



## L'editoriale di:

**Roberto Gentile**  
editore Network News



## Botta & Risposta:

**Ivana Jelinic** presidente  
Fiavet Nazionale



## Il network del mese:

**My Network by Gattinoni** di Bologna

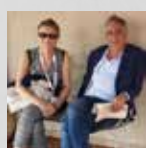


## Apple e Uniqlo insegnano a un agente di viaggi come gestire un negozio

A ottobre 2019 ho visitato l'Apple Store aperto a luglio 2018 in Piazza Liberty e il flagship Uniqlo, inaugurato a settembre 2019 in Piazza Cordusio: entrambi a Milano, che ormai è un must del retail mondiale. Entrambi brand globali e leader di mercato: Apple nella tecnologia (iPhone, iPad, Apple Watch, Mac, il sistema operativo IOS ecc.) e Uniqlo nel "life wear" (al secondo posto nel mondo, come produttore di fast fashion, avendo superato la svedese H&M e alle spalle dell'iberica Zara). Visitare un negozio gestito da brand conosciuti da miliardi (non milioni, miliardi) di consumatori fa un certo effetto, a cominciare dal fatto che quello che vedi a Milano è uguale a quello che un australiano vede a Melbourne o un argentino a Buenos Aires. Hai la sensazione che Apple e Uniqlo si rivolgano a una clientela di 7,7 miliardi di persone, ovvero a chi abita il mondo nel 2019. Tutti, nessuno escluso (beh, aborigeni del Borneo a parte, forse). Cosa può imparare un agente di viaggi da Apple e Uniqlo? Molto, moltissimo: provo a riassumerlo in quattro punti. 1. **Tutto è ordinato, tutto è pulito.** Apple Store apre alle 10.00 in punto del mattino, tutti i giorni dell'anno. Prima dell'apertura, c'è chi si occupa di disporre iPhone e iPad sui grandi banconi in legno, rigorosamente in posizione verticale e alla medesima distanza dal bordo; chi lucida monitor e schermi (uno a uno, iPhone per iPhone); chi controlla che il salva schermo di ogni Mac (uno a uno) abbia la stessa immagine e non ospiti icone inutili. Alle 10.00 in punto il team Apple, in t-shirt con mela di ordinanza e disposto strategicamente in negozio, accoglie i primi clienti con un sorriso. **Domanda di controllo per l'agente di viaggi:** *La tua agenzia è pulita e ordinata? I cestini della carta sono vuoti e la scrivania non è sommersa di carte? Accogli il primo cliente del mattino con un sorriso e un "Buongiorno! Si accomodi, cosa posso fare per Lei?"*. 2. **Il cashmere accanto alla t-shirt, ognuno ha il suo prezzo.** Da Uniqlo vanno forte i maglioni in cashmere, che costano da € 69,99 in su. *"A Milano ne offriamo 50 colori, all'estero arriviamo a 36, ma gli italiani amano il cashmere, lo scelgono con molta attenzione"* racconta un manager Uniqlo. A poca distanza, si trovano decine di t-shirt (rigorosamente no logo, come tutto in Uniqlo) a 15 euro. Il cashmere è un prodotto di alta gamma (anche se costa meno di 100 euro), la maglietta è un accessorio low-cost: la cura che Uniqlo mette nel venderli è la stessa... **Leggi tutto...**

## BOTTA & RISPOSTA

### Ivana Jelinic: "Perché non mi dà fastidio un cliente con lo smartphone"



Ivana Jelinic, croata d'origine, umbra di adozione (in foto con Luca Patanè), titolare dell'agenzia Igei Viaggi di Tavernelle (PG) è stata la prima presidente donna di Fiavet Umbria, è la seconda presidente donna (da maggio 2018) e la presidente più giovane della storia di Fiavet, la Federazione Italiana Associazioni Imprese Viaggi e Turismo aderente a Confcommercio, con sede a Roma. Millennials e donna dalle idee chiare.

**Domanda** - *Chiarimo subito questa storia che non Le dà fastidio che un cliente smanetti davanti a Lei, in agenzia, mentre gli sta facendo un preventivo.* **Risposta** - Vero, solo qualche anno fa interpretavo come un atto di profonda maleducazione il fatto che un cliente consultasse il cellulare; oggi invece è una circostanza normale, a cui sono abituata. Anzi, nella mia agenzia il wi-fi è accessibile a tutti, senza limiti. Oggi il cliente è abituato a verificare in diretta le informazioni che riguardano il suo viaggio, ma questo non toglie che si fidi maggiormente di un agente di viaggi in carne e ossa, piuttosto che di un algoritmo generato chissà dove... **Leggi tutto...**

## IL NETWORK DEL MESE

### Tre riflessioni sulla nascita di MyNetwork by Gattinoni



Dopo l'acquisizione delle 220 agenzie Marsupio Viaggi (a febbraio 2019) arrivano le 126 agenzie Fespit, ma a Franco Gattinoni - per raggiungere il traguardo di 600 punti vendita, che confluiranno a gennaio 2020 sotto il nuovo brand My Network - servono le 220 agenzie SeaNet Travel Network. Se di Fespit sappiamo tutto il passaggio (non solo commerciale) da Geo Travel Network a Gattinoni della rete guidata da Andrea Pesenti non è ancora ufficiale, ma lo sanno già tutti. Tre riflessioni a latere: sebbene il presidente affermi che *"non ci sarà un network di serie A e uno di serie B: saranno due brand con strategie, contenuti e servizi diversi"* è evidente che qualche differenza sarà inevitabile. Nel network A ci sono le agenzie di proprietà Gattinoni, le G40 e le One! Travel Experience, ovvero punti vendita storici e importanti, il cui fatturato medio è un moltiplicatore di quello medio del network B... **Leggi tutto...**



NEWS

**12.500 euro: ecco quanto costa comprare un'agenzia Thomas Cook**



**Thomas Cook:** non si sono ancora spenti gli echi del maggiore default della storia del turismo moderno che si registrano due fatti eclatanti. L'ex CEO Peter Fankhauser si rifiuta di restituire alla società che ha contribuito a far fallire una parte del bonus di 558.000 sterline (646.339 euro al cambio attuale) percepito nel 2017. **Hays Travel Limited**, la più grande catena di agenzie di viaggi indipendenti della Gran Bretagna, fondata da John Hays nel 1980 e con sede a Sunderland (nord Inghilterra), ha formalizzato l'acquisto delle 555 agenzie appartenenti a Thomas Cook e affidate ai curatori fallimentari. Quanto le ha pagate? Non molto, come è emerso dall'audizione parlamentare tenutasi il 23 ottobre 2019: ai parlamentari è stato spiegato dall' "Insolvency Service" (una sorta di commissario liquidatore) che "Hays Travel ha pagato poco più di 6 milioni di sterline per acquistare i 555 negozi Thomas Cook, valorizzando 10.800 sterline ogni negozio" e salvando 2500 posti di lavoro. Il parlamentare Ian Liddell-Grainger, membro del comitato BEIS Business, Energy and Industrial Strategy ha dichiarato: "They bought 555 shops. £6 million is not a lot of money". 7 milioni di euro per il pacchetto completo e 12.500 euro per ogni agenzia non sono effettivamente "a lot of money".

**Ancora due operazioni targate Robintur: Orchidea Viaggi di Segrate e Viaggi Coop di Lugo**

Se c'è una delle sei macro-aggregazioni che ormai si spartiscono il mercato delle agenzie di viaggi in Italia che lavora sottotraccia, questa è **Robintur Travel Group**, guidata da **Stefano Dall'Ara**, **Claudio Passuti** e **Tina Giglio**. Perché a Bologna prima si fa, poi si dice (nel nostro settore, di solito funziona il contrario). Due operazioni lo dimostrano: a luglio 2019 Robintur rileva le quote di **Orchidea Viaggi Srl** di Segrate, fondata 46 anni fa e diretta da **Gianfranco Mainardi**, imprenditore storico milanese che oggi vanta un giro d'affari di circa 35 milioni di euro l'anno, 40 dipendenti e tre punti vendita a Segrate, Milano e Senago, con forte orientamento sul business travel (2.200 clienti privati e 1.000 aziende). Operazione - della quale non sono trapelate le cifre - volta al rafforzamento in Lombardia di **BTEExpert**, società del Gruppo Robintur guidata dal managing director Riccardo Zanotto e attiva nei servizi B2B, meeting, incentive ed eventi per aziende. A ottobre 2019 è stata inaugurata l'ottava agenzia con insegna **Coop Viaggi**, a Lugo di Romagna (Ravenna), che segue le filiali di Bologna, Brescia, Cesena, Modena, Pesaro e Reggio Emilia. La rete **Viaggi Coop** è nata nel 2017 e si affianca a quella sotto il brand tradizionale **Robintur**. Robintur Travel Group ha la più ampia rete di agenzie di proprietà in Italia, ha chiuso il 2018 con un volume d'affari diretto di 265 milioni di euro e di oltre 500 milioni di indiretto, generato da un network di quasi 300 agenzie. Una rete che compra e apre agenzie di viaggi su strada? Off line e non on line? Miracolo. O follia. O tutti e due.



**Club Med rivuole le agenzie, lo dice Xavier Mufraggi**



Cambio di tendenza per l'inventore dei villaggi vacanza. "Sono ottimista sull'avvenire del mestiere di agente di viaggi. Il nostro obiettivo è aumentare la presenza di corner all'interno delle agenzie. Al momento parliamo di una ventina di punti vendita (in Francia - ndr), ma vogliamo arrivare a una trentina". L'endorsement a favore della distribuzione tradizionale arriva da **Xavier Mufraggi**, direttore generale Europa, Africa e Medio Oriente di Club Med dall'inizio di settembre 2019, come riporta la puntuale cronaca di **Giorgio Maggi de l'agenzia di viaggi...**

**Leggi tutto...**

**Come si fanno i cataloghi? Ispirazionali o descrittivi? Strumento di promozione o vendita?**



"Si sfogliano ancora e piacciono sempre: i cataloghi di viaggio sono intramontabili. Ma il cambiamento, rispetto a 15 anni fa, è stato epocale. Come deve essere oggi un catalogo di viaggi vincente? Ispirazionale o descrittivo, strumento di promozione o di vendita?" è l'attacco dell'ottimo pezzo di **Andrea Lovelock** su l'agenzia di viaggi del 9 ottobre 2019. Va letto integralmente, ogni concetto ha valore: clicca qui.

**CHI VA E CHI VIENE**

**Dante Colitta nominato direttore generale Geo Travel Network**



Promozione sul campo per il romano **Dante Colitta**, da settembre 2019 nominato direttore generale **Geo Travel Network**, dove ricopriva il ruolo di direttore commerciale e consigliere delegato, affiancando l'amministratore delegato **Luca Caraffini**. Sono trascorsi quasi otto anni da quando **Bravo Net** e **HP Vacanze Network** sono confluite in **Alpitour** e **Costa Crociere** e molti dei protagonisti dell'operazione hanno cambiato casacca (nel 2017 **Claudio Busca**, socio storico di Colitta, è diventato direttore generale leisure della concorrente **Bluvacanze**), ma il ticket Caraffini/Colitta funziona ancora, come spiega a **TTG Italia** il neo direttore generale...

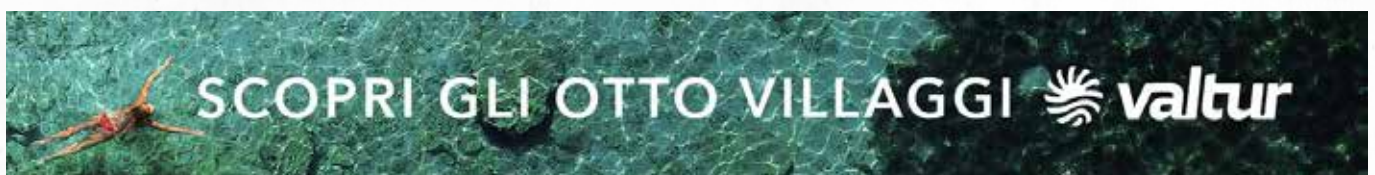
**Leggi tutto...**

**Ad Andrea Canapa la segreteria generale di Fiavet Nazionale**



La presidente **Ivana Jelinic** ama le scelte fuori dal coro e quella di nominare **Andrea Canapa** segretario generale di **Fiavet Nazionale** lo è, almeno in parte: non perché Canapa non sia più che qualificato per il ruolo (laurea in Scienze Politiche con indirizzo economia internazionale, incarichi prestigiosi nella **Commissione Europea** e al **Ministero degli Affari Esteri**, reduce dalla direzione generale della **Fondazione Italia-Cina**)...

**Leggi tutto...**



Per **INFORMAZIONI SUL TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI RGPD 679/2016** clicca qui.  
**REGISTRAZIONE NETWORKNEWS** è una testata giornalistica mensile, registrata al tribunale di Monza al n. 2/2013 del 1/1/2013. Proprietario ed editore Roberto Gentile. Sul sito [www.network-news.it](http://www.network-news.it) trovi tutte le rubriche, la versione editabile (in formato .pdf) e tutti gli arretrati di **NETWORKNEWS**, da dicembre 2007 a oggi.  
**LIBERATORIA** Ricevi questa Newsletter pensando di farti cosa gradita o perché sei iscritto alla mailing list di **NETWORKNEWS**. Per non ricevere ulteriori numeri di **NETWORKNEWS** rispondi a questo messaggio o all'email [rgentile@network-news.it](mailto:rgentile@network-news.it) semplicemente scrivendo REMOVE NEWS nell'oggetto. Grazie.