



3 DICEMBRE 2009 N. 90 ANNO XXXVII Prezzo per copia: €0,52 Bimestrale: Poste Italiane Spa Spedizione in Abbonamento Postale - 70% - D.L. 333/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n° 46) Art. 1, comma 1, Commerciale Business Ancona n. 82/2009 Tassa Periodica www.titgitalia.com

IL PRIMO PER DIFFUSIONE CERTIFICATA

Nasce Italyhotels Gli alberghi italiani sbarcano sul web

"Una grande opportunità per tutte le strutture ricettive italiane". Così Bernabò Bocca, presidente di Federberghi, commenta il nuovo portale Italyhotels.it. Il sito, realizzato con Amadeus, vuole raccogliere online l'offerta dei 33mila alberghi sul territorio. *A pag. 6*

Il Nord America nei piani 2010 di Reimatours

Stop all'Italia e più spazio al Nord America. Cambia in questa direzione la programmazione per il 2010 di Reimatours, che chiude le porte anche al possibile ingresso nell'incoming. Per gli Usa, dopo la crescita del 10 per cento di quest'anno, è previsto un ampliamento dell'offerta. *A pag. 13*

Federcongressi: comparto unito per i tagli all'Iva

La fiscalità è stata al centro dell'attenzione del seminario organizzato da Federcongressi e Fia-vet Lazio che si è tenuto alla Btc di Roma. L'obiettivo è fare quadrato per ottenere sgravi a favore del settore. Al centro del dibattito, la riduzione dell'Iva. *A pag. 15*

Vettori charter al bivio Sfida sul ring d'inverno

Le compagnie ripensano le loro strategie per recuperare quote di mercato



I vettori charter sono pronti a ripensare il proprio business. È questa la strategia che emerge dall'inchiesta sul comparto realizzata da TTG Italia. E se l'inverno ri-

conferma Egitto e long haul prioritari negli investimenti, il settore si dice pronto ad una nuova fase, pur di non cedere quote a low cost e compagnie tradizionali.

Diversi t.o., infatti, sempre più spesso scelgono i servizi di linea. Intanto, i network sollecitano una collaborazione più stretta tra le aziende della filiera. *Da pag. 2*

Anteprima

L'operazione 25 per cento scuote il trade

Una scossa in chiusura d'anno. Hanno scelto il periodo delle vendite invernali i tour operator per varare l'operazione 25 per cento, una mossa commerciale che fa già discutere. Alpitour, in anticipo sulle altre aziende, ha deciso di spiegare in anteprima a TTG Italia, le ragioni di questa iniziativa. "Si tratta di un provvedimento necessario per proteggere noi e le adv - dice Sergio Testi, direttore divisione Easy di Alpitour -. È un'estensione di una pratica che noi mettevamo già in atto su tutte le vendite in early booking". Ma l'iniziativa, che potrebbe essere messa in atto anche da altri t.o., ha incassato il no del fronte agenziale. "Un'operazione di questo tipo metterebbe in difficoltà gli agenti" ha tuonato Service Team. Sulla stessa lunghezza d'onda Fia-vet: "Distribuzione fortemente penalizzata". *A pag. 5*

Jllh: «L'hôtellerie riparte»

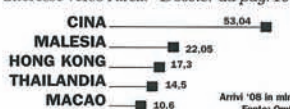
L'analisi della società disegna un quadro positivo dopo due anni di stasi



Player pronti a investire nel settore alberghiero europeo. Lo afferma Jones Lang LaSalle Hotels nel suo Hotel Investor Sentiment Survey, da cui emerge una rinata fiducia nel mercato e una maggior propensione a impegnare risorse, anche se in virtù di una rigorosa selezione delle piazze immobiliari. "Si prevede l'immissione sul mercato, nel breve-medio periodo, di numerosi hotel - spiega l'executive vp Jllh Italia, Roberto Galano -, con una spinta verso l'alto dei rendimenti". *A pag. 9*

Il parere degli agenti di viaggi L'Estremo Oriente torna al business

La distribuzione conferma il rinnovato interesse verso l'area. *Dossier da pag. 19*



Nella classifica Omt relativa agli arrivi 2008 la Cina è in prima posizione. Sul mercato italiano, invece, è la Thailandia il prodotto più venduto dell'area.



IL CONTRATTO

La nuova iniziativa presentata da Alpitour prevede il versamento da parte delle agenzie di un acconto pari al 25 per cento alla conferma della pratica di viaggio



Capodanno a Bora Bora

con il CLUB PARADISO

Tel. 06 35 34 35 52 Fax 06 35 49 71 22
E-mail booking@clubparadiso.it
www.clubparadiso.it

Dal 20/12 DESTINAZIONE in ESCLUSIVA Egitto EL ALAMEIN Ghazala Booking Agency Resort & Spa

PHONE & GO Vacanze in linea

www.phoneandgo.it/adv
centro prenotazioni: 0673 7777

L'allarme delle adv estere

La distribuzione in Europa stila il bilancio dopo un'estate difficile

In Spagna chiamano già il 2009 'annus horribilis' e guardano al 2010 come a un miraggio. Le agenzie di mezza Europa hanno appena superato una stagione complicata, che potrebbe portare con sé anche un impoverimento del comparto.

La crisi economica sta presentando un conto piuttosto salato alla distribuzione. In terra iberica si dice che "l'estate 2009 sarà ricordata come una delle peggiori che mai abbia visto il settore delle agenzie di viaggi da quando i turisti spagnoli hanno iniziato a viaggiare all'estero". Non sono bastati pacchetti scontati e offerte last minute a smuovere il mercato. E a penalizzare la distribuzione si è aggiunto anche l'allarme per l'influenza A, che ha fermato quasi del tutto la domanda verso Messico e Caraibi: in Spagna sono rimasti invenduti viaggi a 700 euro in Riviera Maya in pieno agosto con hotel di prima categoria.



Mentre la Francia combatte la battaglia per mantenere il primato mondiale dell'inbound, la distribuzione accusa una marcata flessione di viaggi e vacanze outbound e una netta propensione al sottodato. Secondo Lastminute, il 52 per cento delle vendite è avvenuto a meno di 2 settimane dalla partenza e il 30 per cento a meno di 7 giorni. Per la Olta "il fenomeno è senza precedenti e annuncia u-

na tendenza all'opportunismo da parte dei francesi nei periodi di crisi".

La Germania, intanto, ha archiviato un'estate non propriamente brillante, in cui le agenzie di viaggi hanno visto calare le vendite tra il 3 e il 5 per cento. Un trend, in realtà, iniziato già nei primi mesi dell'anno, con una contrazione notevole della domanda sia per il settore leisure che per il business travel. "Di positivo - osserva-

no i professionisti del settore - c'è che, a fronte di un calo del 35 per cento di fatturato, corrisponde un'identica percentuale di risparmio sui costi di varia natura". È buona usanza tra gli inglesi, in materia di turismo, guardare al futuro con anticipo. E l'ottimismo prende il sopravvento: "L'80 per cento dei cittadini britannici - riporta un'indagine Tui Travel - vuole fare un viaggio nel 2010".

Silvana Piana

Assicurazioni Riply di Italtour dedicata al trade

Un'assicurazione 'da banco' che offre alle adv una commissione del 28 per cento. Questa è la proposta di Italtour, che lancia una nuova aggressiva campagna per posizionare Riply, la polizza ricaricabile per i viaggiatori venduta solo attraverso la rete distributiva. "Ad oggi abbiamo circa mille agenzie partner - spiega il responsabile del prodotto, Federico Dondè - ma abbiamo lanciato una nuova campagna per ampliare la nostra rete di punti vendita". La polizza copre sia le spese sanitarie, che il rischio bagaglio e annullamento, e offre massimale illimitato su Usa, Canada e Australia. "Si tratta - spiega Dondè - di una polizza ricaricabile. Alla prima attivazione l'agente di viaggi riceve una commissione del 28 per cento, e ad ogni nuova azione sul medesimo cliente viene data la stessa commissione maggiorata dello 0,5 per cento". Il prodotto può essere proposto o come integrazione della polizza legata al pacchetto turistico acquistato, o sugli individuali. "La nostra intenzione per il 2010 sarà quella di coprire i territori in cui ancora non



Federico Dondè,
responsabile
prodotto Riply

siamo penetrati - conclude Dondè - per valorizzare ancora di più la nostra performance, che nel 2009 è stata comunque di livello, con 1,4 milioni di raccolta premi per 60mila passeggeri".

a capodanno la Cina vi aspetta

**10 giorni, partenza 26 dicembre,
per il programma dettagliato
consulta il nostro catalogo web
su www.columbiaturismo.it**

00198 Roma - Via Po 10
Tel. 06 8550831 (r.a.) - Fax 06 8552708

PRIMI IN ESPERIENZA PRIMI IN QUALITÀ

Gli agenti soci del network La proposta Viaggia con noi

La rete del gruppo Robintour lancia una nuova formula di adesione

Raddoppiare la presenza di punti vendita e stabilizzare il fatturato medio di ogni singola agenzia. Sono questi gli obiettivi per il prossimo futuro di Viaggia con noi, network del gruppo Robintour, che propone una formula di avvicinamento agli agenti di viaggi del tutto esclusiva, basata sull'associazione di partecipazione, ossia sull'accesso ad una società con l'ingresso nel gruppo.

"Gli agenti che intendono lavorare con Viaggia con noi diventano soci del network e si occupano della gestione del punto vendita che viene loro assegnato - afferma Walter Starnone, direttore generale di Viaggia con noi - non sono quindi né dipendenti, né titolari dell'agenzia, bensì soci della rete".

Una differenza sensibile, secondo Starnone, "perché gli adv mettono in campo la loro professionalità e noi offriamo tutto quanto occorre per lavorare, partendo dal punto vendita, sino ad arrivare ai contratti con gli operatori".



La fee di ingresso nel network è di valore medio, pari a 7.500 euro, ma in occasioni di eventuali campagne promozionali la quota si azzerava del tutto. Per quanto riguarda, invece, il guadagno, la quasi totalità, intorno al 90 per cento, resta in tasca all'agente-socio che gestisce il punto vendita mentre il restante 10 per cento passa al network. "Siamo una rete di salvataggio - prosegue Star-

none -, soprattutto in un momento di difficoltà come quello attuale. Il nostro mercato è dato proprio da quei professionisti che si ritrovano a chiudere i battenti o a perdere il posto, e che con noi hanno a disposizione condizioni migliori". Attualmente il network Viaggia con noi conta 51 punti vendita associati che sono distribuiti in quasi tutta la Penisola. L'obiettivo che la rete si è data è sui due anni, e prevede entro il 2011 di arrivare a quota 100 agenzie associate e assicurare un fatturato medio per agenzia di viaggi pari a 700mila euro. S. GIA.

@TTGITALIA.COM
Le mosse delle reti

Sull'agenzia di stampa di T7G prospettive e novità dal network