

NETWORK NEWS[®]

La prima NEWSLETTER dedicata ad agenzie di viaggi, network & nuovi format

Milano, 4 giugno 2014 - Anno VIII - Numero 41 - www.network-news.it - email rgentile@network-news.it

IT

**Wired
scrive**



**Il Network
del Mese:**

**Achille Lauro
NeTravel di Napoli**



**Ipse
dixit:
Luca Patanè
di Confiturismo**

WIRED

Wired, il magazine noto come "la Bibbia di Internet", lo chiama **Connected Commerce** e ne celebra la nascita con un pezzo dedicato alla ricerca "Connected Commerce: A Snapshot of the Modern Shopper", condotta dall'agenzia internazionale di marketing e tecnologia **DigitasLBI** in 12 Paesi (USA, Cina ed Europa, Italia compresa): 1.000 consumatori per nazione, monitorati nelle proprie abitudini di acquisto tra febbraio e marzo 2014. "Smartphone e tablet stanno rendendo sempre più labili i confini tra lo shopping tradizionale e l'eCommerce", afferma **Carol Pesenti**, Head of Italy in DigitasLBI. "Se da un paio d'anni si è diffusa tra i consumatori la tendenza **ROPO Research Online Purchase Offline** (ci si documenta in rete su un prodotto prima di acquistarlo fisicamente in negozio), ora si assiste alla nascita del fenomeno inverso, lo **Showrooming** ovvero **ROPE Research Offline Purchase Elsewhere**: prima si visita il negozio per toccare dal vivo la merce, poi si procede all'acquisto on line, magari a un prezzo più contenuto".



Lo smartphone si colloca sempre più al centro dello shopping: sebbene solo il 28% dei possessori di un Samsung o di un iPhone abbia effettuato acquisti via mobile negli ultimi tre mesi, ben il 71,7% dichiara di utilizzarlo appena entrato in negozio. Sia per cercare maggiori informazioni sul prodotto che vuole acquistare (55,5%), sia per valutare recensioni lasciate da altri utenti (47,8%). Ma nello Showrooming è il prezzo a giocare il ruolo essenziale: una volta verificato che l'articolo "provato" in negozio è disponibile on line (oppure off line, ma altrove) a un prezzo migliore, il 65% decide di abbandonare il negozio, a condizione che la differenza di prezzo sia almeno del 5%; ma tale percentuale sale al 96%, se lo sconto applicato altrove si quadruplica al 20%. Cosa deve fare lo store tradizionale per "tenersi" il cliente? Può sfruttare la geo-localizzazione tipo **Foursquare**, garantendo al consumatore un voucher o un'offerta speciale direttamente sullo smartphone, una volta fatto il "check-in" in negozio. Può permettergli di personalizzare il prodotto che sta acquistando (ad esempio, un capo di abbigliamento con un accessorio) oppure di consultare una mappa che indichi dove si trovano determinati prodotti all'interno di un supermercato o di un centro commerciale. Quasi scontato il fatto che si debba poter pagare la merce direttamente dal proprio device, evitando code alla cassa. Il negozio "fisico", raccontano i ricercatori di DigitasLBI, continua a mantenere un forte appeal per i consumatori che lo frequentano, soprattutto in Italia: serve per testare dal vivo i prodotti (per il 69,5%) o per affidarsi alla cortesia e all'esperienza di personale (51,8%). Ecco, cortesia ed esperienza: proprio gli atout di un'agenzia di viaggi "fisica" rispetto alle OLTA. Chissà quanti bravi agenti riusciranno a tenersi i clienti: anche quelli che smanettano selvaggiamente sull'iPhone, appena entrati in agenzia.



IL NETWORK DEL MESE



Il nome non lascia indifferenti: **Achille Lauro** è stato armatore, sindaco, presidente del **Napoli Calcio**, deputato al Parlamento e incarna meglio di chiunque altro la storia partenopea dal dopoguerra agli anni '80 del secolo scorso. Achille Lauro è uno dei nipoti (tre in totale) che portano il nome del "comandante". Dopo una decina d'anni nell'area sales di **Grimaldi Lines**, fonda una rete cui dà il proprio nome, ma il lancio vero e proprio avviene nel 2014. **Achille Lauro NeTravel** affilia 35 agenzie indipendenti (27 in Campania, 3 in Basilicata, le altre in Calabria, Lazio, Emilia Romagna e Lombardia). "Vogliamo che le agenzie affiliate conservino la propria identità commerciale e gestionale, che rappresenta la loro forza" è la dichiarazione d'intenti di Lauro "NeTravel non è soltanto un network: è una nuova attitudine commerciale che permette di aumentare la redditività del punto vendita. Come? Garantendo commissioni più vantaggiose con una quarantina di fornitori selezionati e mettendo a disposizione dei colleghi una piattaforma che permetta di cavalcare la spinta prodotta dal web 2.0, ovvero eCommerce e social network".

Leggi tutto...



IPSE DIXIT



"Il primo obiettivo in Federviaggio era quello di creare una federazione unica di settore, con **Fiavet** e **AIneT**. Siamo ancora separati, ma entro il 2014 prenderà vita" dichiara **Luca Patanè** a **Guida Viaggi**, non nella veste abituale di patron del **Gruppo Uvet**, ma di presidente **Federviaggio** e **Confiturismo**. Affermazione un po' ambiziosa. In effetti **Federviaggio** e **Fiavet** sono due federazioni costituenti



Confiturismo, struttura associativa aderente a **Confcommercio**. **AIneT** è sotto l'egida dell'**Unione del Commercio di Milano**, che a sua volta aderisce a **Confcommercio**. Vero, le trattative vanno avanti da tempo, tra Patanè e **Franco Gattinoni**, presidente di **AIneT**. Diciamo allora che non tutti i soci **AIneT** sono convinti che la fusione auspicata da Patanè vada in porto, almeno non in tempi così brevi...

Aves.net 3
il Software più completo per Tour Operator e Agenzie di Viaggi

NEWS

Caraffini e Colitta al vertice fino al 2016, i numeri di Geo



Saranno al comando di Geo Travel Network fino al 2016, l'a.d. Luca Caraffini e il dir. commerciale Dante Colitta. Insieme a Claudio Busca, Fabrizio Filippi e Mauro Cavallini rappresentano il top management della rete acquisita nel 2011

da Alpitour e Costa Crociere, che ne detengono il 40% ciascuna, essendo il restante 20% in mano al management e a tre soci di capitale. Costa Crociere e Alpitour controllano anche il 100% di Welcome Travel Group, ma Caraffini e Colitta smentiscono voci di fusione: "Confermiamo la gestione separata rispetto a Welcome perché non sono sistemi che attualmente si possono integrare" dichiara Caraffini...

Leggi tutto...

7 network alla Borsa del Turismo di Napoli



Non è frequente vedere tutti insieme i vertici dei 7 network di agenzie leader al Centro Sud: eccoli invece riuniti a Napoli, in occasione dell'edizione 2014 di BMT. Da sinistra verso destra: Giuseppe

Ambrosino, Via con Noi / Robintur; Adriano Apicella, Welcome Sud; Dante Colitta, Geo Travel Network; Franco Gattinoni, AINeT e Gattinoni Mondo di Vacanze; Matteo Equestre, E.T.Network Equestre Tour; Achille Lauro, Achille Lauro NeTravel; Giorgio Lotti, Open Travel Network / i Viaggi del Delfino...

Leggi tutto...

Lo stato dell'arte della distribuzione turistica in Italia, a cura di Roberto Gentile



La XIX Edizione del Rapporto sul Turismo Italiano, edito ad aprile 2014 dalla Mercury di Firenze e a cura del Prof. Emilio Becheri dell'Università di Firenze, comprende il contributo di Roberto Gentile, autore di questa newsletter, dal titolo "La distribuzione turistica in Italia: da bottega a grande distribuzione organizzata, un'evoluzione durata vent'anni"...

Leggi tutto...

I migliori e i peggiori momenti per postare sui social network



Nessun dubbio che i social rivestano un ruolo sempre più importante anche nel nostro settore, a condizione che vengano usati correttamente. Da Facebook a Twitter, da

LinkedIn a Google+ a Pinterest, ogni social ha il suo momento ideale per postare, condividere, cinguettare, pinnare; così come esistono determinate ore e giorni che sarebbe meglio evitare. Il pomeriggio del mercoledì, ad esempio, è il momento migliore per postare su Facebook...

Leggi tutto...

È vegano il futuro di Giovanni Pellegrini, Pinguino Viaggi Network



Giovanni Pellegrini ha segnato la storia del networking turistico italiano: ha fondato Pinguino Viaggi nel 1985, Pinguino Viaggi Network nel 2001, Network's Team nel 2006 (con Primarete, Easy Travel Network e Le Marmotte), Holding Vacanze nel 2009 (con Ivano Zilio) e infine Che Viaggio! Network nel 2010 (sempre con Zilio, ma con CTS)...

Leggi tutto...

Avvicendamenti in Italcia Turismo: escono Manzone e Aggio, entra Volpe



Raffica di cambiamenti al vertice di Italcia Turismo SpA, la holding con sede ad Arco (Tn) guidata da Roberto Tedesco e suddivisa in 4 aree di business, tra le quali l'hôtellerie e un network di agenzie. Proprio di ItalciaIntour si era

occupato fin dal 2010 l'a.d. Gianpiero Manzone, cedendo poi il passo a Simone Aggio, quando nel 2012 la sua WeMondo era stata acquisita dal gruppo trentino...

Leggi tutto...

CHI VA E CHI VIENE

Alberto Peroglio Longhin nuovo amministratore delegato di Bluvacanze



Se c'è un manager che ha fatto dell'understatement la sua bandiera, questo è Alberto Peroglio Longhin. Sarà perché è torinese, o perché ha buoni studi alle spalle, ma di Peroglio Longhin non si ricorda una frase sopra le righe. Entrato nel 1997 in Alpitour, occupa per diversi anni ruoli di responsabilità in

ambito commerciale e marketing...

Leggi tutto...

Simone Ghelfi da Nuove Vacanze al Gruppo Oltremare



Solo 4 mesi di vacanza per Simone Ghelfi, che a gennaio 2014 ha lasciato il network Nuove Vacanze di Corrado Lupo e a giugno si è insediato come direttore marketing del Gruppo Oltremare. Non ancora quarantenne, pavese doc, famiglia d'imprenditori enologici, laurea

in Filosofia, Ghelfi rappresenta la nuova generazione di manager turistici...

Leggi tutto...

Roberto Bacchi nominato Executive Vice President, Strategy & Corporate Development di Seneca



Da febbraio 2014 Roberto Bacchi ha assunto il ruolo di Executive Vice President, Strategy & Corporate Development in Seneca SpA, la business travel agency con sede a Guardigliagrele (Ch), presieduta da Ercolino Ranieri. Per Bacchi un'azienda molto evoluta e di stampo familiare, dopo

27 anni condotti al vertice di multinazionali come American Express (dal 1986 al 1998) e Carlson Wagonlit Travel, lasciata nel 2013 con la carica di Managing Director - Vice President Italy & Greece.



**VUOI AUMENTARE LE VENDITE?
AGGIUNGI PYPAL AL SITO**



SCOPRI DI PIÙ