

domina il business travel

d'affari, incentive e team building, grazie anche alla vicinanza con l'aeroporto di Milano Malpensa



Fra business travel e viaggi di gruppo. Le principali voci di fatturato degli agenti di viaggi varesini ruotano attorno alle attività produttive, con l'organizzazione di viaggi di lavoro o incentive, e ai tour e soggiorni per gruppi, sostenuti dal target della terza età. Fra i plus della città, la vicinanza dell'aeroporto di Malpensa, malgrado i collegamenti con lo scalo non soddisfino distribuzione e clientela

18

Il totale delle adv presenti nel capoluogo. (Fonte: Provincia di Varese)

81,7

In migliaia, gli abitanti residenti a Varese nel 2009. (Fonte: Istat)

«Clienti per sempre» Fedeltà prima risorsa

“I varesini quando si trovano bene con un'agenzia e si stabilisce un rapporto di fiducia, non la lasciano più. Addirittura mi è successo di aver assunto una persona che arrivava da un'altra adv; quando è venuta qui si è portata molti dei suoi vecchi clienti, che anche oggi vogliono acquistare i viaggi soltanto da lei”. Marinella Nicolazzi, titolare San Rafael, attraverso un aneddoto molto curioso mette in luce una delle caratteristiche principali del mercato di Varese: la forte fidelizzazione che le agenzie, oppure gli stessi agenti o i banconisti, riescono ad ottenere da parte dei clienti.



Tendenza che sembra ancor più radicata nella fascia medio-alta e nei confronti delle adv storiche. “Per le persone conta molto la fiducia ed è qualcosa che si riesce a raggiungere solo con il tempo - spiega Paolo Segato (nella foto), co-titolare Personal tour, una delle agenzie più longeve della città - Se però riesci a conquistarla, difficilmente i clienti ti lasciano”. Ne è un esempio Anna Maria Rovera, titolare Anna Maria viaggi, che ammette: “Ho clienti che si servono da me ormai da 26 anni e rappresentano la mia principale pubblicità, perché a volte sono loro

stessi a mandarmi amici e conoscenti”. Antonella Bianchi, direttore tecnico Campo dei fiori tours, spiega il motivo per cui a Varese la fascia medio-alta tende di più a legarsi ad una agenzia: “Se un punto vendita è aperto da 30 anni, una tale longevità ispira subito fiducia, perché si ritiene che sia più affidabile e che predilige tour operator sicuri e di un certo livello”.

Le adv più giovani fanno invece più fatica a mantenere una clientela fissa, anche perché nella maggior parte dei casi “abbiamo a che fare con la fascia media - aggiunge Francesca Giudici, responsabile Armonia Le Marmotte -

Sono persone molto più attente al prezzo del pacchetto, che spesso cercano il posto dove possono spendere meno a parità di servizio. Se però si riesce ad offrire una buona qualità, il più delle volte tornano di nuovo a prenotare”.



SVIZZERA, FRONTIERA CHIUSA

La vicina Svizzera non porta più lavoro alle agenzie di Varese. “Fino a qualche anno fa molti elvetici venivano in città per prenotare le vacanze - racconta Marinella Nicolazzi, titolare San Rafael -. Oggi questo movimento non si verifica più, probabilmente perché i prezzi dei viaggi si sono allineati ai nostri”. Una volta la netta differenza nei costi dei pacchetti era il fattore determinante che spingeva fino a Varese la clientela di Lugano e dintorni. Anche la diversa stagionalità poteva incidere: molto spesso la bassa stagione in Italia corrispondeva con quella alta in Svizzera. “Per questo motivo venivano da noi molto volentieri, soprattutto quando c'era la lira - ricorda Michele Bonugli, titolare Vetera viaggi -: oggi il cambio è meno favorevole”. Paolo Segato, co-titolare Personal tour, aggiunge un altro aspetto: “Molti elvetici sono amanti dei tour operator italiani e venivano da noi per acquistare i pacchetti; ora, però, questi t.o. si sono posizionati anche sul mercato svizzero”.

Sostenuto dal target della terza età, è una delle voci di fatturato principali per i dettaglianti

Decolla il mercato dei gruppi

Ciascun punto vendita elabora specializzazioni per rispondere ad una domanda crescente

È un trend in crescita: negli ultimi anni gli agenti di Varese hanno trasformato in vero business l'organizzazione di numerosi tour e soggiorni di gruppo. Un segmento che in certi casi costituisce una voce importante nei fatturati e apparentemente non sembra conoscere crisi.

“Fino a una decina di anni fa eravamo solo noi ed un'altra agenzia ad occuparci del segmento gruppi - ricorda Antonella Bianchi, direttore tecnico Campo dei fiori tours -. Poi molti colleghi hanno scoperto l'importanza di questo mercato e si sono accorti come in tempi di crisi questa tipologia di viaggi tenga molto di più rispetto alla fascia media degli individuali”.

Oggi la maggior parte delle adv di Varese organizza qualche tour o soggiorno di gruppo, in particolare per la terza età. Non manca sicuramente il



In crescita la richiesta di tour di gruppo

bacino d'utenza, anche perché negli ultimi anni sono nati diversi centri per anziani nel territorio e sono numerosi i pensionati di lusso che vivono in città, molti provenienti dalla piccola e media impresa e quindi con una buona disponibilità economica. “Abbiamo un grosso traffico sui gruppi, con un target che va dagli ex impiegati agli ex

operai passando per gli industriali e gli artigiani in pensione - ammette Paolo Segato, co-titolare Personal tour -. Sono tutte persone che hanno sempre lavorato e si sono messe da parte un po' di soldi. Ed ora vogliono farsi qualche bel viaggio negli Stati Uniti oppure un tour in Europa”.

Ogni agenzia si è specializzata su un prodotto differente: la Land of emotion si occupa di viaggi d'autore in destinazioni insolite, mentre la Anna Maria viaggi punta sul turismo religioso diretto verso le classiche mete europee di pellegrinaggio. Ci sono poi adv che offrono soggiorni in alcune regioni italiane, suddivisi tra mare e montagna.

“Il grande vantaggio dei viaggi di gruppo è la possibilità di programmarli con un discreto anticipo - conclude Bianchi -. In questo modo noi lavoriamo meglio e il cliente può usufruire di alcuni sconti”.