

L'EDIZIONE 2010 DEL TOUR

Il giro d'Italia di TTG:

La cronaca del mercato nella terza edizione dell'iniziativa realizzata dalla redazione.

Un enorme puzzle, dove anche la più piccola tessera ha un'importanza fondamentale. Per la terza volta, le agenzie di viaggi italiane hanno aperto la porta a TTG Italia che, in 15 puntate, ha raccontato la vita quotidiana dei dettaglianti della Penisola.

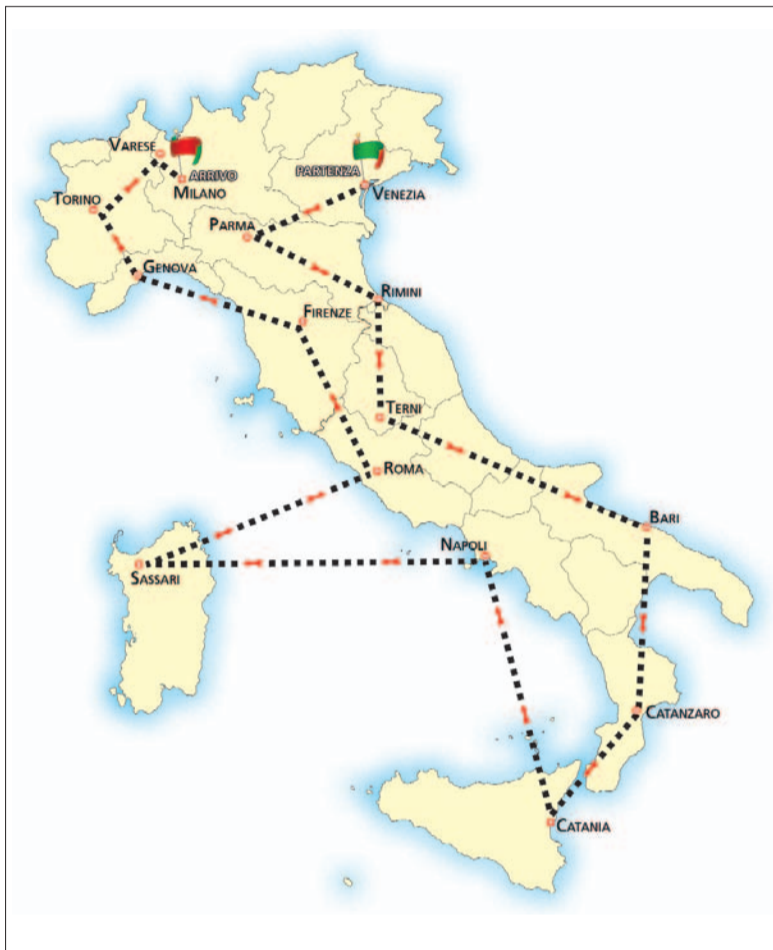
Volte diverse ed esperienze differenti, tutti indispensabili per comprendere a fondo l'universo della distribuzione turistica. Ogni città, ogni singola agenzia è stata in grado di mettere in luce

della puntata dedicata a Rimini; i dettaglianti di Terni hanno invece sottolineato che la specializzazione può essere utile per ridare vita a un mercato fiacco. Gli agenti di Bari hanno raccontato un mestiere diviso tra crociere e aeroporto; quelli di Catanzaro hanno descritto la difficoltà di lavorare in una città dove manca una vera 'mentalità' da viaggiatori; la puntata di Catania ha contribuito a mettere in primo piano la piaga dell'abusivismo.

Da Napoli è arrivato il grido delle agenzie per una maggiore attenzione al turismo da parte degli enti locali, mentre gli adv di Sassari hanno puntato il dito contro il sistema dei trasporti.

Il tour è proseguito con Roma, dove la concorrenza fra punti vendita è diventata sempre più serrata. Gli agenti di Firenze, invece, hanno ricordato al mercato come le difficoltà delle città d'arte possano mettere a dura prova il business delle adv.

Ancora i trasporti al centro della tappa di Genova, mentre a Torino il giro d'Italia ha scoperto una città dove la capacità di offrire soluzioni si misura è diventata il cardine del lavoro. Con Varese, il tour ha fatto un viaggio nel cuore dell'I-



Da Venezia a Milano. La terza edizione del tour di TTG Italia ha preso il via da Venezia e si è conclusa a Milano, per un totale di 15 tappe. Dopo il capoluogo Veneto, il tour ha toccato le città di Parma, Rimini, Terni, Bari, Catanzaro e Catania. L'itinerario è poi risalito fermandosi a Napoli, Sassari, Roma, Firenze, Genova, Torino e Varese, prima della volata finale a Milano

talia delle pmi, mentre gli agenti di Milano hanno raccontato la lotta quotidiana all'ultimo cliente, in una delle città a più alta densità di agenzie.

Ancora una volta, dunque, il giro d'Italia targato TTG è stato capace di essere un vero e proprio barometro del mercato turistico nazionale. Partendo dall'anello fondamentale della filiera, il vero motore di tutta l'industria: le agenzie di viaggi.

Francesco Zucco

Appello «ORA BISOGNA COLLABORARE»

“In 13 anni di attività ho visto aprire e chiudere talmente tante agenzie che non mi bastano le dita delle mani per contarle”. **Paolo Gromme**, titolare di **Prato Verde Viaggi** a Milano, racchiude in una sola dichiarazione due dei temi più ricorrenti del giro d'Italia di TTG edizione 2010: le troppe aperture e il turnover esasperato. Se negli anni passati questi erano stati temi sollevati solo di tanto in tanto, questa volta sono diventati quasi un tormentone. **Cristina Cupido**, responsabile della sede di Terni di **Fulginium Viaggi**, nota che “il mercato ristretto deve essere spartito tra tutti, con pochi margini per ognuno”. Punta il dito contro le aperture selvagge, invece, il titolare di **Innocenti Viaggi** di Bari, **Piero Innocenti**: “In 10 anni - racconta - il numero di agenzie in tutta la Puglia è cresciuto a dismisura. Prima era un bel mestiere, discretamente remunerativo, ora si rischia di chiudere i battenti”. E se per le agenzie storiche le ‘new entry’ sul mercato rappresentano un problema, per i giovani la situazione non è migliore. “Sono stata presa un po' alla sprovvista - afferma da Catania **Monica Maugeri**, titolare di **Voyages du Paradis** -, non mi aspettavo che sarebbe stata così difficile”.

Ma è anche vero che, altrove, c'è chi accusa il settore di eccessivo individualismo: e propone, invece di una battaglia serrata all'ultimo cliente, una collaborazione più stretta. “Di questi tempi c'è molta più paura di perdere anche una sola pratica - spiega **Simona Donaggio**, titolare di **Travelbuy** a Sassari - e la concorrenza si inasprisce. Secondo me, invece, servirebbe più collaborazione tra gli agenti”. Aggiunge, sempre da Sassari, il contitolare di **L'Isola in valigia** **Marco Cossu**: “L'unico modo per farsi sentire sarebbe fare rumore insieme, non coltarsi il proprio orticello”.

L'itinerario

Quindici tappe per raccontare il business

un aspetto differente di questo mestiere, contribuendo a creare un quadro completo del trade.

A partire da Venezia, ogni tappa è stata in grado di evidenziare un aspetto particolare della distribuzione. Il capoluogo veneto ha contribuito a focalizzare l'attenzione sull'inbound, mentre gli agenti di Parma hanno ricordato come la fidelizzazione e la consulenza siano due armi indispensabili per affermarsi sul mercato.

Scontistica e last minute sono stati al centro

La distribuzione in presa diretta

TERNI



Punta il dito contro la liberalizzazione **Cristina Cupido**, responsabile della sede di Terni di **Fulginium Viaggi**: “Siamo in troppi e il mercato deve essere spartito tra tutti”.

RIMINI



Il segmento crociere si sta affermando sempre di più: “Sono tutti clienti repeater - spiega **Fausta Moretti**, titolare di **Amarcord** - e prenotano con largo anticipo”.

SASSARI



Le carenze infrastrutturali penalizzano la città: “Anche a Porto Torres i servizi sono praticamente inesistenti” dice **Rosa Paola Manca**, titolare di **Sardinia 4 you**.

TORINO



I viaggi d'affari resistono. “Per due dei nostri uffici il bt rappresenta il 70 per cento del fatturato” sottolinea **Alfredo Leonardi**, titolare di **Subalpina Travel**.

FIRENZE



In calo in città il turismo scolastico: “Una volta il flusso era continuativo, ora si concentra in brevi periodi” ricorda **Massimiliano Fusco**, titolare di **Mosca Bianca**.

ROMA



Mario Rizzo, titolare di **Venti dal Mondo**, parla di guerra dei prezzi scontati: “Le agenzie non riescono più a reggersi sull'attività di intermediazione”.