

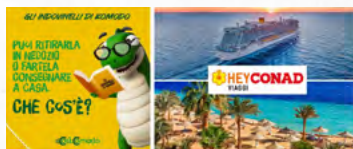
GLI EDITORIALI DI ROBERTO GENTILE

GDO E AGENZIE A CONFRONTO

LE FIERE CONVENGONO

ITALIA E' LUSSO

Selex e Welcome Travel: la distribuzione - organizzata e di viaggi - a confronto



Vendere detersivi e vendere viaggi sono due cose diverse: non foss'altro perché non c'è niente di più "fisico" del fustino di detersivo e di più "astratto" di una vacanza alle Maldive. Ma **supermercati e agenzie di viaggi hanno molto in comune** e lo scopo di questo articolo è quello di illustrare affinità e differenze.

Per restringere il campo di indagine abbiamo scelto due aziende leader: **Selex Gruppo Commerciale** e **Welcome Travel Group**. La prima è leader di mercato (con il 15,1%) nella grande distribuzione italiana, fattura 21,1 miliardi di euro nel 2024 e controlla 3.294 punti vendita, con svariate insegne (la più diffusa è **Famila**, tra le altre **A&O**, il **Gigante**, **Dok**, **Gros**, **Tigre**). **Welcome Travel Group** affilia 1.260 agenzie con l'insegna **Welcome Travel Network** e 1.346 come **Geo Travel Network**, quindi con 2.606 agenzie totali (delle quali 6 di proprietà) è di gran lunga il maggior network italiano; [il volume d'affari 2023/24](#) è stato pari a 2,1 miliardi di euro, ripartiti in 1,6 miliardi con i trenta fornitori leisure contrattualizzati, 439 con i vettori e 14 milioni di assicurazioni.

I proprietari di **Selex** sono 16 famiglie imprenditrici, da sempre attive nella grande distribuzione, e le origini del gruppo risalgono al 1964; quelli di **Welcome Travel Group** sono pariteticamente **Alpitour World** e **Costa Crociere** e il network prende forma nel 1999, rilevando **Fabretto Travel Network** di Verona...

[Leggi tutto...](#)

Perché - nel 2024 - è ancora utile andare alle fiere di settore



Chi c'era s'è divertito, chi non c'era ha avuto torto. [I numeri dell'edizione 2024](#) di **TTG Travel Experience** lo testimoniano. Ben gli sta ai profeti di sventura che - dopo la pandemia - avevano vaticinato la fine delle fiere di settore, l'obsolescenza degli incontri di persona, l'addio a strette di mano e sorrisi: Zoom, pugnetti e mascherine non mancano a nessuno.

Le fiere del turismo, soprattutto lato b2b, funzionano eccome, in Italia e all'estero. Ecco quattro parole-chiave grazie alle quali vale la pena andarci, a Rimini, a Londra, a Berlino, a

Madrid e altrove:

1. Relazione - Premesso che affari in fiera non se ne fanno più e che i contratti, quelli pesanti, si firmano altrove, il valore aggiunto è dato dalle relazioni. Perché non esiste altro luogo dove **Leonardo Massa** e **Stefano Pompili**, **Giuseppe Pagliara** ed **Emiliana Limosani** sono tutti lì, a due passi l'uno dall'altro, e due chiacchiere le scambiano con chiunque. Idem le loro prime e seconde linee, che finalmente hanno un volto e una voce, per gli agenti di viaggi. Siamo tutti ossessionati dal telefonino, distratti dai social, annoiati dalle call: ergo, non c'è nulla di meglio che uno scambio di saluti e una stretta di mano, per promuovere un villaggio, una destinazione, un Paese.

2. Informazione - In quale altro contesto girano così tante e così variegate informazioni?! Pur leggendo tutta la stampa di settore, i siti di viaggi, le newsletter ecc. sarebbe impossibile star dietro a tutto...

[Leggi tutto...](#)

Perché l'Italia è - e ancor più sarà, in futuro - il regno del turismo di lusso



Aggiornatissima fotografia del mercato luxury in Italia, a cura di **Thrends**: **710 hotel 5 stelle e 5 stelle lusso**, **47.300 camere**, **24 aperture previste nel solo 2024 a Roma, Milano, Venezia, Forte dei Marmi** (cinque, addirittura) e **nell'olimpica Cortina**. 6.6 miliardi di euro di ricavi nel 2023, ovvero il 26% del totale, dal solo segmento 5 stelle, che però rappresenta un modestissimo 4,8% dell'offerta alberghiera italiana.

E infine il dato che giustifica la montagna di soldi che catene internazionali, fondi e banche stanno riversando sulla nostra hôtellerie di alta gamma: **in un 5 stelle ogni camera genera un ricavo annuo pari a 144.000 euro e un EBITDA del 24,4%**; 144.000 euro di media, perché un quarto dei luxury hotel produce 200.000 euro di ricavi (a camera!) e al top dei top - **l'Aman sul Canal Grande di Venezia** - ogni camera genera 800.000 euro. Sapete qual è il ricavo medio annuo per camera di uno dei 15.000 hotel 3 stelle italiani? 25.000 euro, se va bene.

Lampante, quindi, l'interesse che questo ricchissimo ed esclusivissimo comparto ha generato, negli ultimi anni. Grazie alla milanese **Luxury Hospitality Conference**, organizzata da **Teamwork** di Rimini, mi sono convinto che l'Italia sia il vero, unico regno del turismo di altissimo livello. Nel mondo.

Ecco **5 semplici ragioni**, espresse non da un esperto di hôtellerie, ma del mercato turistico...

[Leggi tutto...](#)



AVES.NETAI

IL SOFTWARE PIU' EVOLUTO
PER TOUR OPERATOR
E AGENZIE VIAGGI

IL NETWORK DEL MESE

Infovacanze Network: da 25 anni inno all'indipendenza



Roberto Agirmo è uno che ci crede: nel duro lavoro, nel fare l'imprenditore, nell'indipendenza, non solo delle agenzie di viaggi, ma anche del suo network. E pure

del Veneto, la sua amata regione: a questo proposito, la sua [pagina Facebook Politicamente S/CORRETTO](#) testimonia interesse e impegno per le cose di questo mondo (elezioni americane, guerra in Ucraina, politici veneti...) e non solo per i viaggi. Cosa non comune. Come non comune è il traguardo che il network fondato e diretto da Agirmo (Infovacanze Network by Mondo Esclusivo Srl, sede a Marcon, Venezia) ha raggiunto proprio quest'anno: 25 anni dalla fondazione, avvenuta a febbraio 1999, quando c'era ancora la lira, il Millennium Bug si stava minacciosamente avvicinando e Facebook sarebbe nato solo cinque anni dopo...

[Leggi tutto...](#)

NEWS

Ivano Zilio celebra in grande i 30 anni di Primarete



Tre decenni di attività sono tanti, a maggior ragione per un network di agenzie - nato come [Silverado](#) e rifondato come [Primarete Network](#) -

che in trent'anni ha visto spuntare dal nulla migliaia di agenzie e poi chiudere decine di reti. Ma Ivano Zilio di Padova è collega resiliente, abituato a navigare in acque tempestose e a quindi a riparare indenne in porto. Porto a novembre 2024 rappresentato dalle acque termali di Galzignano, nei Colli Euganei, dove a rendergli omaggio è giunto un vero *parterre de rois*: Leonardo Massa MSC, Michele Mastromei Costa Crociere, Tommaso Fumelli ITA Airways, Angelo Bartolini Qatar Airways, Renato Scaffidi Air Europa, Davide Calicchia TAP Air Portugal, Domenico Pellegrino Bluvacanze, Belinda Coccia Futura Vacanze, Massimo Diana OTA Viaggi T.O. e Massimiliano Masaracchia di Clikki Assicurazioni...

[Leggi tutto...](#)

Gattinoni: Isabella Maggi tra i 100 marketer più innovativi e il marketing olfattivo



Isabella Maggi, direttore marketing & comunicazione del Gruppo Gattinoni, ha ottenuto un prestigioso riconoscimento, dopo 17 anni in azienda: è stata selezionata da [Forbes Italia](#) tra i 100 direttori marketing e della comunicazione italiani di successo, nel 2024, con la motivazione: "Nell'era dell'intelligenza artificiale e della sostenibilità, sono loro a spingere l'innovazione delle aziende, a sceglierne il linguaggio e a orientare le decisioni dei consumatori".

E proprio di innovazione si tratta, nella declinazione sensoriale del marketing sul punto vendita, grazie all'essenza - veicolata con appositi diffusori - che Gattinoni ha realizzato con maestri profumieri: "TRAVELLER. Orizzonti di Viaggio"...

[Leggi tutto...](#)

Location, location, location: il mantra commerciale a Venezia fallisce



Stavolta non trattasi di viaggi (perché le agenzie non erano previste, nella galleria

commerciale), ma di un clamoroso fallimento, quello del veneziano **Fondaco dei Tedeschi**, che vale come eccezione alla regola aurea: location, location, location. Stavolta la collocazione nel pieno centro di Venezia non è bastata e il business è saltato per aria, con debiti per decine di milioni e centinaia di dipendenti a spasso. La cronaca, accurata e impietosa, è quella de *Il Foglio* del 16 novembre 2024, che merita di essere ripresa integralmente...

[Leggi tutto...](#)

Welcome Travel Network dà i numeri delle agenzie di viaggi



In occasione di "Synergy in Action", evento milanese che ogni anno raccoglie i partner

commerciali di Welcome Travel Group, l'a.d. Adriano Apicella (oltre a snocciolare [i numeri della rete](#)) ha presentato la mappatura del mercato agenziale italiano, compresi volumi espressi e caratteristiche dei punti vendita.

Mappatura particolarmente interessante, anche perché - come è noto - non esiste un censimento ufficiale delle agenzie di viaggi italiane e a [Network News risultano numeri leggermente inferiori](#) a quelli citati da Apicella.

[Leggi tutto...](#)

CHI VA E CHI VIENE

Ixpira nomina Flaminia Scarcella product & strategy director



Importante acquisto per Ixpira, la piattaforma di prenotazione fondata e diretta da Guy Luongo: Flaminia Scarcella ha assunto il ruolo di product & strategy director e coordina buyers, yield managers e data entry specialist, con focus sulla crescita della contrattazione diretta di hotel e strutture alberghiere in Italia e Albania, da inserire nel portfolio Ixpira. Scarcella (nella foto con Luongo) vanta significative esperienze nel settore travel, avendo lavorato come content manager per [Venere.com](#), dal 2004, e quindi in [Expedia](#), dove ha lasciato nel 2023 col ruolo di Director, Service & Operations, Lodging.

NEW 2024

Valtur Baia del Gusmay

BEACH RESORT - PUGLIA ★★★★★

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 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 semplicemente scrivendo REMOVE NEWS nell'oggetto. Grazie.