

# un ruolo da reinventare

del giro d'Italia targato TTG i dettaglianti raccontano la ricerca di nuovi modelli di sviluppo



**Agenti a caccia di innovazione.** Le adv del territorio stanno cercando di ripensare il loro business. La riconversione economica della città, infatti, rende necessario per la distribuzione trovare nuove strade per continuare ad attrarre i clienti. Molte si stanno orientando sulla strada della specializzazione, come la Fulginium Viaggi (nella foto), che contesta l'alto numero di licenze.

98

**Le partenze** del 2009, in migliaia dei residenti nella provincia di Terni (Fonte: Uic)

874

**I pernottamenti** all'estero, in migliaia, tra gennaio e ottobre 2009 (Fonte: Uic)

## «Il business travel non fa più cassa»

La crisi del comparto industriale ternano e il ridimensionamento delle industrie locali hanno prodotto inevitabili effetti anche sul traffico business, segmento che potrebbe rappresentare una risorsa di grande importanza, vista la quantità di industrie e aziende nel territorio. Invece, a causa soprattutto di un sistema di pagamenti che prolunga dai tre ai quattro mesi il saldo da parte della aziende, il comparto sta diventando decisamente marginale nel lavoro della adv e alcune lo hanno addirittura abbandonato.

Non si nasconde Maria Cineprini, contitolare dell'agenzia I Viaggi del Drago, da diversi anni nella città umbra proprio nel comparto del business travel. «I viaggi d'affari erano una voce fondamentale della nostra attività fino a qualche anno fa - ricorda Cineprini (nella foto) -, tanto che arrivavamo a contare entrate per 200 milioni di lire mensili solo di biglietteria aerea». Oggi, l'agenzia registra un calo pesante dei viaggi d'affari e il problema è anche costituito dalle modalità di pagamento messe in atto dalle aziende.

«Le aziende pretendono di effettuare pagamenti a 90 o a 120 giorni - ag-

giunge Cineprini - e per noi non è facile lavorare in queste condizioni». Tanto che alcune agenzie hanno rinunciato a questo segmento. In parte perché, come sottolinea **Lucia Buscaino**, contitolare dell'agenzia di viaggi **Girando Pagina** «molte hanno centri di prenotazione interni», in parte perché per lavorare con le aziende si deve affrontare la questione dei pagamenti ritardati.

«Il business travel potrebbe essere una risorsa per noi - spiega infatti Stefano Marinelli, titolare di Buona Vacanza - ma, oltre al calo del traffico che si registra, il settore è difficile da gestire, perché i pagamenti sono posticipati anche di alcuni mesi mentre io che faccio parte di un network devo pagare mensilmente le mie spese. Allora, mentre aspetto il pagamento delle aziende, come la mando avanti l'agenzia?».

M. TA.



IL NODO

## TROPPE INSEGNE IN CITTÀ

Oltre 40 agenzie di viaggi per poco più di 110mila abitanti: è la condizione in cui si trova la città di Terni, che ha visto moltiplicarsi il numero di agenzie negli ultimi anni. «Siamo sicuramente in troppi, soprattutto per una realtà tutto sommato povera come la nostra - dichiara **Cristina Cupido**, responsabile della sede ternana di **Fulginium Viaggi** - . Il mercato ristretto deve essere quindi spartito tra tutti, con pochi margini per ognuno».

E sebbene una piccola realtà possa avere il vantaggio di assicurare rapporti fidelizzati con i clienti, non sempre questo accade. Anzi, proprio perché si tratta di un territorio ristretto, con pochi abitanti, può succedere che ad aprire le nuove agenzie siano «i propri amici o parenti» rimarca **Carlo Camilli**, contitolare di **Spazio e Tempo Libero Viaggi**, attivo in città da oltre 26 anni. E, allora, non c'è rapporto fidelizzato che tenga, i clienti se ne vanno verso altri punti vendita. «Ma soprattutto - aggiunge Rosella Astico, direttore tecnico di Lady Bugs Tour - non c'è il riconoscimento della professionalità».

Gli operatori patiscono la concorrenza di Perugia, dove si concentrano maggiormente i flussi

## I fratelli minori dell'incoming

Molte le perplessità degli agenti sulla gestione della promozione da parte degli enti locali

«La regione di Terni è meno richiesta rispetto al Nord dell'Umbria, perché meno conosciuta». Massimo Lunardon, responsabile di Tiva Viaggi, operativa sul territorio ternano con un'agenzia di viaggi ma anche come tour operator incoming, descrive l'andamento della zona nel mercato inbound. Anche in questo caso, come in quello dell'università, emerge la conflittualità con l'altra provincia umbra.

Il problema di chi si occupa di incoming non è solo la sensazione di secondarietà nei confronti di Perugia ma, soprattutto, la poca organizzazione del sistema turistico locale. Spiega **Francesco Desantis**, direttore tecnico di **Algiz Viaggi**, specializzato nei viaggi scolastici in Umbria: «I numeri oggi ci dicono che i flussi turistici in entrata sono a livelli bassissimi e la causa è anche nella mancanza di una promozione adeguata



Terni soffre il confronto con Perugia

che spesso viene portata avanti da chi non ha competenze specifiche, con pochi riscontri e spreco di risorse». Desantis denuncia anche la mancanza di un'organizzazione compatta da parte degli operatori privati che sono tutti «in guerra uno con altro, con una lotta serrata a rubarsi il cliente».

Anche Rosella Astico, direttore tecni-

co di Lady Bugs Tour, denuncia le difficoltà del sistema locale e la dispersione delle risorse: «Il Ditt, Distretto Integrativo Turistico Ternano, avrebbe dovuto portare dei vantaggi al territorio e agli operatori; invece, a fronte degli investimenti, non c'è un effettivo ritorno». E l'obiettivo era quello di aprire al segmento incoming ma, al momento, questa intenzione è stata accantonata, come spiega Astico: «Spesso, la collaborazione con gli altri soggetti non è facile. Gli alberghi prevedono tariffe molto alte ma così non si fa turismo perché si rischia di andare fuori mercato».

Per quanto riguarda i rapporti con le strutture ricettive, la scelta adottata da Tiva Viaggi è di «non tenere molti hotel - dichiara il responsabile, Massimo Lunardon - ma limitare il numero ad alcuni selezionati, in modo da avere con queste dei rapporti stabili e preferenziali».

M. TA.