

ALBATRAVEL  
Tanti servizi.  
Un'unica piattaforma.  
www.albatravelgroup.biz

# agenzia di viaggi

F O N D A T A N E L 1 9 6 5

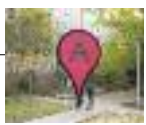
**travel ID**  
il primo social network del turismo

Iscriviti e crea il tuo profilo su  
[www.travelidentity.com](http://www.travelidentity.com)

ALBATRAVEL  
Tanti servizi.  
Un'unica piattaforma.  
www.albatravelgroup.biz

Anno XLX - N. 02 - mercoledì 29 gennaio 2014 • Prezzo di copertina € 2,50 - Copie arretrate € 5 - [www.lagenziadiviaggi.it](http://www.lagenziadiviaggi.it) - POSTE ITALIANE SpA - Sped. in abbonamento postale - DL 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46) Art. 1 comma 1, DCB ROMA Redazione, Amministrazione e Pubblicità diretta: 00193 Roma Via Tacito, 74 Tel. 06.32600149 • Fax 06.32600168 • Milano: Tel. 02.36522784 • Fax 02.36522954 • Numero Verde 800.882203. A diffusione nazionale: Nord 51%, Centro 26,6%, Sud ed isole 22,4%

**10 ATTUALITÀ**  
Sabre con At&T:  
tracciati e felici



**11 NETWORK**  
A Gattinoni il 51%  
di G40 Travel Group



**12 OPERATORI**  
Un incoming  
di Charme



**SPECIALE**  
**PROFESSIONE TURISMO**

## ANTEPRIMA

### Dal fattore Jep ai Parchi Letterari

“La grande bellezza”, candidato all'Oscar, rilancia il cinema nella Capitale. Nella guida Roma Movie Walks, una raccolta di spunti filmici per i t.o. incoming. L'Italia punta sulla cultura anche attraverso i Parchi Letterari, che danno il via alla promozione di prodotti enogastronomici locali. > a pag. 14

### Dynamic packaging con Costa Crociere

Costa Crociere apre il dynamic packaging. Le adv possono costruire in autonomia un pacchetto Fly&Cruise scegliendo la quota solo crociera e abbinando il volo di linea e/o low cost: la formula più conveniente e adatta al singolo cliente, con emissione immediata del biglietto.

### New Travelers, pacchetti con volo

Da marzo il portale B2B di New Travelers, in Italia da giugno 2013 con solo hotel e servizi, offrirà anche pacchetti realizzati in collaborazione con compagnie aeree e t.o. incoming di numerose mete. Capofila dell'operazione il gruppo russo Natalie Tours. > a pag. 12

Viaggio nella formazione e tra gli agenti di viaggi che vincono la crisi

## Professioni al bivio

Imprese e persone a confronto con il mercato evoluto

L'evoluzione ormai permanente del mercato – spinta dal web, dalla globalizzazione e dal corso delle economie – impone l'innovazione delle professioni e dei processi di lavoro: fine fisiologica dello status quo, delle rendite di posizione, dell'immobilismo che per decenni ha attanagliato istituzioni e interi settori dell'industria italiana.

L'Agenzia di Viaggi avvia in questo numero un'inchiesta tra i professionisti coinvolti da questa rivoluzione a lungo annunciata. Parliamo anzitutto con le scuole che formano le nuove figure professionali, a cominciare dagli insegnanti dello storico istituto Colombo di Roma, dove la riforma Gelmini ha tagliato le ore dedicate a materie di indirizzo come storia dell'arte e geografia.

Poi ci sono storie di successo, quelle degli agenti di viaggi che hanno affrontato e battuto questa crisi gravissima: nel Lazio, in To-



scana e nelle Marche. «Noi non vendiamo viaggi, ma insegniamo a viaggiare», dice Attilio Santoni, da Jesi. «E aggregiamo emozioni, non pacchetti», insiste il romano Giuseppe Cribari. «Ma dobbiamo cambiare pelle, con un'ottica più aziendale e meno di bottega», raccomanda il toscano Fabrizio Bastianoni. Tutti capitalizzano a piene mani la potenza del web e dei nuovi strumenti di marketing, per offrire al cliente una qualità di assistenza e prodot-

to che fino a pochi anni fa sarebbe stata impensabile. Daniela Narici, specialista di Club Med, spiega, soprattutto ai giovani, cos'è il lavoro di promoter. Infine Dante Colitta ci racconta la bella storia di Geo Spa, il più grande network di agenzie di viaggi in Italia, joint venture acquisita due anni fa da Alpitour e Costa Crociere, i leader di mercato: «Siamo nati nel pieno di una crisi terribile – ricorda – che ci lasciava tanto tempo per pensare». > da pag. 4

## DESTINAZIONI

### Brasile: stop ai prezzi pazzi per i Mondiali

Avianca Brasil è il secondo vettore brasiliano, dopo la low cost domestica Azul, a darsi un limite sulle tariffe nei giorni dei Mondiali di calcio. Tra febbraio e luglio Avianca ha promesso che non supererà su nessuna tratta domestica i 999 real (420 dollari). Ha pubblicamente applaudito i due vettori Flavio Dino, il presidente di Embratur, invitando a fare lo stesso anche Gol e Tam, i due leader di mercato che invece avreb-



bero addirittura decuplicato le tariffe: fino 2.300 real (975 dollari) per il Rio-San Paolo – un'ora di volo – verso il 13 luglio, il giorno della finale. > a pag. 13

## ONLINE

### Competere con i siti dei fornitori

Sorpresa: i primi concorrenti degli agenti di viaggi non sono le olta come Priceline o Expedia, ma i siti dei fornitori di servizi, che disintermediano a tappeto, almeno negli Stati Uniti, con la sola eccezione delle compagnie di crociera che invece tornano a coltivare le agenzie.

Lo hanno rilevato gli analisti di PhoCusWright, massimo osservatorio dell'e-travel globale, nella tredicesima U.S. Online

Travel Overview. Dove si vede che la minaccia vale giustamente anche per le olta, tutto sommato nella stessa barca delle agenzie con il negozio.

Negli Usa infatti la quota di booking online sul totale delle vendite aumenta ancora, ma in lenta frenata. Invece accelera la quota di booking che i fornitori incassano direttamente sui loro siti: il 64% del totale.

> a pag. 2



**TURISMO ITALIANO annuario.14**  
del giornale L'Agenzia di Viaggi

**agenzia di viaggi**

L'Annuario 2014 de L'Agenzia di Viaggi è in arrivo

Quest'anno uscirà anche in **versione sfogliabile**, online e su mobile

**9.200** tra agenzie di viaggi e tour operator aggiornati

**Non perdere l'occasione di farti vedere anche tu!**

ACQUISTA SUBITO IL TUO SPAZIO: [commerciale@lagenziadiviaggi.it](mailto:commerciale@lagenziadiviaggi.it)

**tap agents .it**

il sito di TAP Portugal dedicato agli agenti di viaggio ti aspetta a braccia aperte.

**TAP TAP PORTUGAL**  
a lavoro agente