

## GLI EDITORIALI DI ROBERTO GENTILE

DESERTIFICAZIONE COMMERCIALE BOOM EVENTI NO AL TURISMO DI MASSA

### Desertificazione commerciale: chiudono le agenzie di viaggi e aprono i bed & breakfast



Non ci sono più agenzie di viaggi, nei centri storici di Roma o di Firenze, di Napoli o di Milano. Una volta non era così: a Milano [la CIT era in Galleria Vittorio Emanuele](#); entravi in Valtur davanti alla scalinata di Trinità dei Monti, a Roma. La sparizione delle agenzie è legata a due fenomeni, uno noto (l'incremento delle vendite on line, governato da Ryanair, Booking.com & C.), l'altro meno: la desertificazione commerciale, soprattutto dei centri città.

Per comprendere la drammatica portata del secondo, citiamo l'approfondita indagine condotta da Confcommercio: "Città e demografia d'impresa: come è cambiato il volto delle città, dai centri storici alle periferie, negli ultimi dieci anni" (questo il [link](#)). Il direttore del Centro Studi Confcommercio, Mariano Bella, però tanto pessimista non è: "Non va tutto male, cala il numero di negozi, ma il commercio resta vitale e reattivo. Potevamo essere sterminati con tutto ciò che è successo dal 2012 ad oggi".

"Sterminio" potenzialmente generato dalla crisi post Lehman Brothers in poi, ma soprattutto dalla pandemia, che ha dato enorme impulso al canale on line, le cui vendite in Italia sono passate dai 17,9 miliardi di euro del 2019 ai 35 miliardi del 2023 (+ 95,5% i beni e + 42,2% i servizi), con l'online che nel 2023 vale ormai il 12% degli acquisti del beauty e il 17% di abbigliamento. Eppure leggevo - solo una decina di anni fa - che "Le donne italiane, così ricche di gusto e di attenzione ai dettagli, MAI compreranno on line un tubino o un paio di décolleté...": s'è visto, con Yoox, Zalando, Shein e compagnia...

[Leggi tutto...](#)

### Eventi: grande business in crescita, altro che MICE



"Ho chiesto agli studenti del master di turismo in IULM di cosa vogliono occuparsi" mi racconta Gabriele Rispoli, direttore commerciale Amadeus "Eventi e hôtellerie di alta gamma, mi hanno detto, nient'altro". Mettiamoci il cuore in pace, quindi, noi agenti di viaggi e tour operator: la [Generazione Z](#) vuole occuparsi di lusso e di eventi, punto.

Una volta c'era il MICE Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions, ovvero "riunioni, viaggi incentive, conferenze ed esposizioni": sugli incentive tours le agenzie di viaggi ci hanno campato per anni, partecipandovi (invitate da t.o., compagnie aeree e destinazioni) e organizzandoli (per le aziende clienti). Oggi gli incentive sono in declino e al loro posto stanno letteralmente esplodendo gli eventi, che hanno reso obsoleto il MICE. Chi l'ha detto? Un'autorità del settore, ovvero Franco Gattinoni, che non a caso ha appena [riorganizzato l'azienda in tre divisioni](#), una delle quali si chiama "Events" (il MICE non c'è più) con tanto di managing director, director of operations e novanta (90) persone dedicate...

[Leggi tutto...](#)

### Quando turismo di massa significa crassa ignoranza di storia e geografia



"Le Cinque Terre sono cinque isole?" "La pizza Margherita si chiama così perché l'hanno inventata a Santa Margherita?" "Colombo e Garibaldi hanno navigato assieme?". Non sono battute di un comico TV, ma alcuni degli strafalcioni elencati in un fulminante articolo del *Secolo XIX* (quotidiano di Genova, peraltro [in via di acquisizione](#) da parte del Gruppo MSC). Firmato da Dario Freccero e [pubblicato il 4 maggio 2024](#), esordisce così:

"Di milioni di turisti stranieri che visitano le perle della Liguria quelli che fanno domande - dal bizzarro all'assurdo al letteralmente imbarazzante - sono una minima parte. Ma si sentono spesso e specie da certe nazionalità, in particolare dagli americani. Infatti tra le guide turistiche della Liguria è una gara quotidiana ad aggiornare il 'bestiario dei turisti', un elenco che circola sulle chat" e certifica che storia e geografia sono - ormai - patrimonio di pochi. Ci limitiamo al virgolettato delle guide e a una (amara) riflessione finale.

"C'è chi scende dalla nave da crociera in piazzetta a Portofino e chiede se siamo a Positano (*in effetti i nomi sono simili - ndr*) e quando li portiamo a Portovenere, per tutti è sempre Portofino. Una cosa che poi mi fa impazzire, letteralmente, è quando chiedono se le Cinque Terre sono isole: ma come possono esserlo, se ci siamo arrivati in treno da La Spezia?!..

[Leggi tutto...](#)

**IPSE DIXIT**

**Donne e modello svedese, secondo Ezio Barroero di Euphemia Lab Travel**



Uscire dai luoghi comuni ed esprimere concetti originali, per chi parla di agenti di viaggi, è difficile e poco comune. C'è riuscito **Ezio Barroero** (a sinistra nella foto), fondatore con **Michele Zucchi** di **Euphemia Lab Travel**, 140 Personal Voyager e 60 milioni di fatturato nel 2023, [in crescita da anni](#).

Due affermazioni ricche di implicazioni: **“Dei nostri 140 Personal Voyager 120, ovvero l'85%, sono donne: tutte professioniste, tutte con anni di esperienza alle spalle, tutte con un portafoglio clienti consolidato da anni. Non solo, dei nostri dipendenti, nelle sedi di Cuneo e Reggio Emilia, 34 su 42 sono donne”...**

**Leggi tutto...**

**BOTTA & RISPOSTA**

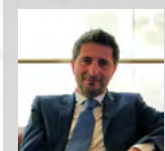


**Luca Caraffini** non ha bisogno di presentazioni, dopo **Settemari** dal 2005 a oggi ha inanellato **Bravo Net**, **Geo Travel Network**, **Welcome Travel Group** (con la parentesi non felicissima di **Welcome Travel Store**) e [da maggio 2023 è tornato a fare l'imprenditore con Istante Viaggi](#). Sempre legato al territorio di origine, sempre sul pezzo (anche sui social), sempre pervicacemente in contrasto coi “piani superiori”.

**Domanda - Da 20 anni esatti a fondare e gestire network di agenzie: cosa è cambiato da allora? Risposta -** In passato avevamo un confronto di mercato, sia per quanto riguarda le agenzie che i tour operator, nettamente superiore. Vi era una concorrenza tra le parti, potevi impuntarti con un fornitore e cambiare bandiera, o network...

**Leggi tutto...**

**BOTTA & RISPOSTA**



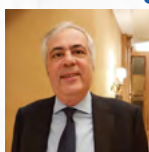
**Michele Mazzini** è italiano di nascita ma francese di adozione: non solo perché è ligure, ha una moglie francese, abita ad Antibes e lavora a Nizza, ma anche perché ha condotto quasi tutta la carriera in aziende turistiche francesi. Dopo sei anni a capo di **Kappa Viaggi**, la filiale italiana della transalpina **NG Travel**, ecco cosa ha raccontato a **NETWORKNEWS®**.

**Domanda - Miglior pregio e maggior difetto delle agenzie di viaggi italiane. Risposta -** In linea col carattere nazionale, gli agenti italiani sono in grado di proporsi al cliente in maniera calorosa ed empatica, approccio non così comune nelle agenzie francesi. D'altro canto, in Francia sono ampiamente diffusi strumenti digitali avanzati per la pianificazione e la prenotazione, mentre da noi noto una certa lentezza nell'adattamento alle nuove tecnologie...

**Leggi tutto...**

**NEWS**

**Luca Patanè, la “nuova” Uvet passa dal rebranding e da Damiano Sabatino**



L'hanno dato per spacciato innumerevoli volte, lui e la sua **Uvet** - tra strascichi **EXPO 2015**, il flop **Blue Panorama Airlines** e la pandemia - invece **Luca Patanè** è resiliente come tutti gli imprenditori di vaglia e approda a metà 2024 (a 74 anni dalla fondazione) con un'azienda viva e vegeta. Anche

se un po' più piccola che in passato. Iniziamo dal **“soft rebranding”**: **Uvet Hotel Company** diventa **Uvet Hotels**; **Personal Travel Specialist** è diventato **Uvet Travel Designer**; **CH, Retail e Viaggi e Turismo** sono convogliati sotto la denominazione unica di **Uvet Viaggi**; **Trip Italy** assume il nome di **Uvet Tripitaly**; **UHoliday** è diventata **Uvet Holidays**; **UFleet** si chiamerà **Uvet Fleet**; così anche **Uvetevents** adattata al nuovo **Uvet Events**; e **Uvet congress and learning** è adattata al nuovo **Uvet Congress&Learning...** **Leggi tutto...**

**Ivana Jelinic intervistata dal Corriere della Sera**



Ministro **Santanchè** a parte (ma è l'eccezione che conferma la regola) è raro che la stampa mainstream ospiti l'intervista a un manager del settore turistico, **Briatore** a parte (ma **Briatore** vale come la **Santanchè...**), quindi accogliamo con piacere lo spazio

che il 16 maggio 2024 il più diffuso quotidiano italiano ha riservato al presidente **ENIT Ivana Jelinic** (che potete leggere integralmente [qui](#)). **Jelinic** parla essenzialmente del boom del cicloturismo, ma preferiamo citare il passaggio dedicato ai giovani: **“Le nuove generazioni son attente al cambiamento. Come ENIT cerchiamo formule di viaggio in linea con la sostenibilità, l'accessibilità, la tecnologia, l'innovazione. L'approccio è sempre di interscambio e di ascolto, per questo sono nate, ad esempio, crociere eco-smart rivolte a Millennials e Gen Z”...** **Leggi tutto...**

**CHI VA E CHI VIENE**

**Francesco Granese è il nuovo direttore di Fiavet-Concommercio**



Vanta esperienza imprenditoriale (nel 2010 è stato fondatore e socio di **SeaNet Travel Network**, oggi confluito in **MyNetwork by Gattinoni**), l'adesione per un trentennio alla **FERPI Federazione Relazioni Pubbliche Italiana**, una solida preparazione nella comunicazione strategica e nel marketing corporate e istituzionale, ma soprattutto una approfondita conoscenza delle dinamiche dell'associazionismo, avendo peraltro diretto **Confindustria Assotravel** (oggi confluita in **ASTOI**) dal 1995 al 2012. Per questo a giugno 2024 **Francesco Granese** è stato nominato direttore di **Fiavet Nazionale**, aderente a **Concommercio-Imprese per l'Italia**: collaborerà col presidente **Giuseppe Ciminnisi** allo scopo di ridare lustro all'associazione di categoria più antica del settore.

