

T.O. NEWS

La prima NEWSLETTER interamente dedicata ai tour operator italiani

Milano, 8 giugno 2017 - Anno VIII - Numero 30 - www.to-news.it - email: rgentile@network-news.it



L'editoriale
di:
Roberto Gentile
di T.O. News

Alitalia

Io c'ero:
Luigi Gubitosi
commissario
straordinario
Alitalia

EDEN
TRAVEL GROUP

Ipse dixit:
Nardo Filippetti
di Eden Travel
Group

Chi comanda nei tour operator italiani? Quasi tutti imprenditori, pochissimi manager

Dopo aver scoperto [chi comanda nei network italiani](#) ho pensato di applicare lo stesso criterio ai tour operator: chi detiene il potere? La proprietà o il management? E perché? Ho preso in considerazione 13 tra i maggiori t.o. (in ordine rigorosamente alfabetico: Alidays, Alpitour Gruppo, Best Tours Italia, Eden Travel Group, Idee per Viaggiare, i Grandi Viaggi, Naar T.O., Nicolaus, Oltremare T.O., Quality Group, Valtur, Veratour e Viaggi del Mappamondo), tralasciando quelli passati recentemente di mano, come Settemari o Hotelplan/Turisanda (che il mercato considera ancora altro rispetto a Eden) o che fanno capo a Gruppi complessi (Going in Bluvacanze / MSC, Press Tours e Swan Tour in Alpitour). [In questa tabella](#) sono elencati i titolari, i manager di riferimento e chi detiene il potere. Quattro semplici riflessioni: **1)** Salvo due eccezioni, è sempre la proprietà ad avere il controllo del tour operator: Nardo Filippetti di Eden, la famiglia Pompili di Veratour, i fratelli Pagliara di Nicolaus detengono la *governance* della propria azienda, sebbene siano supportati da top manager di fiducia, soprattutto nell'area commerciale (rispettivamente Angelo E. Cartelli, Massimo Broccoli, Gaetano Stea). Le due eccezioni sono Alpitour e Valtur, non a caso controllati da fondi d'investimento, che per antonomasia si affidano a manager; in effetti Alpitour è un po' un ibrido, perché il presidente Gabriele Burgio detiene un piccolo pacchetto di azioni. **2)** I proprietari sono anche i fondatori del t.o.: Quality Group (e il sottostante Mistral T.O.), Oltremare, Idee per Viaggiare vedono tuttora al comando i fondatori, rispettivamente Michele Serra, la famiglia Uva, il terzetto Curzi / Fusacchia / Maccari; inoltre, l'impronta del *founder & owner* è molto forte, ad esempio Quality Group sarebbe tutt'altro, senza Michele Serra. Eccezioni, in questo caso, oltre ai t.o. detenuti da fondi (infiniti i passaggi di mano di Valtur, dalla sua fondazione a oggi), sono solo Best Tours e i Grandi Viaggi. **3)** I destini dell'azienda sono indissolubilmente legati a quelli del fondatore: non sono immaginabili Alidays, Naar T.O. o Viaggi del Mappamondo senza, rispettivamente, Davide Catania, Frederic Naar e Andrea Mele; in tali casi, infatti, l'impresa - anche quando raggiunge rispettabili dimensioni - conserva l'impronta originaria di *one-man-company*. **4)** Perché una così netta dicotomia tra t.o. e network, visto che - in questi ultimi - sono i manager a prevalere sugli imprenditori, mentre nei t.o. i manager "decisivi" si contano sulle dita di una mano? La spiegazione risiede nel fatto che il tour operating è un'attività *capital intensive*, con alto profilo di rischio, dove l'imprenditore pretende - giustamente - di avere l'ultima parola in tutte le scelte aziendali che hanno ripercussioni dirette sui risultati. E questo spiega anche perché i grandi player comandano la distribuzione, e non viceversa.

IO C'ERO

Luigi Gubitosi: il commissario straordinario Alitalia visto da vicino



L'autore di questa newsletter dedica un ritratto a Luigi Gubitosi, commissario straordinario Alitalia, che - dovendo risanare la disastrosa ex compagnia di bandiera - occupa un certo spazio nelle menti dei t.o. italiani.

"Non mi chiami commissario: visti i miei trascorsi in RAI, l'unico commissario che mi viene in mente è Montalbano. Dottore va più che bene". È con una battuta di puro understatement british-partenopeo che si apre l'intervento del commissario Alitalia Luigi Gubitosi all'assemblea generale Fiavet di Ugento. Siccome l'appuntamento era rivolto al sottoscritto, incaricato di moderare l'evento, ne ho apprezzato lo spirito e mi sono studiato bene il personaggio. Non capita tutti i giorni di vedere un commissario in pubblico, senza filtri...

Leggi tutto...

IPSE DIXIT

Nardo Filippetti a cuore aperto su Hotelplan e Turisanda



Nardo Filippetti, patron di Eden Viaggi e presidente Astoi, rilascia una bella [intervista al TTG](#) e dice la sua sui [recenti acquisti di Hotelplan e Turisanda](#).

TTG: Continua a credere nel rilancio di Hotelplan? **Filippetti:** Ci credo tantissimo e sono pronto a investire ancora. A settembre partiremo con un progetto che metterà a disposizione delle agenzie anche un nuovo portale. **TTG:** Prevedete di cambiare il target di riferimento? **Filippetti:** Hotelplan si deve posizionare nella parte alta di mercato, la fascia di sua competenza. Deve riprendersi la dignità che merita con un grande ruolo nel mercato del lusso. Quest'anno abbiamo ottimizzato l'offerta tenendo sui prezzi. Abbiamo fatto tutto questo senza tagli di personale e cercando di dare visibilità e forza anche a Turisanda... **Leggi tutto...**

AVES.NET 3X

IL SOFTWARE
PIU' EVOLUTO
PER TOUR OPERATOR
E AGENZIE VIAGGI

NEWS

In Valtur vige l'informalità



Tutto nuovo, in Valtur, a cominciare dal management e dal logo, ma la rinnovata sede di via Conservatorio, a Milano, offre uno spunto ancora più originale.



Ricordate le etichette collocate accanto agli uffici del top management, rigorosamente presidiati da segretarie inflessibili, che facevano da filtro al capo, sempre - ovviamente - iper-impegnato? Non ci sono più: le segretarie (da tempo, ormai) e anche le etichette. Quella del presidente Valtur Carlo Gagliardi (uno che conta, vedi tabella) è un semplice rettangolo in PVC trasparente, col solo nome "Carlo" scritto sopra. Ce n'è una anche per "Elena", "Jordi" e "Guillermo". Poche cerimonie, è il business che conta.

Le voyageiste italien Alpitour s'installe en France



È così che il 16 maggio 2017 *Les Echos* titola lo sbarco in Francia del t.o. guidato da Gabriele Burgio (che ha recentemente portato a casa i 120 milioni di Tamburi).

"Il primo tour operator italiano (1,14 miliardi di euro di fatturato nel 2016, il 25% della quota di mercato in Italia) ha deciso di aprire una filiale francese e affidarla a Patrice Caradec (a destra in foto - ndr), l'ex CEO di Transat Francia (con trascorsi in Look Voyages e Vacances Transat) assorbita lo scorso anno dal colosso tedesco TUI". La maggioranza di Alpitour France è in capo al t.o. torinese, ma il 15% delle quote è riservato al management transalpino. Tre gli obiettivi dell'operazione: promuovere sul mercato francese alcuni prodotti in portafoglio, a cominciare dai Bravo Club, sfruttando la differente stagionalità; trovare sinergie per la compagnia in-house Neos; rappresentare, dice Burgio, "une petite alternative aux gens qui ne veulent pas être dans la main des grands acteurs". Il leader italiano delle vacanze lancia la sfida ai leader francesi, ma senza proclami.

Due o tre numeri che non conoscete di Nicolaus



Di Nicolaus sappiamo molte cose, i fratelli Giuseppe e Roberto Pagliara sono ormai ospiti fissi della stampa di settore. Ma se a parlare sono Gaetano Stea della direzione commerciale e Giovina Petriagnano della direzione marketing vien fuori qualche numero che magari non tutti conoscono. I Nicolaus Club (l'asse portante del t.o. di Ostuni, visto che genera l'80% del fatturato complessivo) erano 17 nel 2014, 25 lo scorso anno, 30 nel 2017 (25 in Italia, 5 all'estero) e saliranno a 50 entro la fine del 2019. La tendenza è sempre più verso le gestioni, ne sono previste una decina entro il 2019. Il 99% del fatturato di Nicolaus (63 milioni netti di euro nel 2016) è generato da agenzie, lo sparuto 1% restante è clientela diretta, in parity rate,

e convenzioni nazionali che non passano dal retail. Tre i cluster delle agenzie: 4.500 quelle che hanno chiuso almeno una pratica, nel 2016; 250 le Diamond Agency nel 2016, salite a 300 nel 2017, con obiettivo 500 entro il 2019; 12 le Top Diamond (ciascuna delle quali ha prodotto almeno 80.000 euro di fatturato nel 2016) e obiettivo di raddoppiarle nel 2017. 100 milioni di fatturato il target Nicolaus del 2018.

Cambio al vertice di Jumbo Tours



La notizia è apparsa sul portale iberico *Hosteltour* e in Italia interessa solo ai "cultori" di Alpitour. Jumbo Tours Group, il network dedicato all'incoming con sede a Palma de Mallorca e

controllato dal gruppo torinese, cambia vertice: Basilio Guerra, l'ultrasettantenne fondatore, lascia la presidenza al fratello minore Juan. Questi trasferisce la carica di amministratore delegato al manager Ginés Martinez, in azienda dal 2006. È la fine di un'epoca, perché i fratelli Guerra (già trent'anni fa buoni amici di Lorenzo e Guglielmo Isoardi) lasciano il potere nelle mani di un manager: di famiglia, però, perché Martinez è genero di Juan, del quale ha sposato la figlia Carla Guerra. Oggi Jumbo Tours Group (clicca qui per una dettagliata presentazione) è uno dei maggiori player del turismo iberico e stima di chiudere il 2017 con un volume d'affari superiore a 370 milioni di euro.



CHI VA E CHI VIENE

Emmer Guerra nominato brand manager Going



È il primo tassello collocato dal direttore generale leisure Bluvacanze, Claudio Busca, nel tour operator in-house Going, da tempo in fase di ristrutturazione. A Emmer Guerra, ravennate (da quelle parti amano i nomi originali) ma milanese di adozione, 50 anni, approda in Going col ruolo di brand manager, dopo composite esperienze in Hotelplan, Naar e Amadeus Italia, sempre in area prodotto. Il primo impegno di Guerra sarà definire la nuova mission di Going, che - ormai abbandonata la villaggistica, Perdepera Resort a parte - prevede sempre più sinergie con MSC Crociere, che appartiene allo stesso gruppo.

Gianni Rotondo nominato direttore generale Emea per Royal Caribbean



Dopo 6 anni come general manager Italy, Royal Caribbean affida a Gianni Rotondo la direzione Emea (Portogallo, Belgio, Olanda, Est Europa, Russia, Medio Oriente e Africa), con sede operativa nel Surrey, nel sud della Gran Bretagna. A presidiare il mercato italiano restano il direttore vendite Giuseppe D'Agostino e i promotori sul territorio, mentre i dipendenti della sede di Genova (che chiuderà a ottobre 2017) lavoreranno in smart-working. Un percorso di carriera in grandi aziende (Alitalia, lastminute.com, Easy Market / TUI, Atahotels) e dal taglio sempre più internazionale, quella di Rotondo.

LA NUOVA VACANZA ITALIANA