



L'editoriale di:

Roberto Gentile
editore Network News

Bluvacanze

Botta & Risposta:

Domenico Pellegrino
amm.re delegato
Bluvacanze



Il network del mese:

Smile Travel Network
di Loreggia (PD)

Network di agenzie? Contano solo quei cinque (o sei), il resto fa tappezzeria

Era il 2010 quando i network di agenzie raggiungevano la cifra *monstre* di 121: da allora la distribuzione turistica ha subito una rivoluzione, a cominciare dalle agenzie di viaggi, crollate da 12.500 a poco più di 8.000. Oggi le reti che contano (dal 2013 io le chiamo macro-aggregazioni) sono solo 5 (o 6): **Geo Travel Network** e **Welcome Travel Group** (condividendo la proprietà ne conto una), **Uvet Travel Network / Uvet Retail**, **Gattinoni Mondo di Vacanze**, **Bluvacanze** e **Robintur**. Tre sono integrate verticalmente (Geo, Welcome e Bluvacanze); una fa parte di una holding impegnata su molti fronti, tour-operating compreso (Uvet); una è l'espressione turistica di un gruppo leader della distribuzione organizzata (Robintur); una sola mantiene la struttura originale di rete generata dal basso (**Gattinoni**, la cui indipendenza è sempre rivendicata). Quante agenzie dipendono dalle 6 macro-aggregazioni? Se affermo il 90% delle agenzie che contano (sottolineo, non di TUTTE le agenzie, ma solo di quelle che muovono il mercato) non credo di essere smentito.

Certo, resistono le sparute reti indipendenti, che nel 2017 erano 16, tra le quali se ne contano diverse con una storia onorevole, da **Marsupio** a **Frigerio Viaggi** a **Giramondo**. Ma le 1.797 agenzie dichiarate da Geo ad aprile 2018 valgono quasi il doppio di tutte quelle riconducibili alle indipendenti. Non si vuole sminuire ruolo e attività di manager e imprese che coraggiosamente cercano di ritagliarsi un ruolo nel sempre meno affollato networking turistico italiano: ma, rispetto a solo tre o quattro anni fa, lo spazio concesso dalle 5 (o 6) macro-aggregazioni è sempre più esiguo. E non è detto che questo sia un bene per il mercato.

BOTTA & RISPOSTA

Domenico Pellegrino: "Il futuro delle agenzie è il modello O20"



Casertano di nascita e milanese di adozione, 49 anni, **Domenico Pellegrino** è a.d. **Bluvacanze SpA** da settembre 2016, quindi manager di riferimento della proprietà (la famiglia Aponte di MSC, tramite il veicolo **Sas Shipping Agencies Services S.A. di Ginevra**) dell'aerea t.o. (**Going**) e distribuzione (**Bluvacanze** e **Vivere&Viaggiare** come leisure, **Cisalpinia Tours** come corporate travel). Ecco la sua visione del futuro.

Domanda - Da qualche tempo Lei parla di modello O20, cosa intende? **R** - L'evoluzione del business agenziale è nota, anche a livello di modelli: prima B2B, poi B2C, poi ancora B2B2C, fino all'inserimento del fattore umano nei processi distributivi digitali (H2H, Human To Human). Ora siamo in uno scenario O20: dall'on line all'off line. Si tratta di un processo di ibridazione che coniuga tecnologia digitale e sistemi di intelligenza artificiale con l'esperienza d'acquisto tradizionale, quindi "umana", che vive e si completa all'interno di negozi fisici. Le agenzie di viaggio sono protagoniste di questo modello, che conferisce loro un nuovo ruolo, dinamico e attivo: i numeri confermano già come ci sia un ritorno all'acquisto nei negozi su strada, grazie all'ibridazione dei canali digitali e analogici. Ne consegue un incremento della fidelizzazione del viaggiatore, una maggiore percezione di sicurezza e un miglioramento della brand reputation...

[Leggi tutto...](#)

IL NETWORK DEL MESE

Smile Travel Network, il network che investe sulla formazione



Creare un network di agenzie, con l'aria che tira, è coraggioso e forse anche un po' incosciente. Ma coraggio e incoscienza, oltre a vent'anni di esperienza nel settore, non fanno difetto a **Sergio Facco**, fondatore nel 2017 di **Smile Travel Network**, sede a una ventina di chilometri da Padova e obiettivi ambiziosi: far crescere le proprie filiali, visto che la fonte di reddito del network non sono royalties e commissioni versate dalle agenzie, ma percentuali sui volumi generati a favore di un portafoglio di operatori partner (tra i quali **MSC**, **Costa Crociere**, **Alpitour**, **Eden Viaggi**, **Veratour**). Due le formule di affiliazione: **Smile Point**, quella "basic", che permette di arredare gli spazi secondo i propri gusti, mantenere autonomia operativa e contare sul supporto dello staff Smile Travel per avviare l'attività; **Smile Boutique**, la più completa, che prevede l'inserimento di un corner, all'interno dell'agenzia, dedicato alla vendita di prodotti travel, appunto una sorta di "boutique per viaggiatori". "Sono soddisfatto di questi primi 12 mesi di attività" dichiara come direttore commerciale Sergio Facco, con trascorsi in **Silverado** e **Italica Turismo** "Ormai abbiamo raggiunto 29 agenzie affiliate e il nostro marchio comincia a girare, anche grazie a un buon presidio social. Tengo particolarmente al progetto **Smile Travel Academy**, un portafoglio di lezioni, webinar e tutorial preparati appositamente dal nostro staff per garantire un percorso di formazione continua agli affiliati..."

[Leggi tutto...](#)

AVES.NET 3X

IL SOFTWARE
PIU' EVOLUTO
PER TOUR OPERATOR
E AGENZIE VIAGGI

NEWS

Uvet Travel Network e Uvet Retail sono sempre Uvet, ma due cose diverse



Districarsi nella struttura di una holding come Uvet, il Gruppo milanese condotto da Luca Patanè è ormai con business che coprono tutta la filiera, è complicato. Nell'impresa ci aiuta Alessia Pagelli, che chiarisce come sia organizzata la distribuzione:

"Allora, le società sono due: ad Uvet Travel Network SpA, (diretta da Antonello Lanzellotto) fanno riferimento le agenzie indipendenti, ovvero quelle affiliates negli anni, in gran parte provenienti da ITN, Travel Co. e OTN; Uvet Retail Srl è presieduta da Ezio Birondi (peraltro a.d. del t.o. Settemari) e comprende le agenzie di proprietà e quelle in aip (a marchio Last Minute Tour, Uvet Viaggi e Pomodoro Viaggi)..."

Leggi tutto...

Silverado e Primarete: la campagna Fuori dal branco del 1999 e del 2018



"Un network fuori dal branco" è l'accattivante claim della campagna di affiliazione 2018 di Primarete, per il quale il presidente e fondatore Ivano Zilio rivendica il titolo di MDO Media Distribuzione Organizzata, ovvero una collocazione a metà tra le macro-aggregazioni pigliatutto e le piccole reti indipendenti. Medesimo claim e medesimo visual della campagna 1999 di Silverado,

precedente esperienza di rete del vulcanico Zilio. Cliccare per credere. Sono passati vent'anni, ma le buone idee non si buttano mai via.

Roberto Tedesco porta in Italia gli spagnoli di Logitravel



Avevamo lasciato Roberto Tedesco (importanti trascorsi in Fabretto Viaggi, Welcome Travel e Parmatour) alle prese con Italica Turismo, gruppo veneto con interessi anche nel networking (ItalicaInTour/We Mondo) e lo ritroviamo promotore di una partnership internazionale con l'incoming al centro. Ecco la puntuale cronaca del direttore del TTG:

"Lo spagnolo che non ti aspetti arriva in Italia. Chi attendeva lo sbarco di Barcelò con le sue truppe dovrà attendere ancora qualche mese. Ora è il momento di Logitravel Group (cui appartiene Traveltool - ndr) che il 13 giugno 2018 ha siglato un'intesa con Italica Turismo per dare vita alla newco Italica DMC. La nuova società è controllata al 70% da Italica, gli spagnoli detengono il restante 30%. L'intento è quello di sfondare sul mercato incoming attraverso una piattaforma in grado di offrire prodotti e servizi". Evidentemente soddisfatto il nuovo a.d. Italica DMC Roberto Tedesco (a sinistra), che nella foto stringe la mano al CEO di Logitravel Group Tomeu Bennasar.

Franco Gattinoni e la slide del Pac-Man



La convention Gattinoni 2018 (maggio, Ethra Reserve, padrone di casa Bluserena) sarà segnata per sempre da una slide: quella che mostra un Pac-Man, celebre videogioco degli anni '80, "creatura sferica di colore giallo che deve mangiare tutti i numerosi puntini disseminati all'interno di un labirinto" (fonte: Wikipedia). Pac-Man è Alpitour e i puntini sono i t.o. "In maniera inaspettata, Alpitour ha concluso l'acquisizione di Eden, dopo aver già messo in pancia altri tour operator" sottolinea dal palco il presidente Franco Gattinoni, come sempre molto diretto "Si tratta di un progetto che ci toccherà, perché parliamo di un fornitore primario e perché l'accordo sposta gli equilibri del mercato..."

Leggi tutto...

I numeri 2018 di Geo Travel Network



Che sia il momento delle macro-aggregazioni non lo dice solo il sottoscritto, lo testimoniano i numeri snocciolati dall'a.d. Luca Caraffini in occasione della convention primaverile di Geo Travel Network: "A fine aprile 2018 siamo a 1.797 agenzie, 1.222 affiliate a Geo e 575 ai network partner. Nel primo semestre sono entrate 100 agenzie, ora puntiamo soprattutto al centro-sud, per arrivare a quota 1.850 entro l'anno..."

Leggi tutto...

CHI VA E CHI VIENE

Arriva Ivana Jelinic e si sente



Non è la prima donna al vertice di Fiafet, la più blasonata associazione di categoria del settore, visto che in passato si sono avvicendate Donatella Marai (inizio anni 2000) e Cinzia Renzi nel 2010-12. Ma la giovane Ivana Jelinic, di origine croata e cresciuta in Umbria, titolare di Igei Viaggi, presidente Fiafet Umbria e vicepresidente Fiafet Nazionale durante il triennio di Jacopo De Ria, eletta con soli due voti di scarto presidente Fiafet per il 2018-2021, è una tipa tosta. Non solo per le origini slave, non solo per essersi fatta da sola (infatti ha chiamato l'agenzia con le sue iniziali), non solo per aver accettato di succedere a un presidente assertivo pure lui, il fiorentino De Ria...

Leggi tutto...

Perché Giorgio Trivellon ha lasciato il Club Med dopo 20 anni



Non è un caso che Giorgio Trivellon abbia lasciato Club Med proprio alla vigilia del Grand Opening di Cefalù, il primo villaggio a cinque Tridenti in Europa. Entrato nel Club nel 1990, ancora di proprietà del fondatore Gilbert Trigano, si era inizialmente occupato di risorse umane, per poi passare stabilmente alla direzione commerciale, lavorando a fianco di manager come

Giorgio Palmucci e Pierluigi Taliento...

Leggi tutto...

