

GIRO D'ITALIA

Agenti di viaggi a Torino:

I dettaglianti del capoluogo piemontese hanno elaborato strategie su misura per conquistare

La specializzazione come tratto distintivo. A Torino, gli agenti di viaggi si sono adattati alle esigenze della clientela, orientando l'impostazione dell'attività in base al target di riferimento. E i risultati sono arrivati. Dalla periferia al centro storico, il capoluogo piemontese dimostra, infatti, di aver trovato una strategia vincente per rispondere colpo su colpo alla crisi del settore.

Da **Subalpina Travel**, trent'anni di esperienza nel turismo e tre uffici tra Torino e la prima cintura, hanno scelto di percorrere due strade parallele: la biglietteria aerea e i pacchetti turistici con i tour operator. "Riusciamo ad occuparci della biglietteria aerea per piccole e medie aziende del territorio. Per due nostri uffici il business travel rappresenta il 70 per cento del fatturato - spiega il titolare **Alfredo Leonardi** -. E poi lavoriamo sul leisure: vendiamo un po' di tutto, dall'Egitto, con Mar Rosso e costa mediterranea in testa, fino alle Canarie".

Il valore dell'esperienza

In questo caso, quindi, l'esperienza sul campo fa la differenza. Come da **Promotur**, che ha aperto i battenti nel 1974: "Per quanto riguarda il leisure siamo tradizionalisti e vendiamo di tutto - spiega il titolare **Carlo Buffa di Perero** - ma abbiamo anche una nostra programmazione per la Li-

FIAVET: TURNOVER TROPPO RAPIDO

"Nonostante la crisi che sta attraversando il settore, il numero delle agenzie viaggi a Torino e Provincia è in costante aumento". Così **Carlo Bortott**, presidente Fiavet di Piemonte e Valle d'Aosta, fotografa la situazione che sta vivendo la distribuzione sul territorio torinese: "Si rileva, però, un vivace turnover con il passaggio di mano delle proprietà. Un chiaro segno che nasconde, di fatto, tante cessazioni da parte dei titolari originali". A Torino molte agenzie sono state aperte con la formula del franchising: "È alla base dell'eccesso di aperture in questi ultimi anni - rileva Bortott -, ma purtroppo alcuni franchisor tendono a fare del business evitando di dare ai potenziali clienti un'esatta informazione sull'attività. Inoltre si svicola sulla necessità di un'adeguata preparazione professionale".

bia e l'Uzbekistan". A questo si aggiunge il settore congressuale e degli eventi che per Promotur significa lavoro assicurato, soprattutto dopo che Torino, nel periodo post-olimpico, ha migliorato la sua offerta per il settore Mice: "Abbiamo gestito trasferimenti e visite di turisti in occasioni importanti - prosegue il titolare -; certo per il congressuale si potrebbe fare di più". Altre agenzie, invece, hanno cavalcato l'onda del successo che, ormai da qualche anno, accompagna il settore crocieristico. Così hanno fatto da **M.G.M.**, aperta nel 1981, e che già nel 1988 ha venduto la sua prima crociera: "Ad oggi, le crociere incidono sul fatturato per il 50 per cento - sottolinea **Massimo Vellucci**, contitolare dell'agenzia - possiamo infatti contare su un alto numero di repeater".

I prodotti tailor made

La specializzazione accompagna anche le scelte di **Vertex Enterprise**: "Siamo un'agenzia piccola, ma chi ci conosce continua a venire da noi - spiega **Gianni Geraci**, uno dei quattro titolari -; potendo contare anche sulla licenza da tour operator, ci siamo specializzati su Russia, Repubbliche Baltiche, Ucraina ed Uzbekistan e, più in generale, su tutto l'Oriente". Dal centro alla periferia, anche le agenzie più giovani, sono riuscite a ritagliarsi un abito su misura. Come **Barazzoni Viaggi**, aperta dal 1999: "Ci troviamo in un quartiere popolare con un target medio - spiega il titolare **Pier Barazzoni** -. Il 70 per cento delle pratiche sono su Egitto, Mar Rosso, Italia e in generale per le mete più competitive dell'area mediterranea". Ha debuttato solo tre anni fa, **I Viaggi di Litta** di **Maurizio Briccarello**, ma come i suoi colleghi, anche lui ha cercato subito un settore specifico: "A Torino, dipende molto dalla zona in cui ti trovi - analizza **Briccarello** -; noi, ad esempio, stiamo ancora 'costruendo' la nostra

clientela, ma ci siamo orientati sui viaggi all inclusive e a basso costo. È il prodotto che si vende meglio". Prodotti che trascinano anche il business di **Summertour Viaggi**, 21 anni di esperienza: "La durata dei viaggi si è ridotta - spiega **Roberta Cravero**, amministratore delegato di Summertour -, ma nonostante tutto continuiamo a vendere molto bene Spagna, Grecia, il mare Italia e le crociere". Particolare attenzione per i viaggi di nozze: "Si può dire che sono la nostra fortuna: per questo target, le mete sono Stati Uniti, Maldive, Polinesia e Sud Africa". Nella città 'operaia' non manca però, l'agenzia che organizza viaggi su misura: "Abbiamo una clientela consolidata - spiega **Maura Odin**, titolare di **Turnova Viaggi** - ci occupiamo di tour in Cina e viaggi di nozze".

Diego Remondino



712

Il totale delle agenzie di viaggi presenti su tutto il territorio della Provincia di Torino. Nella sola provincia, escludendo il capoluogo, i punti vendita sono 316 (Fonte: Provincia di Torino)

Opinioni a confronto dietro il bancone

IL TARGET



Ha aperto i battenti da 10 anni Barazzoni Viaggi, e sa bene quale è il suo target. "Ci troviamo in un quartiere popolare, con un cliente medio - spiega il titolare Pier Barazzoni -. Il 70 per cento delle pratiche sono su Egitto, Mar Rosso, Italia e in generale le mete dell'area mediterranea".

AEROPORTO



"Con i nuovi voli inaugurati da Alitalia a dicembre la situazione è migliorata - dice Massimo Vellucci, contitolare M.G.M. Viaggi -. E anche la risposta del mercato su certe mete è stata buona. Servirebbe un salto di qualità definitivo, ma alcuni voli sono programmati per troppo poco tempo".

BUSINESS TRAVEL



Una specializzazione che a Torino rende ancora è quella dei viaggi d'affari. "Riusciamo ad occuparci della biglietteria aerea per piccole e medie aziende del territorio - spiega Alfredo Leonardi, titolare di Subalpina Travel -. Per due dei nostri uffici il business travel rappresenta il 70 per cento del fatturato".



Tutte le tappe del giro 2010

All'interno del sito di TTG Italia è presente uno spazio dedicato al giro d'Italia nelle agenzie. Nella sezione riservata all'iniziativa realizzata dalla redazione del giornale è possibile scaricare in formato pdf tutti i servizi già pubblicati sul bisettimanale. Inoltre sono disponibili tutte le 15 tappe della scorsa edizione.