NETWORK NEWS®

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

Milano, 20 giugno 2012 - Anno V - Numero 34 - www.network-news.it - email rgentile@network-news.it

Roberto Gentile scrive

Il Network del Mese: Sardinia Collection di Cagliari

L'agenzia del mese: Concept Store Gattinoni di Bologna

Nel 2007 i network di agenzie attivi in Italia erano 100 e continuavano a crescere; il picco viene raggiunto nel 2010 con 121 insegne, ma la crisi si fa sentire: nel 2011 scendono a 108, **a marzo 2012 se ne censiscono 96**. Drammatico è il turn-over, ovvero il travolgente avvicendarsi di reti che avviano un'attività, resistono qualche anno sul mercato e poi ne escono, subito sostituite da altre. Sono addirittura **73 i marchi**, le aggregazioni estemporanee e i network veri e propri che sono **usciti di scena dal 1982 al 2012**: solo negli ultimi quattro anni ne sono spariti 37, compresi nomi eccellenti come **Buon Viaggio Network** e **VentaPoint by Ventaglio**. Tuttavia, il processo di aggregazione è inarrestabile: almeno **tre quarti delle 11.000 agenzie di viaggi italiane sono affiliate a una rete** e in alcune regioni (Lombardia, Emilia Romagna) le agenzie *stand alone* non raggiungono il 15% del totale. Dall'analisi dei 96 network risulta che **solo 20 contano più di 100 agenzie ciascuno** e che - grazie al calo sopra descritto - il numero di agenzie affiliate è in crescita: la *ratio* agenzie/network era infatti pari a 63 nel 2010, a 80 lo scorso anno, è salita a 91 nel 2012. Dei top 20, dietro ai leader **Geo** e **Welcome** (non a caso ormai nella stessa orbita, 2.689 agenzie in totale), alcuni sono in crescita, altri stabili, alcuni calano. Ma la vera partita, ormai, si gioca solo ai primi posti, tra centrali di acquisto e macro-aggregazioni. Per gli altri, fino alla 96^ posizione, il futuro è tutto da disegnare.

n° progr.	network	n° p.v.	trend 2011/2012
1	Geo (Bravo Net / HP Vacanze Network)	1.579	▲▲
2	Welcome Travel	1.110	▲▲
3	Uvet ITN	848	-
4	Bluvacanze	663	▼
5	Open Travel Network	580	-
6	G40 Mondo di vacanze	470	-
7	Robintur Gruppo	398	▲▲
8	Marsupio Group	355	▲
9	Travel Co.	325	-
10	Holding Vacanze	271	▼
11	GiraMondo Viaggi	264	▼
12	Last Minute Tour	240	▲▲
13	Fespit	235	▲
14	Gattinoni Travel Network	160	-
15	FreeTUR / Freenet Viaggi	133	▼
16	CTS	130	▼
17	Nuove Vacanze	118	-
18	ET Network di Equestre Tour	103	▲▲
19	One! Travel Network	102	▲▲
20	Mister Holiday	102	▲

® by Roberto Gentile, aggiornato al 10 maggio 2012

Legenda: ▲ o ▼ Crescita o calo inferiore al 10% in un anno; ▲▲ Crescita superiore al 10% in un anno; - Stabile;
Nota bene: Dati e numeri elencati sono desunti da fonti aziendali (non sempre cronologicamente corrispondenti) ed elaborazioni dell'autore. La tabella non include le reti che - pur contando più di 100 agenzie - sono collegate ad altre (es. SeaNet Travel Network con Geo Bravo Net)

IL NETWORK DEL MESE

Stefano Montisci ha una bella storia imprenditoriale alle spalle, ma - come càpita spesso - pochi la conoscono al di fuori della sua regione, la Sardegna. Montisci, al contrario di tanti suoi conterranei, "in continente" non c'è andato, e le sue radici restano saldamente a Cagliari. Tutto inizia nel 2004, allorché **Pasquale Chianello** (anche lui d'origine isolana, chissà se questo ha pesato...) trova nell'agente di viaggi di Cagliari un partner per lo sviluppo delle agenzie **Cisalpina Tours Vivere&Viaggiare in Sardegna**: Montisci parte in quarta, il territorio è in buona parte inesplorato e, in capo a 5 anni, le agenzie in aip con l'insegna torinese diventano 24, sparse ai quattro angoli della Sardegna. Le note vicissitudini di Cisalpina, poi confluita in **BluHolding**, pongono fine all'avventura comune, ma Montisci non si perde d'animo, inventa un marchio (**Sardinia Collection**), lo colloca sotto il cappello societario **Pick Srl** e a giugno 2012 riunisce 18 filiali. Siccome però le agenzie non bastano e sarebbe illogico non sfruttare il patrimonio isolano, le aree di business di Sardinia Collection includono anche lo sviluppo di boutique hotel, viaggi incentive e incoming. *"Ho capito quanto la mia terra possa offrire a chi voglia scoprirla, mi sento privilegiato nel vivere in un angolo di paradiso terrestre, voglio condividere questo privilegio con altri"* è il manifesto di Montisci. Che apre agenzie, ma non solo. www.sardiniacollection.com

L' AGENZIA DEL MESE

Franco Gattinoni, fondatore di **Gattinoni Travel Network** e attuale presidente **AINeT**, è considerato un imprenditore sensibile alle nuove tendenze, attento alle richieste del mercato e disposto a rischiare. Tutto questo si realizza nella sfida del primo Concept Store inaugurato il 13 giugno 2012 a Bologna, nei locali che ospitavano l'agenzia **Hotelplan** rilevata nel 2011 (clicca qui). Nella centralissima Piazza Nettuno coesistono i viaggi di Gattinoni Travel Network e le scarpe e gli accessori di **For You**, negozio di tendenza molto noto in città. *"La scelta di un concept store è un esperimento che, se funzionante, potremo replicare in altre agenzie del nostro network. La collaborazione con For You porterà vantaggi di immagine e commerciali, permettendo di ampliare il portfolio clienti"* dichiara Gattinoni. A mixare viaggi & cioccolato ci avevano già pensato a Roma (clicca qui), il binomio moda & viaggi è originale, vediamo come risponde la tradizionale ma chic Bologna.

NEWS

Blockbuster: eutanasia di un business finito peggio delle agenzie di viaggi

"L'avventura di Blockbuster Italia finisce qui. È stato un piacere divertirvi oppure semplicemente tenervi compagnia in questi 18 anni" firmato ***Blockbuster Italia SpA*** *in liquidazione a concordato preventivo.* Questo il messaggio che a maggio ha tristemente campeggiato sull'homepage di blockbuster.it: il 6 giugno 2012 ha chiuso l'ultimo negozio italiano della catena USA, leader del noleggio di videocassette prima e DVD dopo, finita in Chapter 11 (la procedura di fallimento) a causa della concorrenza di internet e del download (prima illegale di **Emule**, poi legale di **Netflix**). Blockbuster sbarca in Italia nel 1994, ottiene un successo clamoroso, apre centinaia di negozi e convince gli italiani a disertare il cinema e a godersi film & popcorn sul divano del salotto. Ora il liquidatore cerca di ripianare i 10/12 milioni di euro di passivo vendendo i 120 store per € 50-100.000 ciascuno a **Essere Benessere** (catena che gestisce farmacie e parafarmacie, partecipata dal **Gruppo Finiper**, che ne ha rilevati un'ottantina, dipendenti compresi) e **Arcaplanet** (negozi per animali domestici, che ne ha acquistati 6). Perché ne parliamo su NETWORKNEWS? Per due motivi: primo, perché tra Blockbuster e le agenzie di viaggi, nessuno avrebbe scommesso – dieci anni fa – che il business della prima sarebbe saltato prima di quello delle seconde. Secondo, perché il piano di sviluppo dei negozi Blockbuster in Italia venne fatto coi contro-fiocchi: grandi spazi, enormi vetrine, accessibilità sia a piedi che in auto (quasi tutti avevano un parcheggio), ubicazione nei centri commerciali e comunque con 75.000 residenti nel bacino primario. Quando si aveva la ventura di aprire un'agenzia di viaggi nelle vicinanze, il confronto con Blockbuster faceva sempre sì che sembrasse piccola, buia e infilata in un angolo. Eppure tutte e due vendevano sogni.

WOW che Network! la promozione secondo Frigerio Viaggi Network

L'immagine è senz'altro originale: quattro agenti di viaggi giovani e carine che escono dal mare (citazione della *Nascita di Venere* del **Botticelli**?) in abito da cocktail e accompagnate dallo slogan "WOW che network!". È la campagna pubblicitaria a supporto della "promo speciale - 6 mesi di prova gratuita" che **Frigerio Viaggi Network** lancia per ampliare il numero di agenzie affiliate con la formula *Friends*. Dopo l'inaugurazione della nuova sede milanese e l'ampliamento di quella storica a Giussano (Mi), la famiglia Frigerio s'impegna a crescere anche nel leisure, dopo buoni risultati nel BT.

SeaNet Travel Network supera le 150 agenzie perché...

Cresce in un periodo di crisi **SeaNet Travel Network**, la rete in affiliazione commerciale guidata da **Andrea Pesenti, Ludovico Scortichini** e **Francesco Granese**, fondata a primavera 2010 (clicca qui). Punta a 200 agenzie entro il 2012 ed è probabile che le raggiunga, grazie all'impegno e alle capacità affabulatorie del direttore commerciale Pesenti, forte di un alto PLI. Cosa sia il **PLI**, che non è un partito della Prima Repubblica, ma il **Personal Loyalty Index**, è scritto in questo articolo di *Guida Viaggi* (clicca qui).

Negli USA meno agenzie che in Italia, e guadagnano pure

Buone notizie dagli Usa per il falcidiato business delle agenzie di viaggi: il rapporto *Travel Agencies in the U.S. 2011*, compilato dalla società di ricerche di mercato **Ibis World**, certifica l'esistenza di 10.345 agenzie di viaggi, con quasi 104.000 dipendenti, e quattro sole insegne (**Carlson Companies, American Express, Expedia e Priceline.com**) che controllano oltre il 75% del mercato. Soffrono le agenzie di fascia media, sotto il peso dei grandi agglomerati, ma i numeri del comparto cominciano a tornare: dopo il crollo del 2009, quando l''acquisto di viaggi calò di quasi il 15%, nel 2012 i ricavi delle agenzie dovrebbero crescere del 9%, del 6% nel 2013 e del 5% nel 2014. Un'annotazione: i preventivi, in molte agenzie, si pagano. Del rapporto Ibis World parla diffusamente l'agenzia di viaggi on line (clicca qui).

CHI VA E CHI VIENE

Da Bravo Net e HP a GEO Spa: chi fa cosa

L'acquisizione da parte di **Alpitour** e **Costa Crociere** (clicca qui) delle reti **Bravo Net** e **HP** è avvenuta grazie alla creazione di un nuovo veicolo societario, la **Geo Spa,** nella quale i fondatori delle due reti hanno assunto ruoli (leggermente) diversi da quelli precedenti. In dettaglio, **Luca Caraffini** è amm.re delegato della società, affiancato da tre consiglieri delegati: **Dante Colitta** per l'area commerciale, **Claudio Busca** per le aree servizi informatici e di controllo, **Mauro Cavallini** per l'area amministrativa, finanza, personale e affari legali; ad **Annalisa Castellani** la responsabilità del marketing e della comunicazione. Geo Spa mantiene le due sedi storiche, ovvero Levata di Curtatone (MN) e Roma. *"I marchi Bravo Net e HP all'interno di Geo Spa hanno delle differenze tra loro"* dichiara Caraffini a Guida Viaggi (clicca qui) *"ma si muovono nella stessa direzione come un esercito. Al momento nessuna integrazione con* ***Welcome****, abbiamo posizionamenti diversi e insieme completiamo l'offerta sul mercato"*. L'esercito in questione controlla, una più una meno, 2.689 agenzie e un terzo del mercato. Più che ad amministratori e consiglieri, il management di Geo assomiglia a generali e colonnelli.

Bluvacanze: Massimo D'Alessio alla direzione retail

Ancora un avvicendamento al vertice della "nuova" **Bluvacanze**, dopo l'insediamento come a.d. di **Massimo Rosi**, che a marzo 2012 (clicca qui) ha preso il posto di **Marco Ficarra**. Alla direzione retail approda **Massimo D'Alessio**, proveniente dalla direzione vendite del **Gruppo Limoni**, e con precedenti esperienze retail come head of operations in **Unieuro** e area manager centro-nord in **Autogrill**. D'Alessio prende il posto di **Aldo Perani** (clicca qui) che ha lasciato il gruppo a dicembre 2011, dopo poco più di un anno, per approdare in **Giochi Preziosi**.

altri Chi Va e Chi Viene: clicca e leggi...

- La direzione commerciale di **Holding Vacanze** a **Stefano Farese**
- **G40 Mondo di Vacanze**: riconfermati Ferrari, Reggio e Battifora
- Andrea Costanzo confermato alla guida di **Fiavet** Lazio

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.