



L'editoriale di:
Luca Caraffini
amm.re delegato
Geo Travel Network

Luca Caraffini, bilancio dei sei anni di Geo Travel Network con Alpitour e Costa Crociere

Luca Caraffini, amm.re delegato di Geo Travel Network, la rete controllata da Alpitour e Costa Crociere conosce come pochi il mercato delle agenzie di viaggi. NETWORKNEWS ospita un suo editoriale.

“Sono trascorsi quasi 6 anni dall'ingresso di Alpitour e Costa Crociere nell'azionariato Geo, nel quale peraltro il sottoscritto e Dante Colitta hanno volutamente mantenuto una partecipazione. Oggi contiamo 1.600 agenzie e mai come ora siamo stati così completi e al centro di tutti i giochi. Su due tavoli: quello degli azionisti, che - dal 2011 a oggi - portano a casa risultati di crescita ben superiori alle medie di mercato. Solo con Alpitour, Geo ha praticamente raddoppiato le vendite che all'epoca erano prodotte dalle agenzie BravoNet e HP. In più, chiudiamo bilanci in nero, quindi la rete genera sia vendite che utili. Mi vien da sorridere quando sento dire che un nostro azionista avrebbe preferito non entrare nella distribuzione... Sul tavolo dei fornitori, facciamo contenti anche loro: per tanti t.o. siamo in contratto il network numero uno; senza fare l'elenco della spesa, sono nomi grossi, perché la fiducia ce la siamo guadagnata sul campo, coi numeri (veri). Parliamo di prodotto? Sono 29 anni che lavoro nel settore e non sono mai uscito da una riunione nella quale il commerciale non discuteva col prodotto, per la qualità di una struttura, per il prezzo, per gli impegni, per la concorrenza più aggressiva... Non esiste il prodotto facile o difficile da vendere, ma prodotti per alcuni e altri per certi clienti. L'offerta di Alpitour e Costa è così ampia che spazia da viaggi voyager a una mini crociera, da un Karambola a un SeaClub. Certo, è più facile vendere una crociera o un Villaggio Bravo, ma con Costa e Alpitour generiamo decine di milioni di euro di vendite, che non faremmo se non proponessimo tutto il loro portafoglio. In questo momento, di prodotto sul mercato ce n'è fin troppo, finisce che abbiamo in troppi la stessa cosa, per questo auspicherei scelte più convincenti (a buon intenditor...). A prescindere dal fatto che Geo ne sia parte, ribadisco la mia fiducia nell'integrazione verticale, modello di business che in Italia reputo essere vincente. Con due azionisti così potenti disponiamo di progettualità internazionali, forza economica e una struttura senza eguali. Pensare di mettere in piedi un t.o., anche in white label, e farlo anche vendere comporta, tutto sommato, sforzi imponenti e costi maggiori. Alpitour e Costa dispongono di un portafoglio completo e selezionato, quello che manca lo prendiamo da altri fornitori, le 1.600 agenzie Geo vendono: è così che funziona.



Ipse dixit:
Franco Gattinoni
presidente
Gruppo Gattinoni



Botta & Risposta:
Andrea Pesenti
dir. commerciale
SeaNet Travel Network

IPSE DIXIT

Franco Gattinoni sulla primazia dei network indipendenti rispetto a quelli verticali



In occasione della Convention 2017 (Tanka Village Valtur, 19-21 maggio 2017) Franco Gattinoni, presidente dell'omonimo Gruppo, ha ribadito un concetto che gli è chiaro da anni:

“Attualmente esistono 5 macro aggregazioni (Welcome /Geo, Bluvacanze, Uvet, Robintur e Gattinoni - ndr) che rappresentano 5.500 agenzie, contandone ognuna da 300 a 1500. Gattinoni Mondo di Vacanze è l'unico network indipendente, svincolato cioè da partecipazioni societarie da parte di tour operator o aziende collegate. Essere indipendenti comporta innanzitutto una completa libertà nella selezione del prodotto: Gattinoni copre tutte le specificità tramite le linee DPack, Selected e Travel Experience. Le agenzie del network si muovono con logiche di distribuzione totalmente libere di vendere i migliori fornitori alle migliori condizioni, per poter generare il giusto guadagno”...

Leggi tutto...

BOTTA & RISPOSTA

Botta & Risposta con Andrea Pesenti, dir. commerciale SeaNet Travel Network



SeaNet Travel Network è stata fondata nel 2010, quindi la crisi l'ha vista tutta, dal primo giorno a oggi. Basti pensare che, quando ha iniziato, le agenzie italiane erano più di 12.000, oggi ne sono sopravvissute due terzi. Però SeaNet, grazie all'impegno di uno dei soci fondatori, il dir. commerciale **Andrea Pesenti** (romano de Roma, ma con ascendenze lumbard, qualcosa vorrà dire...), è passata da zero a 280 agenzie affiliate. Agenzie già operative e indipendenti, quindi non facili da convincere. Come ci è riuscito? Tralasciamo le tre domande, ecco le risposte.

“La prima regola per affiliare un'agenzia è capire chi hai davanti: conoscendo a fondo le tematiche di quest'attività, è facile entrare in sintonia con il titolare, visto che parliamo la stessa lingua...”

Leggi tutto...

NEWS

Bluvacanze avvia il restyling delle proprie agenzie di viaggi



È il dir. generale leisure **Claudio Busca** il motore della "nuova" **Bluvacanze**, che ha recentemente visto un avvicendamento di manager nelle posizioni apicali, dal direttore vendite **Bluvacanze Antimo Russo** al brand manager **Going Emmer Guerra**. Ora tocca alle 320 agenzie che costituiscono la rete in associazione in partecipazione: nuova vetrina (niente più offerte in formato A4, solo monitor comandati in remoto), nuovi ambienti più amichevoli e smart, nuovi colori (blu e bianco per le agenzie Bluvacanze, bianco blu e verde per le **Vivere & Viaggiare**). L'agenzia pilota è già pronta, in centro a Milano. Il restyling, condiviso con l'a.d. Bluvacanze **Domenico Pellegrino**, è stato approntato grazie all'apporto di docenti dello **IED Istituto Europeo del Design**. Siamo a Milano, la capitale del design, non si poteva altrimenti. E le vecchie vetrine con gli A4 andranno piano piano in soffitta.

Ventaglio 2, la vendetta (e pure le VentaPoint)



Era la notizia meno segreta della storia, visto che tutti lo sapevano da mesi, ma finalmente - il 5 luglio 2017, nella lussuosa cornice milanese dell'Excelsior Hotel Gallia - **Enzo Carella**, manager di lungo corso con recenti trascorsi in **Uvet** ha tenuto a battesimo la "nuova" **Ventaglio**. Cosa l'autore di questa newsletter pensi dei t.o. resuscitati è scritto qui, e risale al marzo scorso. La cronaca dell'evento la leggete qui, pertanto mi limito a due osservazioni a latere. Primo, gli obiettivi della start-up, come l'hanno definita gli azionisti stessi, sono apertamente dichiarati (clicca qui) e molto, molto ambiziosi. Per accogliere 100.000 ospiti, generando un giro d'affari di 60 milioni di euro nel 2017, visto che siamo a luglio, il neonato booking dovrebbe produrre, nei 40 giorni che restano di alta stagione, circa un milione al giorno. Wow...

Leggi tutto...

Bancarotta fraudolenta e carcere (forse) per Gerardo Soglia



Caduto ormai nel dimenticatoio, l'imprenditore salernitano **Gerardo Soglia** conta nefasti trascorsi nel nostro settore - **CIT**, **Soglia Hotels**, **Buon Viaggio Network** - e nessuno ne sente la mancanza, soprattutto i lavoratori del network fondato da **Enrico Scotti** e **Paolo Chelo**, fallito miseramente nel 2010. Invece rispunta fuori per merito del **Mattino di Napoli**, che il 23 giugno 2017 riferisce che la Corte di Cassazione (ultimo grado di giudizio di un processo che si trascina da anni) ha definitivamente attribuito a Soglia il reato di bancarotta fraudolenta e inflitto la condanna a tre anni e tre mesi di reclusione per il crac Buon Viaggio...

Leggi tutto...

Gabriele Burgio, Alpitour e la distribuzione



Da leggere assolutamente l'intervista rilasciata dal presidente e a.d. **Alpitour Gabriele Burgio** a **La Stampa di Torino**, il 3 luglio 2017. I festeggiamenti per il 70° anno del t.o. "leader delle vacanze", il raddoppio del fatturato in cinque anni, il milione e trecentomila passeggeri trasportati da **Neos**, la fondazione di **Alpitour France**, le destinazioni del futuro come **Albania** e **Vietnam**, l'incoming coi sempre più numerosi turisti cinesi e il ritorno di quelli russi: insomma, un'intervista di ampio respiro, con tanto di infografica "L'azienda in cifre" (ricavi, Ebitda, dipendenti, numero aerei **Neos** e alberghi **VOIhotels**). Non manca qualcosa? Beh, nessuna citazione per **Welcome Travel** e **Geo Travel Network** (leggi qui - l'editoriale del CEO **Luca Caraffini**), nessun accenno alla distribuzione, ovvero a chi vende i pacchetti Alpitour, i voli **Neos** e le stanze dei **VOIhotels**. Strano, per un'impresa che - esattamente 70 anni fa - nasceva come "Agenzia Alpi" di **Lorenzo Isoardi**, sotto i portici di via Roma, a Cuneo.

CHI VA E CHI VIENE

Roberto Natali lascia Welcome Travel Group dopo 15 anni



Novità in **Welcome Travel Group SpA**, la rete di proprietà **Alpitour** e **Costa Crociere**, con sede a Milano, che all'inizio del 2017 ha visto l'insediamento al vertice di **Adriano Apicella** al posto di **Gian Paolo Vairo**. Dopo una trentennale appartenenza al Gruppo torinese (quindici anni in **Alpitour**, idem in **Welcome**), lascia **Roberto Natali**, che ricopriva la carica di direttore marketing e comunicazione e responsabile della rete diretta, ovvero delle nove agenzie di proprietà. Al momento, non è previsto un avvicendamento del ruolo: le deleghe di Natali sono state assunte dall'a.d. **Apicella**.

Angela Zennaro nominata sales & operations manager in Uvet Travel Network



Non è rimasta a spasso a lungo, la manager rodigina **Angela Zennaro**, che dopo svariati anni in **Alpitour** e **Welcome Travel** era approdata in **Bluvacanze** nel 2008, ai tempi del fondatore **Alberto Dal Zilio**. Uscita a dicembre 2016 col ruolo di direttore retail dal network controllato da **MSC**, ad aprile 2017 Zennaro è stata nominata sales & operations manager in **Uvet Travel Network**, la divisione retail del Gruppo **Uvet**. Risponde agli a.d. **Piergiulio Donzelli** ed **Ezio Bironi** (quest'ultimo ora fortemente coinvolto nell'operazione **Settemari**). Zennaro diventa il primo riferimento delle agenzie affiliate a **Uvet Travel Network**, mentre a **Sandro Palumbo** va l'incarico di business travel manager.

