

T.O. NEWS

La prima NEWSLETTER interamente dedicata ai tour operator italiani

Milano, 27 luglio 2017 - Anno VIII - Numero 31 - www.to-news.it - email: rgentile@network-news.it



L'editoriale di:
Emmer Guerra
di Going

nicolaus

Iipse dixit:
Roberto Pagliara
di Nicolaus

TrustForce

Botta & Risposta:
Gian Paolo Vairo
di TrustForce

I miei primi due mesi in Going

Emmer Guerra è da poche settimane **brand manager di Going**, t.o. milanese in portafoglio a **Bluvacanze SpA**. Arriva dalla tecnologia di **Amadeus** e ha trascorsi da PM in **Hotelplan** e **Naar**, quindi è l'esperienza di prodotto che cercavano il CEO **Domenico Pellegrino** e il **DG leisure Claudio Busca**. "La prima cosa che ho deciso, quando sono arrivato, è stata rinunciare a un ufficio indipendente e sedermi fisicamente al booking Going. È lì che sono ed è lì che resterò, per essere sempre nel cuore della relazione t.o./agenzia: perché affermare di essere "customer centric" è facilissimo, metterlo in pratica è più complesso. Ascolto e imparo, e parlo con tutte le funzioni di un'azienda complessa come Bluvacanze, dove il t.o. è un ingranaggio che deve girare insieme a tutti gli altri. Manterremo la vocazione da villaggista (quindi il **Perdepera** non resterà l'unico resort), ma la direzione che abbiamo intrapreso è quella del t.o. generalista: stiamo già investendo su Seychelles, Mauritius e Maldive, dove abbiamo gli strumenti per essere subito competitivi. E poi Going 4Cruise, il pre- e post-crociera **MSC**, sul quale stiamo lavorando con la programmazione delle navi, e dal quale ci attendiamo numeri importanti. MSC sta lasciando a Going la giusta autonomia perché si trasformi in un t.o. moderno e funzionale alle logiche del gruppo. Lavorare in MSC, il cui core business sono le crociere e non il tour operating "classico", rappresenta un valore aggiunto e da uomo di prodotto, dopo tanti anni di esperienza, sto imparando dinamiche del tutto originali. Sono contento della scelta fatta".



IPSE DIXIT

Nicolaus, come affrontare l'estate più italiana del secolo



Dici Mare Italia e pensi **Nicolaus**, perché il t.o. dei fratelli **Pagliara** è ormai uno dei massimi player a riguardo. Ecco cosa l'a.d. **Roberto Pagliara** pensa di questa estate italiana. "Vero, è un'estate speciale, segnata dalla mancata occupazione di centinaia di migliaia di letti in Tunisia, Egitto e Turchia: ovvio che il mercato si sia riversato sull'Italia. Nonostante questo, però, ad agosto non si registra ancora il "vero" tutto esaurito e ci sono camere da vendere. Certo, la Puglia (dove la domanda è superiore all'offerta), la Sardegna e la Sicilia orientale hanno riempimenti molto alti, superiori al 90%, ma così non è in Sicilia occidentale e in Calabria, dove peraltro ci sono strutture con molti letti. I prezzi? Alti in Italia, ma in Spagna non sono da meno e anche in Croazia, al contrario di quanto molti pensano, non sono più bassi come una volta. E la Grecia, storicamente una destinazione tra le più convenienti, costa sempre più, a causa del costante incremento delle imposte e del crescente costo del lavoro. È la domanda che fa l'offerta: finché ci saranno mercati esteri disposti a pagare, spesso in anticipo, cifre importanti, i prezzi del "Mediterraneo classico" non si abbasseranno...

Leggi tutto...



BOTTA & RISPOSTA

TrustForce, ecco quello che abbiamo fatto nei primi sei mesi di attività



Gian Paolo Vairo ha terminato il 2016 da manager e ha iniziato il 2017 da imprenditore, con **TrustForce**. Dopo sei mesi, racconta a **T.O. NEWS** come sono andate le cose.

Domanda - I t.o. sul podio e quello che fatica un po', e perché.
Risposta - Sui risultati di TrustForce incide il fatto che siamo operativi dal mese di marzo 2017, con conseguente vantaggio per i marchi che fanno dell'estate la loro stagione di punta. Il primo posto lo merita **Valtur**, che sta vivendo una stagione di assoluto rilancio. Sono molto soddisfatto anche di **GNV Grandi Navi Veloci** e di **MySunSea**, operatore charter specializzato su Grecia e Lampedusa. I risultati di quest'ultimo confortano la mia convinzione che una forza vendite sia fondamentale per far conoscere (e vendere...) i piccoli t.o. in agenzia. Ancora sotto le aspettative i risultati del napoletano **I Viaggi del Delfino**, che distribuiamo nel Nord Italia: credo sia solo questione di tempo, perché l'eccellente rapporto qualità/prezzo e la serietà di questo operatore otterranno senz'altro l'attenzione che meritano...

Leggi tutto...

AVES.NET 3X

IL SOFTWARE
PIU' EVOLUTO
PER TOUR OPERATOR
E AGENZIE VIAGGI

☺ **L' IDEA DI MARKETING**

Alpitour, YouTube e Casa Surace



La notizia è già che Alpitour, leader italiano delle vacanze, faccia una cosa social. La comunicazione del t.o. guidato da **Gabriele Burgio**, infatti, predilige da sempre media più tradizionali, come la citatissima (da trent'anni!) campagna televisiva "No, Alpitour?! Ahi ahi ahi". E invece stavolta Alpitour punta a un target diverso dal solito e lo fa grazie a **Casa Surace**, YouTuber tra i più popolari, per raccontare ai nuovi viaggiatori il mondo dei viaggi organizzati. Lo fa con un clip molto divertente, dal titolo "Organizzati vs Disorganizzati", visibile cliccando [qui](#): in quattro frenetici minuti si raccontano peculiarità e caratteristiche di chi si organizza per tempo e di chi si riduce all'ultimo minuto. Anche per le vacanze, ed è facile dedurre da che parte stia Alpitour...

☺ **NEWS**

Best Tours è stata venduta a un fondo: si, no, forse



La notizia gira da tempo, anche perché chi ha guardato per mesi nei conti del t.o. di proprietà di **Alessandro Rosso** e guidato dal CEO **Paola Ricci** ha fatto sapere che l'accordo c'era, ma all'ultimo è saltato. La controparte è cambiata e ora si parla di un fondo italiano (che vanno tanto di moda, leggi [qui](#)): fosse la volta buona perché il glorioso marchio **Best Tours** passi (ancora una volta) di mano? L'unico a occuparsene è il direttore del **TTG Remo Vangelista**, che consigliamo di leggere cliccando [qui](#). Chi vivrà, vedrà.

L'(inattesa) impasse Veratour sul Veraclub Barone di Mare



Dal vocabolario Treccani: *"impasse sostantivo femminile, francesismo - trovarsi in una impasse, in una situazione difficile, da cui non si sa come uscire (anche di trattative, contrattazioni, tentativi d'accordo, bloccati da qualche difficoltà e di cui non si preveda una facile o prossima soluzione)*. È esattamente quello che è successo al t.o. della famiglia **Pompili** col resort **Barone di Mare** di Torre dell'Orso, in Salento. Entrato nel portafoglio **Veraclub** (primo villaggio in Puglia, dopo una ricerca protrattasi a lungo), doveva aprire a metà giugno 2017. "Il Barone di Mare ha aperto il 9 luglio, alla fine di tre settimane che non sono state piacevoli, né per noi, né per le agenzie, che ringraziamo, né per il cliente finale" [dichiara al TTG](#) con un sospiro (testuale) **Massimo Broccoli**, direttore commerciale **Veratour**. "La consegna da parte della proprietà è stata posticipata, perché i lavori di ristrutturazione si sono prolungati e ampliati per rispettare i nostri standard, che sono ben precisi"...

Leggi tutto...

Che (brutta) fine fanno i cataloghi dei t.o. nelle vetrine delle agenzie



L'autore di queste newsletter per il blog "Whatsup" sul TTG on line.



Domenica pomeriggio di fine luglio, quasi 35 gradi,

inforco la Vespa e faccio un giro delle agenzie di viaggi di Milano nord e Brianza. Ne ho viste dieci, ovviamente chiuse, e quello che ho trovato in vetrina - due eccezioni a parte - è desolante. Lo so che una decina di agenzie non sono un campione rappresentativo delle 1500 lombarde, ma tant'è. Comincio con una buona notizia (l'unica): non ho trovato offerte appiccicate al vetro con lo scotch, obbrobrio una volta molto comune. Sarà finito lo scotch, e pure i fax (ma non le offerte). Iniziamo con le serrande: due agenzie avevano quella "cieca", a elementi chiusi, che quando è abbassata non permette di vedere cosa ci sia dietro; a parte l'insegna (comunque in alto), nessun altro elemento faceva capire che lì dentro si vendono viaggi...

Leggi tutto...

Chiesa Viaggi 2.0: da pulmettaro a t.o. di nuova generazione



È una bella storia quella della **Chiesa Viaggi** di Carmagnola (To). Trasformarsi da "pulmettaro" (brutto termine, ma tutti gli addetti lo capiscono) in tour operator moderno è impresa difficile,

riuscita solo a pochi marchi (**Frigerio**, **Caldana** e **Baltour**, per citare i più noti). Nel 1963 fu **Celestino Chiesa** ad aprire un'attività di trasporto pubblico, quando, con un solo pullman, portava gli operai dai borghi torinesi agli stabilimenti della **FIAT**. "Nel 1983 abbiamo avviato l'attività di tour operator come **Chiesa Viaggi**" racconta **Silvana Chiesa**, figlia di Celestino e oggi alla guida dell'azienda di famiglia col marito **Tino Tropini** "Oggi anche i nostri figli **Marco** e **Mattia** sono coinvolti nel business, rispettivamente come direttore operativo e sviluppo e direttore amministrativo". "In Piemonte abbiamo anche quattro agenzie di viaggi e collaboriamo con 800 agenzie, molte delle quali in Lombardia" precisa **Marco Tropini** "Nel 2016 abbiamo superato i 7 milioni di fatturato, erano solo 3 e mezzo nel 2011..."

Leggi tutto...



CHI VA E CHI VIENE

Tommaso Bertini nominato dir. marketing e comunicazione Eden



È durata solo 5 mesi l'avventura in **Eden** di **Roberto Ciacci**, da novembre 2016 a marzo 2017 alla direzione marketing e comunicazione del Gruppo condotto da **Nardo Filippetti**. Al suo posto subentra da giugno 2017 **Tommaso Bertini**, che ha identica responsabilità su tutti i brand del gruppo (**Eden Viaggi**, **Hotelplan**,

Turisanda, **Eden Hotels**, **Eden Margò**, **Eden Made**, **Eden Italia** e **Incoming**. Si tratta di un ritorno, dal momento che Bertini era già stato a capo dell'area e-commerce & web marketing della stessa **Eden**, dal 2005 al 2010.

