

T.O. NEWS

La prima NEWSLETTER interamente dedicata ai tour operator italiani

Milano, 25 ottobre 2016 - Anno VIII - Numero 27 - www.to-news.it - email: rgentile@network-news.it



Il guru dice:
Massimo Diana
di OTA Viaggi



Botta & Risposta:
Daniel Caprile
di Costa Crociere



Botta & Risposta:
Michele Rombaldoni
di Datagest

Massimo Diana, direttore commerciale OTA Viaggi: il successo non si costruisce in una estate

A breve festeggerà 30 anni di attività ed è un operatore ormai consolidato, eppure di OTA Viaggi conosciamo a malapena il nome dei titolari e pochi sanno che faccia abbiano i fratelli Mario e Domenico Aprea. Perché la politica del t.o. romano è sempre stata molto under-statement: fatti, non parole (o immagini). Fatti che ci facciamo raccontare da Massimo Diana, direttore commerciale di OTA Viaggi, dove è approdato nel 2002, e front-man del gruppo. *"L'estate 2016 è stata unica. Le premesse c'erano tutte, ma così non ce lo aspettavamo. Nelle nostre quattro strutture in esclusiva in Sardegna e nei Club Esse della nostra società-sorella il riempimento medio è stato del 101,4%. Cose da non dormirci la notte. Anche perché una stagione così lunga non l'abbiamo mai avuta: abbiamo riempito anche a settembre, quando solo un anno fa avremmo mandato il personale a casa. Come star dietro a tutto questo? Semplice, mettiamo il cliente al primo posto. Sempre. Non è uno slogan, perché abbiamo educato le nostre strutture a curare ogni dettaglio. Un agente di viaggi ci segnala che a un cliente mancano le grucce nell'armadio o il gancio per gli asciugamani, in bagno? Ci pensiamo noi ad avvisare la direzione dell'hotel e ovviamente a verificare che l'intervento abbia immediato seguito. Perché, per OTA Viaggi, il ruolo del tour operator è anche questo: supportare gli hotel affinché migliorino. E se i servizi migliorano, l'hotel ci guadagna, il cliente è contento, l'agenzia ci ringrazia e parte un circolo virtuoso. Così, senza contare su un marchio di grande appeal e senza investire sul consumatore finale, siamo diventati la prima o la seconda scelta delle agenzie, soprattutto al centro-sud, che vendono il Mare Italia. Non possediamo immobili e non facciamo gli albergatori, ma sappiamo bene cosa vuole il cliente, quanto è disposto a spendere e quale sia il prodotto adatto a lui. Ecco, potremmo definirci dei "facilitatori", perché siamo bravi a incrociare la domanda e l'offerta, questo sì. Anche straniera, certo. Chi ne può fare a meno? A giugno o a settembre non avremmo quei riempimenti senza tedeschi o francesi. A condizione, però, di non sbarrare sul prezzo e di mantenere gli standard alberghieri a livello della clientela italiana di agosto, che è la più esigente. Se ci fa paura lo sbarco di t.o. tedeschi o britannici ai nostri villaggi? Ovviamente: TUI e Thomas Cook sono colossi che si muovono soldi alla mano e un anno prima, e sanno che devono sostituire Turchia e nord Africa anche con la Sardegna e il sud Italia. Ma noi abbiamo fatto un discorso chiaro ai nostri albergatori: "Occhio, quelli vengono, poi vanno. Nel 2017 vi riempiono le camere, nel 2018 riaprono Antalya, Sharm e Djerba, e chi si è visto si è visto. Vi ricordate quando facevate fatica a riempire a luglio? Beh, noi c'eravamo già e vi abbiamo aiutato, ci saremo nel 2017 e pure nel 2027. Regolatevi".*

BOTTA & RISPOSTA

Daniel Caprile, direttore commerciale Italia Costa Crociere

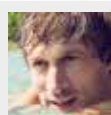


Daniel Caprile, genovese, 36 anni, una laurea in economia, ha due sole aziende in curriculum, e di peso: tre anni in Vodafone, come product manager, quindi Costa Crociere, dove approda nel 2007 per occuparsi di revenue management, attività che lo porta in Spagna, dove fino ad agosto 2015 è direttore commerciale di quel mercato. Rientrato in sede, è direttore vendite Italia e gestisce un team di oltre 50 venditori.

Domanda - Lei è molto giovane, per il ruolo che occupa, ma in Costa anche il DG Neil Palomba è Suo coetaneo. L'età La mette in condizioni di leggere il business in modo diverso, rispetto a chi l'ha preceduta? **Risposta** - L'età anagrafica va sempre accompagnata all'esperienza maturata in un'azienda. Lavorando per Costa da quasi 10 anni leggo il business cercando di mettere in pratica tutti gli insegnamenti ricevuti dai miei predecessori, ma chiaramente con una visione che rispecchia la mia generazione e quindi più orientata al cambiamento e all'innovazione... **Leggi tutto...**

BOTTA & RISPOSTA

Michele Rombaldoni, titolare Datagest



Michele Rombaldoni è titolare della Datagest di Pesaro, software-house nota per il gestionale Aves, 45 professionisti e 28 anni di esperienza. L'anno scorso è stato testimonial (per caso), insieme al figlio Leonardo, della campagna pubblicitaria mondiale di Austria Turismo.

Domanda - Le agenzie fanno sempre più il tour operator: i pacchetti preconfezionati sono stati sostituiti dalle pratiche 74ter. Giusto o sbagliato? **Risposta** - Le agenzie, più che fare il t.o., dovrebbero fare quello che porta loro maggiore marginalità. Oggi domanda e offerta sono sempre più variegata e mutevoli: occorre essere in grado di gestire il maggior numero possibile di tipologie di prodotto e casistiche di vendita. È impossibile fare tutto, ma non ci si può nemmeno specializzare in un'unica tipologia di prodotto (vedi il mare Italia di oggi)... **Leggi tutto...**



AVES.NET 3X

il software più evoluto per Tour Operator e Agenzie Viaggi

LE NEWS

Carlo Gagliardi disegna il futuro di Valtur



È il manager più ascoltato del momento, sia perché l'operazione Valtur / Investindustrial è stata la più grossa del settore, del 2016; sia perché ha dimostrato di sapersi muovere bene, in ambiti per lui nuovi. Da maggio 2016 l'avvocato Carlo Gagliardi è presidente della nuova Valtur targata Andrea Bonomi: ha superato l'estate, inserito in portafoglio due villaggi di peso (il Tanka Village di Villasimius e il Garden Calabria di Pizzo Calabro) e dato qualche numero interessante. Il 7 ottobre 2016, al Sole 24Ore, Gagliardi ha dichiarato che l'esercizio 2015/16 si chiuderà a 90 milioni di euro di ricavi (circa 100 nel 2014/2015) e che il ritorno all'utile di gruppo è previsto nell'arco di due-tre anni, anche grazie alla riduzione del perimetro dei villaggi dagli attuali 24 a una quindicina, sui quali saranno investiti, per ristrutturazioni e adeguamenti, parte dei 200 milioni di euro messi a budget 2016/2019. Tre cose in sospeso: dopo gli iberici COO e CMO, Guillermo Ruitort e Jordi de Las Moras si attende un CEO entro dicembre (e qualcuno parla di una donna...); potrebbero esserci altre acquisizioni, ma non si sa quali (difficile trattarsi di Alpitour); e Star Travel Network? "È lì, non abbiamo ancora deciso cosa farne" dice e non dice al TTG.

I 6 manager / imprenditori cui tocca replicare il boom del Mare Italia nel 2017



Chi ha visitato il TTG Incontri 2016 ha capito subito quale fosse la destinazione top del momento. Bastava giudicare il traffico davanti agli stand: da Nicolaus, i Pagliara Bros. avevano bisogno di body-guards per proteggersi dall'assalto di questuanti e commerciali assatanati. In OTA Viaggi il dir. commerciale Massimo Diana ha perso la voce a forza di prendere appuntamenti. Lo stand Uappala Hotels era il più modaiolo della fiera. E non parliamo di Valtur e del suo presidente Carlo Gagliardi, che ha ripreso il centro della scena dopo anni bui. Italia über alles, quindi...

Leggi tutto...

Vonline integra verticalmente e acquisisce il controllo del network Mister Holiday



Vonline, tour operator outgoing guidato da Luigi Deli e basato a Milano, ha acquisito il controllo del network di agenzie di viaggi Mister Holiday, sede a Castiglione delle Stiviere e condotto dai fondatori Laura Sandrini e Fabio Bignotti. L'operazione, finalizzata il 12 ottobre 2016 dopo una trattativa durata poche settimane, prevede l'ingresso di Fly4you Srl (azionisti Luigi Deli, al 95%, e Antonella Bianchessi, al 5%), titolare del marchio commerciale Vonline, nel capitale sociale di Mister Holiday Srl, per una quota pari al 65%. Il 5% è stato rilevato da Stefano Romani, titolare della società TD Consulenze e da poco collaboratore di Vonline come Industry relations manager...

Leggi tutto...

CHI VA E CHI VIENE

Bruna Gallo alla direzione commerciale di due resort maldiviani 5*



A settembre 2014 aveva lasciato la direzione vendite di Alpitour, esattamente due anni dopo Brunna Gallo è stata nominata direttore commerciale di due villaggi maldiviani (il Kudafushi Resort & Spa e il Kihaaad Maldives) molto noti sul nostro mercato, proprietà di imprenditori italiani. È proprio vero che gli italiani sono tornati alle Maldive. Per capire qualcosa di più personale di Brunna Gallo, leggere il Match Point col direttore del TTG Remo Vangelista.

eDreams ODIGEO sceglie Alexandra Koukoulian come country manager Italia



Alexandra Koukoulian è il nuovo country manager Italia di eDreams ODIGEO, al posto di Angelo Ghigliano, che dopo 17 anni lascia la OLTA guidata dal fondatore Javier Perez Tenessa. Di origine russa, laureata in Bocconi, 4 lingue parlate fluentemente (russo, italiano, inglese, spagnolo), Koukoulian arriva da Barcellona, dov'era eCommerce director della OLTA Travel Republic (The Emirates Group). In precedenza, aveva lavorato in lastminute.com (prima come supply manager, poi come sales & product director, dal 2011 al 2014), esperienza intervallata da due anni in Hotelplan, come online product director per la linea "Secrets Line", e preceduta da trascorsi in Bravofly e Domina Hotels.

Due nuovi impegni (Balkan Express e Uomogeneo) per Stefano Colombo



L'ex vice-presidente dei Viaggi del Ventaglio, Stefano Colombo, torna in pista un anno dopo aver lasciato Uvet. Due progetti, uno manageriale, l'altro imprenditoriale: per Balkan Express, che si definisce "fly&tour operator" (sede a Pescara, fondato nel 2008 e guidato da Igor Ascitutto), assume il ruolo di direttore commerciale Italia e Svizzera. Come imprenditore, attraverso la società di consulenza Rari Nantes, è promotore della joint-venture Uomogeneo, che vede riunite le società Top Target, 4Fun, Il Gruppo Digitale e BF Wellness per proporre servizi di assistenza e animazione turistica, attività di fotografia e gestione dei social media, consulenza per centri benessere ad alberghi e villaggi turistici, appartenenti a catene o indipendenti.

Giorgio Lotti alla direzione vendite trade di Futura Vacanze



Reduce dall'esperienza di Star Travel Network, la rete di agenzie targata Valtur pre-acquisizione Investindustrial, e prima di Open Travel Network, Giorgio Lotti torna a occuparsi di un t.o., nelle vesti di direttore vendite trade di Futura Vacanze. Subentra a Belinda Coccia, dal 2002 nell'organico dell'operatore romano guidato da Stefano Brunetti, che assume il ruolo di coordinatore commerciale.

cercasi Segretario Generale

