è l'industria, chi esegue è la distribuzione: se le agenzie Bluvacanze non venderanno più Costa, la scelta non l'avranno fatta loro. Però a gestire le reti saranno (al momento, poi si vedrà...) agenti di viaggi "tosti", che i gradi se li sono guadagnati sul campo. Gente come **Luca Caraffini** o **Dante Colitta**, più a proprio agio tra i colleghi alla festa del TTG, che al (noioso) tavolo di un consiglio di amministrazione. Il *make*, però, resta appannaggio di chi l'agente di viaggi l'ha sempre fatto e vorrebbe continuare a farlo senza qualcuno che gli fiati sul collo, forte dei suoi dollari. Infatti **Luca Patanè**, che non ama farsi dire alcunché da nessuno, e la **Coop** idem (vedi la querelle con **Caprotti** di **Esselunga**) hanno deciso di stare da soli, mettendo insieme reti (**Travel Co.** per **Uvet**, **Planetario** e **CTA** per **Robintur** - vedi NETWORKNEWS n.33 del 24 febbraio 2012 - e investendoci sopra soldi e persone. Qual è la morale di quest'altra storia? Che i soldi ce li può mettere chiunque (vedi **Barclays Bank** prima e **Investitori Associati**, dopo, per Bluvacanze) , ma il pallino è meglio che resti in mano ai Caraffini e ai Patanè della situazione. Nel frattempo, però, **Alpitour World** - che detiene il 50% di Welcome e ha condiviso col socio Costa l'acquisizione di Bravo Net e HP - vedi NETWORKNEWS n.32 del 20 dicembre 2011 - è finita in mano a due fondi d'investimento, che il loro mestiere certo lo san fare, ma non è quello degli agenti di viaggi. Qual è la morale di quest'ultima storia? Troppo presto per dirlo. Ma il nostro auspicio è che, nelle dispense degli MBA che i finanzieri di grido frequentano ad Harvard, ci sia la traduzione in inglese di "Ofelé fa el to mesté"...

Leggi tutto...

BOTTA E RISPOSTA

NETWORKNEWS pone tre domande a **Marco Ricchetti**, modenese, una carriera tutta nella **Coop**: iniziata occupandosi di marketing e comunicazione sociale e quindi culminata, nel 2000, prima con la vice direzione e poi con la direzione generale di **Robintur**; dal 2004, Ricchetti è presidente e direttore generale del **Gruppo Robintur**, di proprietà **Coop Adriatica ed Estense**. 650 milioni di euro di giro d'affari nel 2011, obiettivo 1 miliardo entro il 2014. Al Gruppo fanno riferimento 400 agenzie (il 70% di proprietà o partecipate) e diverse reti: **Viaggia con Noi** (52 agenzie in aip), **Via con Noi** (130 agenzie), **Argonauta Viaggi** (partecipata all'81%, 8 agenzie di proprietà), **Gruppo Professione Turismo**, **Viaggi dello Zodiaco**. Recente la sottoscrizione di accordi di partnership con **Nuova Planetario** e con **CTA Consulenti Turistici Associati**.



Domanda - Il Gruppo Robintur è già integrato verticalmente (retail, leisure + BT, e t.o. **Egocentro**): anche voi seguite il trend e volete fare il t.o.? **Risposta -** ***Firma Tour****, il nostro t.o. in-house, rappresenta il 15% del fatturato del Gruppo, una quota non elevata, che non intendiamo sviluppare più di tanto. Il nostro mestiere è e resta quello di distributori, sia come retaggio della proprietà Coop, sia come visione strategica del Gruppo. Abbiamo avuto l'opportunità, quasi per caso, di "aver un piede" nel tour operating e l'abbiamo colta, tutto qui.* **D -** Robintur è da sempre profondamente legato al territorio di origine, l'Emilia, e ha un modello di business derivato da quello delle cooperative. È così, oppure è solo una percezione? **R -** *È così, siamo nati qui e restiamo legati al nostro territorio, ne siamo orgogliosi. Nella nostra regione, tutti i centri commerciali più importanti ospitano un'agenzia Robintur, a quelli medio-piccoli non siamo interessati. Stiamo sviluppando la Toscana, abbiamo buone basi in Puglia, siamo leader anche in Campania, grazie alla joint-venture* ***Via con Noi****. Il fatto di poter aprire sia agenzie di proprietà che in aip offre grandi opportunità: a Pontedera e a Lucca, ad esempio, abbiamo riconvertito in aip due agenzie che non rendevano abbastanza come unità locali. Un giro d'affari di € 500/700.000 all'anno è sufficiente per un associato, non per una'agenzia diretta.* **D -** Gli accordi con **Planetario** e **CTA** preludono a una fusione in un'unica società? **R -** *Non al momento, soprattutto con* ***Consulenti Turistici Associati****, realtà consolidata in Veneto e complementare alla nostra rete. Con Planetario abbiamo forti affinità (*è di proprietà di **Coop Consumatori Nord Est** - ndr*) ed eventuali integrazioni tra le proprietà Coop, di cui si parla da tempo, potrebbero favorire un simile progetto.*

IL NETWORK DEL MESE

EUPHEMIA PERSONAL VOYAGER

Nel complesso panorama del networking italiano, chiamarsi **Euphemia Personal Voyager** e avere come pay-off "*La sartoria dei viaggi*" è già una bella presa di responsabilità. "*Non siamo un network!*" proclama **Michele Zucchi**, agente emiliano di grande esperienza e "motore" di Euphemia, sede a Reggio Emilia, ma soci cuneesi. Ha ragione, ma solo in parte. I 30 **Personal Voyager** che oggi fanno parte del team Euphemia sono consulenti di viaggi a tutti gli effetti, quindi slegati dall'appartenenza (fisica e operativa) da un negozio: sono professionisti con anni di esperienza, hanno un portafoglio clienti che produce almeno € 500.000 all'anno, si gestiscono da soli. Insomma, rientrano nell'arrembante categoria degli *home-based travel agent*, modello anglosassone importato in Italia da **Gianpaolo Romano** con **CartOrange**. Ma pure dispongono di una base, ovvero di boutique (vere e proprie, anche come arredi, vedasi l'agenzia di **Sarzana**, La Spezia) dotate di licenza e atte ad accogliere il pubblico. Se ne contano 17: 12 di proprietà Euphemia, con accesso su strada o al piano, altre 5 invece nella disponibilità del Personal Voyager di turno (come a Carpi, Modena). *"La professionalità innanzitutto"* sottolinea Zucchi *"è il tema sul quale abbiamo concentrato tutto il nostro lavoro, sin da quando abbiamo iniziato, con 4 agenzie, nel 2002"*. Il progetto è piaciuto a chi di viaggi se ne intende davvero: Zucchi detiene il 40% delle quote di Euphemia Srl ed è presidente del Consiglio di Amministrazione, ma il restante 60% appartiene a **Lab Travel**, società la cui proprietà è riconducibile alla famiglia di **Guglielmo Isoardi**, ex proprietario di **Alpitour,** da tempo attivo nella distribuzione con la società di partecipazione **Exito**. E se ci crede Isoardi, qualcosa vorrà dire. www.euphemia.it

NEWS

Mani Pulite e l'agenzia Sestante (ex CIT), 20 anni dopo

Pochi se ne saranno accorti, ma è l'insegna **Sestante** che campeggia alle spalle del mitico pool **Mani Pulite** (i PM **Antonio Di Pietro** e **Gherardo Colombo**, il procuratore **Francesco Saverio Borrelli**) immortalati in Galleria Vittorio Emanuele di Milano nell'inverno del 1992, quello passato alla storia per la fine della Prima Repubblica. Sestante era il nome scelto dal nuovo proprietario di **CIT** (**Parmatour**, ahi ahi ahi) per l'agenzia che da decenni si trovava nel cuore della galleria dei milanesi. Sia Sestante (spazzata via dal crollo del fragile impero dei **Tanzi**) che la storica **Compagnia Italiana Turismo** (devastata prima dal **Gianvittorio Gandolfi** di Si Viaggi, poi dal **Gerardo Soglia** *affossatore* anche di **Buon Viaggio**) sono pallidi ricordi: pallidi come quelli di Mani Pulite, che la **Twitter** Generation di oggi probabilmente confonde con uno spot sui detersivi...

Weldorado, la nuova community per agenti di Welcome Travel

Nell'ambito del progetto *Welcome 2.0*, la rete partecipata da **Alpitour World** e **Costa Crociere** e guidata dall'a.d. **Gianpaolo Vairo**, rinnova il sito www.welcomeonline.it e lancia una comunità virtuale, riservata alle 1.000 agenzie affiliate, denominata **Weldorado**. Bel nome, quando meno di buon auspicio per il business. Weldorado sarà un luogo d'incontro virtuale e consentirà d'instaurare una rete di relazioni orizzontale tra colleghi agenti di viaggio e di alimentare l'interazione con lo staff dedicato Welcome Travel. Gli utenti della community potranno navigare e interagire all'interno di cinque canali tematici, destinati a moltiplicarsi nel tempo: Noi, Piazza, Palestra, Osservatorio e Mondo.

altre News: clicca e leggi...

- **Bravo Net** e **HP**: adesso la fusione è operativa
- **Liberi Tutti** sviluppa il franchising e le proposte **Eatinerari**
- **Tripadvisor** censurata in UK per recensioni ingannevoli
- **One! Travel Network** supera le 100 adv

CHI VA E CHI VIENE

I conti in tasca ai ministri, grazie alla pubblicazione della dichiarazione dei redditi del **Governo Monti**, non risparmiano il titolare del dicastero del Turismo, **Piero Gnudi**. Che, come Ministro del Turismo, dichiara un reddito lordo pari a € 53.239 di stipendio, € 11.309 di indennità integrativa speciale, € 135.231 di indennità per i ministri non parlamentari e € 3.503 di diaria mensile per ministro non parlamentare non residente a Roma. Totale, € 240.000 mal contati (mezzo miliardo di vecchie lire, che fa sempre il suo effetto). Nel 2010, invece, il reddito complessivo dichiarato da Gnudi era pari a € 1.717.187. Il neo-ministro non dispone di beni immobili (dove sta di casa?! in hotel?!), ma possiede due automobili del 2008 e un gozzo del 2005 in leasing. E, alla data della nomina, numerose azioni di aziende quotate tra cui **Enel, Enel Greenpower, Intesa San Paolo, Mediobanca, Telecom Italia, Unicredit**. Abbiamo fatto i conti: per guadagnare quanto Gnudi nel 2010 un agente di viaggi di 3^ livello (sempre che il lavoro ce l'abbia ancora) deve lavorare 49 anni...

Travolta dalle vicende di **Valtur**, commissariata da mesi, **Maria Concetta Patti** ha rassegnato le dimissioni da presidente **Federviaggio** in occasione dell'ultimo Consiglio Direttivo. Il vicepresidente **Luca Patané**, titolare di **Uvet ITN**, ha assunto la guida di Federviaggio,come previsto dallo Statuto, e convocato per il 5 marzo 2012 l'assemblea dei Soci, che procederà all'elezione del nuovo presidente. Patanè prende il posto di Patti, e si dichiara interessato anche all'acquisizione di Valtur. Potere alla distribuzione.

Fiavet ha un nuovo presidente, che succede a **Cinzia Renzi**. La quale, in corsa per il secondo mandato, ha ritirato la candidatura durante l'assemblea elettiva con l'intento di *"favorire l'unità della federazione ed evitare ulteriori fratture"*. Una decisione sofferta, ma salutata con soddisfazione da **Fortunato Giovannoni**, che di beghe interne ne ha vissute (e ne vivrà, temiamo) ancora tante. In Giunta nazionale entrano **Massimo Caravita**, vicepresidente vicario, **Luigi Maderna** vicepresidente, **Antonio Scipioni**, **Enzo Manunza**, **Laura Bolgia** e **Wilma Pennino**.

ON LINE Sul sito www.network-news.it trovi tutte le rubriche, gli aggiornamenti e gli arretrati di NETWORKNEWS in formato .pdf, 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 NEWS nell'oggetto. Grazie.