T.O. NEWS

La prima NEWSLETTER interamente dedicata ai tour operator italiani

Milano, 16 giugno 2014 - Anno VI - Numero 19 - www.to-news.it - email: rgentile@network-news.it

Roberto Gentile scrive

Botta & Risposta:
Giorgio Trivellon del Club Med

Ipse dixit:
Fabio Cannavale di Bravofly Rumbo Group

Sono trascorsi da poco i ponti di primavera 2014, che significano vacanze brevi e vicino a casa. Tempo di crisi, quindi pochi soldi a disposizione. Mancanza di tempo e di denaro, soluzione: un bel gift box. Ovvero quei cofanetti regalo apparsi in Francia nel 2002 e arrivati in Italia qualche anno fa, che fanno bella mostra di sé in espositori ad hoc nelle agenzie di viaggi, ma anche nella grande distribuzione (da **Trony** all'**Esselunga**) e nelle librerie di catena (da **Feltrinelli** a **Borri Books**). Nel 2013 il leader francese detiene quasi il 40% del mercato, 5 o 6 marchi si spartiscono il resto (fonte: *GFK*). Attivi anche i t.o. italiani, **Boscolo** coi **Boscolo Gift** e il **Gruppo Oltremare** con il **Dreambox**, mentre **Alpitour** ha abbandonato il **WeBox** che aveva lanciato anni fa. Perché i cofanetti hanno successo? Perché seguono le dinamiche dell'acquisto d'impulso, quello che si fa vicino alle casse del supermercato, o attratti dall'offertissima del negozio di abbigliamento: *"Ecco, non è che ne abbia proprio bisogno, ma già che c'ero, costa pure poco, l'ho comprato…"*. I gift box si vendono a Natale e a San Valentino, più per altri (come regalo di compleanno, ad esempio) che per sé. E il prezzo medio è basso, meno di 100 euro. Chi riceve in regalo il cofanetto è contento? Certo che sì, una cena per due al lume di candela o un week-end in un castello sono sempre graditi. Il fatto è che spesso la cena non può essere consumata il venerdì o sabato, e nel castello ci si può sempre andare, ad eccezione di luglio e agosto, dei ponti, di Natale e di tutte le feste comandate. A novembre, ad esempio, non ci sono mai problemi di prenotazione. E poi il gift-box, come lo yoghurt, ha una scadenza: dopo un anno o poco più, non è più "redimibile", quindi non vale più. Come va a finire? Che molti cofanetti non vengono consumati: almeno il 50%, dicono i produttori degli stessi (fonte: *UK Gift Card & Voucher Association*), ma in Italia la percentuale è ancora più bassa, non più del 30/40%...

Leggi tutto...

Botta & Risposta

Andata e ritorno, per il responsabile vendite **Club Med Italia Giorgio Trivellon**. Una carriera iniziata come G.O. in villaggio, oltre 20 anni fa, quindi al reclutamento e poi al commerciale, una breve parentesi in **Valtur**, quindi nuovamente al Club dal 2012.

Domanda – *Le due maggiori differenze tra il Club Med degli anni '90 e quello di oggi: una positiva, una negativa.* **Risposta** – Il DNA del Club è rimasto invariato negli anni, sono enormemente migliorati gli standard di servizio. Abbiamo abbandonato capanne e docce in comune, che caratterizzavano i villaggi degli anni '70, e oggi proponiamo solo resort a 4 e 5 stelle. Niente più braccialetti con le palline, per il bar, ma formula Premium All Inclusive. Certo, è il G.M. (*il cliente, al Club – ndr)* che è cambiato: è molto, molto più esigente di prima. Se l'areo ritarda di un'ora, è un guaio. Vent'anni fa, si metteva in un angolo a bere qualcosa, e non ci faceva caso...

Leggi tutto...

Ipse Dixit

Fabio Cannavale (fondatore e presidente **Bravofly Rumbo Group**, milanese, 48 anni, da poco con un'inedita barba brizzolata che fa molto guru) snocciola a l'*agenzia di viaggi* una serie impressionante di numeri: "*Siamo nati nel 2004 per vendere voli low cost, fenomeno che allora stava esplodendo e non aveva a ancora una piattaforma di vendita. Ora Bravofly Rumbo vende servizi per 1 miliardo di euro all'anno, a quasi cinque milioni di clienti, con i portali* ***Bravofly.com*** *(in 14 versioni), gli spagnoli* ***Viajar.com*** *e* ***Rumbo.es****, il metasearch francese* ***Jetcost.com, Crocierissime.it, Viaggiare.it*** *e recentemente* ***DoveClub****, joint-venture* ***RCS Editori****, travelclub per i lettori di Corriere.it. Vendiamo ancora voli, ma sempre più turismo, hotel, transfer, rent-a-car, parcheggi e servizi accessori. Abbiamo la migliore tecnologia per il prodotto generalista, con un dynamic packaging avanzato che ogni notte crea 40 milioni di pacchetti flessibili...*

Leggi tutto...

Le News

Ennesimo fallimento di un t.o.: ora tocca a Seven Worlds

Come spesso accade, la stessa vicenda può essere letta da due visuali opposte. Quella che ha visto la fine del t.o. torinese (risale al 29 aprile 2014 la dichiarazione di fallimento di **Seven Worlds SpA**, a cura della **Sezione Fallimentare del Tribunale di Torino** – clicca qui) vede contrapposti il fondatore e titolare **Mauro Olivero** e le agenzie di viaggi. Dichiara Olivero: *"Il fallimento di Seven Worlds rappresenta il fallimento di buona parte della mia vita professionale. In 30 anni ho gestito il mio lavoro in modo serio, professionale e rigoroso. Almeno fino a quando la situazione me lo ha permesso, poi ho dovuto cercare di arginare una falla immensa con un tappo di sughero e alla fine ho ceduto. Il fallimento di Seven Worlds è da ascrivere alla situazione difficile del settore che, ingenuamente, pensavo si riprendesse più velocemente; all'uscita da una situazione forte e condivisa* (il consorzio Quality Group, abbandonato bruscamente a fine 2011 - ndr) *per ricominciare da capo, da solo; al non aver cercato da subito la collaborazione di altri colleghi e infine alle mie indubbie ingenuità gestionali"*. L'8 maggio 2014 Olivero scriveva al TTG, un po' piccato: *"Tengo a precisare che non ci sono clienti abbandonati in giro per il mondo e che ho cercato di limitare al minimo le conseguenze per loro"*...

Leggi tutto...

Settemari investe in Casa Italia per i Settemari Club

Settemari investe in "Casa Italia", programma di attività e intrattenimento previsto nei villaggi in gestione, i SettemariClub, per l'estate 2014: cucina preparata da cuochi italiani, assistenti residenti, attività sportive e corsi di fitness, iniziative per bambini e ragazzi dei club "Pirati dei Settemari" e "Seventeen". Il progetto è stato presentato da **Federico Gallo**, dir. prodotto Settemari, in occasione della convention "SettemariPride", svoltasi a maggio 2014 a Gabicce Mare e riservata al personale che lavora a contatto col pubblico nei SettemariClub...

Leggi tutto...

Ljuljdjuraj di Valtur ha deciso: Domenico Pellegrino è il nuovo DG

Tanto tuonò che piovve. L'avevamo denunciato a gennaio 2014 che il fondatore di **Orovacanze** e nuovo proprietario di **Valtur** tardava a far sapere cosa avrebbe fatto dell'ammaccato t.o., reduce da due anni di amministrazione straordinaria. **Franjo Ljuljdjuraj** ha finalmente deciso: da maggio 2014 **Mimmo Pellegrino** è il direttore generale del Gruppo Orovacanze e quindi anche di Valtur. A lui toccherà il compito di realizzare l'ambizioso piano di rilancio del t.o. con oltre 50 anni di storia...

Leggi tutto...

Chi Va e Chi Viene

Claudio Martinolli è il nuovo marketing & eCommerce manager di Valtur

La rivoluzione **Valtur** avviata da **Franjo Ljuljdjuraj** e segnata dall'insediamento di **Mimmo Pellegrino** come direttore generale, prevede un altro arrivo eccellente...

Leggi tutto...

Luca Battifora succede a Nardo Filippetti al vertice di ASTOI

Luca Battifora, ceo di **Hotelplan Italia** da marzo 2013, succede a **Nardo Filippetti**, titolare di **Eden Viaggi**, al vertice di **ASTOI**, l'associazione dei tour operator legata a **Confindustria** e con sede a Roma. Nel corso del mandato, che durerà fino a maggio 2016, il manager ligure sarà coadiuvato dal direttore generale **Flavia Franceschini** e dai vicepresidenti tour operating: **Pier Ezhaya**, direttore generale **Francorosso** e lo stesso Filippetti...

Leggi tutto...

Sergio Testi, un uomo solo al comando di Best Tours Italia

È durata poco più di due mesi (da febbraio 2014 alla metà di maggio) la coesistenza tra **Marco Cisini** e **Sergio Testi**, nominato a.d. di **Best Tours Italia**. Cisini completa così un percorso avviato a fine 2012 con **Alessandro Rosso**, che ha visto riuniti sotto l'unica società **Best Tours Italia** i marchi **Best Tours** e **Kuoni** (quest'ultimo ceduto dalla casa madre svizzera) e puntava alla riorganizzazione e ottimizzazione delle risorse frutto delle due acquisizioni. Cisini lascia per dedicarsi a progetti personali, Testi s'insedia nella sede milanese dopo una pausa di riflessione di circa un anno e un trentennio in **Alpitour**...

Leggi tutto...

A Gabriele Rispoli la direzione commerciale Amadeus Italia

Dal 17 marzo 2014 **Gabriele Rispoli** è il nuovo direttore commerciale **Amadeus Italia**, con deleghe al coordinamento, allo sviluppo e alla gestione dell'offerta commerciale dell'azienda milanese. *"Vogliamo mettere in relazione tra loro agenzie di viaggi, tour operator, compagnie aeree, hotel"* dichiara l'a.d. e direttore generale Amadeus Italia **Francesca Benati**, giustificando la scelta di Rispoli grazie al suo back-ground...

Leggi tutto...

Domenico Pellegrino è il nuovo direttore generale Valtur

Casertano, classe 1968, laureato in Scienze Politiche e poi Master al **CST di Assisi - Università di Perugia**, per **Domenico** (Mimmo, per gli amici) **Pellegrino** è un ritorno al futuro: oltre vent'anni fa, fresco di studi, in **Valtur** si era occupato di analisi di fattibilità per lo sviluppo turistico, relazioni post-vendita e comunicazione interna...

Leggi tutto...

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.