

T.O. NEWS

La prima NEWSLETTER interamente dedicata ai tour operator italiani

Milano, 27 luglio 2026 - Anno XVIII - Numero 58 - www.to-news.it - email: rgentile@network-news.it

GLI EDITORIALI DI ROBERTO GENTILE

VIAGGI DA ULTRARICCHI

LUSSO IN AGENZIA

AGENZIE TOP IN USA

Tre esperienze di viaggio da ultraricchi, quelli con patrimonio personale superiore a 30 milioni di dollari

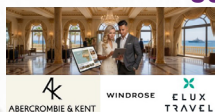


Quando ho scritto del [boom dei viaggi di lusso in agenzia](#), mi sono chiesto cosa piaccia a quelli veramente ricchi, i fortunati per i quali il denaro non è più un problema. Per gli HNWI's High Net Worth Individuals il valore di un viaggio non risiede più nell'opulenza dei materiali o nei servizi a cinque stelle standard, considerati ormai beni alla portata di (quasi) tutti. Le loro esigenze si concentrano sulla totale assenza di problemi logistici, sull'invisibilità rispetto al turismo di massa e sulla privatizzazione temporanea del patrimonio culturale o artistico. Un'esperienza alla loro altezza deve possedere tre caratteristiche imprescindibili: il monopolio esclusivo del luogo, l'accesso a porte chiuse a realtà normalmente inaccessibili e la sensazione di sperimentare qualcosa che un "comune mortale" non potrà mai permettersi.

Saliamo un gradino, passiamo agli ultraricchi, ovvero gli UHNWI's Ultra High Net Worth Individuals: quelli che hanno un patrimonio investibile superiore a 30 milioni di dollari (non considerando immobili a uso residenziale e beni di consumo durevoli, tipo Ferrari o jet privati). Tre esempi noti a tutti: Bernard Arnault di LVMH, Amancio Ortega di Zara e la famiglia Ferrero (quella della Nutella). Dove vanno in vacanza gli ultraricchi?...

Leggi tutto...

Boom dei viaggi di lusso in agenzia: le eccellenze di Francia, Germania e UK



Il lusso tira sempre, moda e design italiani insegnano. Nel turismo outgoing alto-spendente, invece, restiamo un po' indietro, rispetto ad altri Paesi europei. Quando si parla di pratiche da 15/20.000 € in su, in effetti, siamo in pieno boom, mentre il mercato "medio" fatica, causa compressione dei margini, inflazione, OTA che cannibalizzano la fascia intermedia. Secondo [IMARC Group](#), l'Europa detiene la quota di mercato più grande nel luxury travel globale, pari al 35,8% nel 2025, grazie al ricco patrimonio culturale, alle infrastrutture di alto livello e alla crescente domanda di privacy ed esperienze esclusive. Report come [Market Data Forecast](#) stimano per il mercato europeo del luxury travel una crescita media annua composta del 7,72% nel periodo 2025-2033.

Perché il lusso cresce, mentre il medio stagna? Semplice, perché i viaggiatori alto-spendenti non cercano più solo comfort: puntano su emozioni autentiche, accessi privilegiati, sostenibilità selettiva e racconti unici. Privilegiano esperienze immersive (wellness, gastronomia esperienziale, avventura soft, private jet o yacht) rispetto ai beni materiali. La polarizzazione del mercato è netta: la fascia media soffre per prezzi percepiti alti senza valore aggiunto sufficiente, mentre il top beneficia di margini elevati, fedeltà del cliente e passaparola...

Leggi tutto...

Le agenzie di viaggi funzionano! Certo, ma negli USA e pure in Giappone



Il modello di business delle agenzie di viaggi va rinnovato, è noto. Forse da noi in Italia più che altrove, perché negli USA - e pure in Giappone - le agenzie su strada piacciono, eccome.

Quattro recenti operazioni lo testimoniano: nel mercato più importante del mondo, American Express ha rilevato da TripAdvisor il 100% della piattaforma di prenotazione ristoranti TheFork per 700 milioni di dollari cash. Un'operazione che permette ad AmEx di espandere la propria rete a 75.000 ristoranti globali e venderli anche attraverso la divisione retail, mentre TripAdvisor esce dal comparto per rifocalizzarsi su recensioni e AI. Negli USA si assiste a un (inatteso) boom dei consorzi nel retail fisico: Travel Leaders Network ha registrato ben 90 nuove affiliazioni in pochi mesi, raggiungendo 5.700 agenzie tra USA e Canada. La spinta aggregativa è alimentata dai grandi investitori istituzionali: il network è infatti controllato da Internova Travel Group, colosso distributivo che fa capo a Certares, il ricchissimo fondo d'investimento americano specializzato nel comparto travel B2B con forti interessi anche in Europa e in Italia. Le agenzie indipendenti cercano così la massa critica e le tecnologie condivise del fondo per competere con le big tech. In Giappone, il colosso JTB (430 punti vendita) sta accelerando strategie OMO (Online Merges with Offline), integrate nel retail fisico giapponese. Infine, sul fronte dell'innovazione, l'adozione di tool di AI generativa nella ricerca viaggi (come Layla.ai) evidenzia limiti strutturali...

Leggi tutto...



AVES.NET AI

IL SOFTWARE PIU' EVOLUTO
PER TOUR OPERATOR
E AGENZIE VIAGGI
Built Bold Grown smart



BOTTA E RISPOSTA

Jury Truffelli, co-founder e stratega digitale di Creo



A cinque anni dalla fondazione - primo T.O. nato dopo la pandemia - Creo si consolida nel tailor made raggiungendo i 20 milioni di fatturato nel 2025 e operando su oltre 70 destinazioni. Un modello nativo costruito sulla consulenza e sul rapporto diretto con le agenzie di viaggi partner. Tre domande e tre risposte del co-founder Jury Truffelli, oggi alla guida delle strategie di sviluppo digitale del tour operator marchigiano.

Domanda - Sede a Pesaro: quali sono i pro e i contro della distanza dal "centro"?

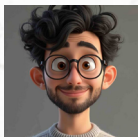
Risposta - Per oltre trent'anni Pesaro è stata sede di un grande tour operator (*Eden Viaggi*, ceduta dal fondatore Nardo Filippetti ad Alpitour nel 2018 - ndr) e ha forgiato grandi professionisti. Alcuni di questi hanno fatto nascere Creo. L'aspetto più complesso da gestire è il sistema di relazioni: in provincia le occasioni vanno create, non capitano davanti a un caffè. Significa viaggiare, programmare incontri, considerare le trasferte parte del lavoro, perché tecnologia e digitale non bastano. Però non siamo i soli: Nicolaus, Go World, Italcamel, Glamour sono tutte nate fuori dal triangolo Milano-Torino-Roma. Questo conferma che il valore di un T.O. dipende dalle persone, non dalla geografia...

Leggi tutto...



L' IDEA DI MARKETING

Benvenuto a Petit Pascal, l'AI de l'Agenzia di Viaggi Magazine



Applausi per Roberta Rianna, giovane e coraggiosa direttore responsabile de "l'Agenzia di Viaggi Magazine".

"Il nostro giornale, pur ben conoscendo i vari ChatGpt, Gemini, Claude, si è finora opposto all'impiego dell'AI generativa nella pratica giornalistica quotidiana. Una sorta di resistenza in nome di un'informazione - già provata dalle distorsioni del click baiting - che ora rischia seriamente di appiattirsi, impigrirsi, perdere credibilità e via via estinguersi" [scriveva il 30 giugno 2026](#) "Così, in assenza di una carta deontologica e regole chiare sul suo utilizzo, la nostra redazione ha scelto la strada della trasparenza introducendo Petit Pascal, un collega virtuale, pseudonimo dell'intelligenza artificiale. Nel rispetto dei nostri lettori, gli articoli redatti dall'AI porteranno sempre la sua firma". Petit Pascal, ovviamente, viene rivisto dai redattori - umani - del magazine romano.

Perché applausi? Per due motivi: primo, perché Rianna ha avuto il coraggio di dichiarare pubblicamente quello che svariate testate - di settore e non - fanno abitualmente, ovvero spacciare per propri pezzi composti da LLM; secondo, perché Petit Pascal non solo ha una faccia simpatica, ma scrive pure bene (potrei dire meglio di molti redattori, di settore e non, ma non lo dico...)...

Leggi tutto...



NEWS

Cos'ha in comune Michele Serra con Ryszard Kapuściński. Oriana Fallaci e Bruce Chatwin?



Michele Serra, laureato in Lettere Classiche, amm.re delegato di Mistral T.O. e presidente di Quality Group, unisce la visione dell'imprenditore turistico alla sensibilità dell'umanista. Nei suoi [reportage su LinkedIn](#) (leggeteli, ne vale la pena) i racconti di viaggio e le annotazioni su vicende turistiche superano la cronaca per farsi riflessione culturale, sociale ed etica: da qui nasce l'accostamento, inevitabilmente fuori scala ma intrigante, a tre grandi voci del reportage letterario come Ryszard Kapuściński, Oriana Fallaci e Bruce Chatwin.

Ryszard Kapuściński - Il polacco Kapuściński ha elevato il reportage a saggio sociologico, capace di analizzare le grandi masse e i flussi del mondo senza smarrire lo sguardo umanistico. In Serra si ritrova la stessa abilità di leggere i fenomeni complessi del turismo contemporaneo non come ostacoli, ma come analisi critica che unisce rigore e meraviglia. Quando osserva l'organizzazione di Zhangjiajie scrivendo: «In Cina, abituati a gestire folle oceaniche, hanno vinto la sfida: limite di accessi, controllo facciale, sistemi di navette efficienti [...] la quantità di turisti era incredibile, ma scorrevole e scadenzata con ordine [...] per rimanere a bocca aperta davanti alla bellezza "ultraterrena"», la struttura del pensiero richiama Ebano o In viaggio con Erodoto: l'analisi della "folla oceanica" con occhio sociologico che sfocia poi nella sorpresa della bellezza e della natura...

Leggi tutto...

i Grandi Viaggi, la pax societaria è finita: scoppia la resa dei conti nel CdA



È scontro aperto ai vertici de i Grandi Viaggi (iGV), colosso del turismo organizzato quotato a Piazza Affari sul listino Euronext. A riaccendere la miccia è l'azionista di maggioranza Luigi Maria Clementi (al 55,6%), che ha messo sul piatto una proposta formale: allargare il CdA da 7 a 9 membri, con l'ingresso di due indipendenti. L'obiettivo dichiarato? Blindare controlli e processi decisionali. La mossa, tuttavia, non è passata inosservata a una parte del board e dei soci, che la leggono per quello che appare nei corridoi della finanza: un tentativo di blindare la gestione e controllare ancor di più la maggioranza.

A rendere il tavolo della governance un campo minato c'è la presenza di soci tutt'altro che passivi. In primis la storica famiglia Manfredi e Maurizio Maresca (famiglia ex proprietaria di [Bluserena](#), venduta ad Azora nel 2022), entrambi attenti a non farsi schiacciare e sensibili all'equilibrio dei poteri in assemblea. A gettare ulteriore benzina sul fuoco è arrivata di recente la stretta sui criteri di indipendenza degli amministratori, vista dalle minoranze come un chiaro segnale di irrigidimento interno.

Ora la partita si gioca a carte scoperte: chi detiene davvero il timone di iGV e quale modello di potere accompagnerà la nuova fase del gruppo? La battaglia in assemblea è servita.



Valtur Zanzibar
KIWENGWA BEACH RESORT ★★★★★

Per INFORMAZIONI SUL TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI RGPD 679/2016 [clicca qui](#).

REGISTRAZIONE T.O. NEWS fa riferimento a [NETWORKNEWS](#), testata giornalistica mensile registrata al tribunale di Monza al n. 2/2013 del 1/1/2013. Proprietario ed editore Roberto Gentile. Sul sito trovi tutte le rubriche, la versione editabile (in formato .pdf) e tutti gli arretrati di T.O. NEWS, da marzo 2009 a oggi.

LIBERATORIA Ricevi questa Newsletter pensando di farti cosa gradita o perché sei iscritto alla mailing list di T.O. NEWS. Per non ricevere ulteriori numeri di T.O. NEWS rispondi a questo messaggio o all'email rgentile@network-news.it semplicemente scrivendo REMOVE nell'oggetto. Grazie.