

# AVINEWS

quindicinale di informazione tecnica per gli agenti di viaggi

**SISLEY**

travel

**TRAVEL**



**upim**  
**VIAGGI**

**ATTENTI  
ALLA STANDA...  
PERÒ  
CHE BELLO!**



## VIAGGI STANDA...RD

**Antefatto/ in ottobre ha preso il via l'operazione Five International-Standa, con l'apertura dei primi sedici punti-viaggi in Italia (che con Biella hanno iniziato a ottenere anche le licenze). Subito dopo sono state annunciate simili iniziative all'Upim, con il tour operator milanese Orizzonti, e alla Rinascente con i "Gold Point". La Fiavet è stata chiamata a condurre una battaglia di retroguardia. Vediamo perchè**

di Mauro Ferri

**S**i salvi chi può, arriva Berlusconi. Il re dell'emittenza televisiva, signore degli "yes-men", padrone di importanti quote societarie un po' dappertutto, sta tentando un altro arrembaggio al mondo del turismo, dopo quelli falliti degli anni scorsi. Punta di diamante è ancora il numero "Cinque", questa volta nella veste dal tono possente di "Five International". Il pallino del gruppo Fininvest è sempre stato quello di applicare anche nel turismo le regole d'oro della grande distribuzione, cioè quelle della logica dei "grandi numeri"; gli scarsi risultati dei primi approcci maturati nel corso degli anni ottanta non hanno demoralizzato la squadra di collaboratori del gruppo berlusconiano, che - al contrario - si è andata sempre più rinforzando e sembra convinta, in questo inizio di decennio, di aver trovato la formula adatta e, soprattutto, di aver imparato la lezione.

Il turismo non è un settore merceologico qualsiasi e non può essere trattato come se si offrissero alla clientela vestiti o prodotti alimentari. Dove si vendono "promesse" bisogna andarci cauti e, soprattutto, saperci fare.

L'avranno capito alla Fininvest?

A giudicare dalla reazione dei diretti interessati, cioè gli agenti di viaggi italiani, sembrerebbe di sì: coloro che fino a qualche tempo fa sorridevano di fronte alle vistose ingenuità di certe proposte avanzate dagli uomini di Berlusco-

ni, oggi tremano, sono preoccupati, si agitano, si scandalizzano, inveiscono e corrono dai vigili urbani.

I viaggi (e soprattutto i biglietti) "bisogna" comprarli nelle agenzie autorizzate, e poichè siamo già troppi, "guai" a concedere le licenze alle varie Standa, Rinascente, Upim e via dicendo, altrimenti dove se ne va la professionalità?

Così, riempiendosi la bocca di questa parola impegnativa, "professionalità", sbandierandone istericamente il vessillo, gli agenti di viaggi italiani hanno fatto quadrato (fino a un certo punto) e, vezzeggiando mamma Fiavet come non mai, hanno intrapreso la crociata anti-Berlusconi "a tutela dell'immagine della categoria e in difesa (non poteva mancare) degli interessi del consumatore".

Leggi alla mano, in molti casi le proteste sembrano legittime. Peccato che qualcosa stoni in questo concerto: una categoria che difende la propria vita professionale con i vigili urbani non convince. E lo stesso consumatore, è veramente tutelato nelle 4000 e più agenzie di viaggi sparse per il territorio nazionale? Quante volte abbiamo sentito dire al cliente (che magari ha fatto la sua buona fila mentre l'impiegato era oberato di problemi da biglietteria) "Guardi, là è il catalogo, se lo porti a casa, e poi quando torna mi dice cosa ha scelto"? Alla Standa o in agenzia, in questo caso, è proprio la

stessa cosa.

A questo punto non voler concedere le licenze alla Standa significa difendere un privilegio che, almeno dal punto di vista professionale, è immotivato.

Vendere viaggi, gli agenti di viaggi lo sanno molto bene, è tutt'altra cosa. Non solo, il vero professionista non può aver paura della concorrenza che gli possa venire da una Standa, Rinascente, Upim o altro.

Poche testimonianze raccolte tra Roma e l'Italia settentrionale bastano a confermarlo.

*"L'agente di viaggi è un consigliere e non un venditore di biglietteria - dice Umberto Gulino della Florida Travel di Roma - il cliente ne ha fiducia, gli mette nelle mani non solo i suoi soldi, che non sono pochi, ma soprattutto l'esito delle sue vacanze. Non riesco a vedere la vendita di un viaggio collocata in un supermercato, dove si guarda più al prezzo che alla qualità; e poi manca la concentrazione".* E poi aggiunge: *"Io qui vedo la gente che fa la fila per parlare, per avere un consiglio, e ciò mi convince che il professionista saprà sempre distinguersi; alla Standa potranno vendere tante settimane bianche, ma non credo molti viaggi importanti. Certo è che la biglietteria finirà tutta in mano a loro".*

Da Bergamo Adriana Lorandi dell'omonima agenzia dà le stesse indicazioni: *"All'estero forse sono meno esigenti, ma noi altri siamo sempre un po' vi-*



## grandi magazzini

agenziale e ad attivare varie e diverse fasi di vendita”.

Non le sembra una battaglia di retroguardia difendere un interesse costituito di fronte a una realtà che non può non cambiare?

“Certo, in un processo di liberalizzazione generale potrà sembrarlo, e forse lo sarà anche. È vero che si va verso una liberalizzazione generale,

generalizzata, e le agenzie di viaggi sono proliferate dappertutto, e può darsi che si arrivi presto al momento in cui le commesse venderanno i viaggi tra le mortadelle. Più un prodotto è standardizzato, più è facile venderlo. Ma noi cerchiamo di agire anche dal punto di vista dell'utente, a noi interessa salvaguardare la professionalità”.

Non poteva mancare la difesa della “professionalità”. La Fiavet quindi ha detto “no!”, un “no!” unitario, solidale da una parte all'altra della penisola, ratificato dal Consiglio nazionale di metà gennaio. Nel comunicato stampa del 17 gennaio si legge: “è stato dato mandato alla Giunta di intraprendere ogni azione necessaria per contrastare il progetto Fininvest diretto a realizzare la promozione del prodotto turistico nella rete Standa, così come analoghe iniziative da parte di altre società. “Giù le mani dal turismo!” è il monito diretto alle finanziarie che premono per entrare nel settore.

Questa frase dai toni barricaderi dà da pensare. E perchè non dovrebbero entrare le finanziarie nel mondo del turismo? Che sia un'area dotata di particolari privilegi? Dimenticavamo la “professionalità”. C'è chi ce l'ha e chi non ce l'ha. Per Adriana Lorandi “la concorrenza fatta a quel livello non può non de-

ziati. Lo vedo qui dalle domande che fanno, devi sempre essere preparata, sempre con le antenne per afferrare al volo gli sfondoni che possono prendere le ragazzine nuove al banco. Alla Standa potranno fare qualcosa, ma non possono sostituirsi al nostro tipo di lavoro”.

Conferma il vicentino Antonio Spiller (Spiller Viaggi e Vacanze):

“Il cliente italiano ci tiene molto al contatto personale, non si adatta ad andare in un qualsiasi punto vendita dove sentirsi dire “se lo legga a casa e torni domani”; noi, se non conosciamo il cliente, non dico che gli facciamo il terzo grado, ma una solida intervista sì, in base alla quale poi gli diamo il prodotto adatto”.

Tre riconosciuti professionisti, una voce. E soprattutto non hanno paura. Chi ha paura, allora?

La prima levata di scudi della Fiavet contro l'operazione Five International-Standa è dello scorso novembre, poche settimane dopo l'inizio delle “ostilità”, anche se del progetto se ne parlava da tempo.

Franco De Sario, presidente della associazione pugliese della Fiavet, ha definito l'operazione “un vero e proprio attentato all'attività delle agenzie dettanti” e, codici alla mano, pescando nella legge quadro e in quelle regionali, ha attivato l'ufficio legale. Nelle Puglie questo genere di attività al di fuori della sede aziendale è proibita addirittura “anche sotto forma di pubblicità del servizio”.

Meno di un mese dopo gli fa eco la Fiavet dell'Emilia Romagna, il cui presidente, Paolo Osti, si è rivolto all'Amministrazione Provinciale, alla Questura e alla Guardia

di Finanza.

“In quel banchetto alla Standa - ci dice al telefono Paolo Osti - c'è una signorina, un catalogo elettronico e un telefono collegato con Five International. La signorina dà la con-



ferma al cliente ad alta voce, immediatamente, fa firmare una domanda di viaggio e il cliente verrà successivamente visitato da un funzionario a casa propria. È una violazione della legge regionale”.

Ma, legge a parte, che cosa temete?

“Intanto, finchè la legge è questa, dobbiamo attenerci e vigilare come è nelle nostre competenze. Il problema è politico, se il legislatore riterrà di modificare la legge per noi tutto va bene. La realtà preoccupante è che in prospettiva da tante parti si tende ad aggirare la rete

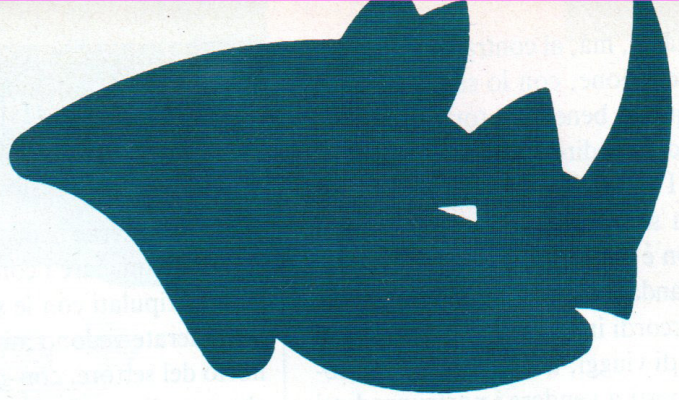


prezzare il prodotto. Ne va a repentaglio il buon nome della categoria". Le fa eco Antonio Spiller: "Mancando la professionalità chi paga è il cliente e poi nascono tutte quelle battaglie che abbiamo visto sui giornali, si fa di tutte le erbe un fascio e ne viene fuori l'idea di una categoria di ladri".

"Hanno paura - aggiunge Umberto Gulino - anch'io lì per lì ho avuto una reazione negativa, un po' anche per amor proprio: adesso tutti vogliono vendere i viaggi, ma se penso a quello che ho dovuto pensare io per avere la licenza! Comunque è certo che si va verso un diverso tipo di mentalità".

La licenza. Tutte le volte che si sente nominare questo vocabolo si sente come un brivido di fastidio, perché l'esistenza stessa di una licenza prevede anche l'esistenza di un abuso. Sparissero una volta per tutte le licenze e lasciassero la selezione alla più naturale delle leggi, il mercato. Le licenze creano a volte vere e proprie caste economiche che si trasformano in pesanti palle al piede per i settori coinvolti, refrattarie come sono a ogni cambiamento, per l'ovvio timore di perdere privilegi. Così ci troviamo regolarmente a inseguire l'Europa con il solito affanno: la media europea di fatturato turistico che passa attraverso le agenzie di viaggi si colloca tra il 20% e il 30% del totale. La metà proviene proprio dalla grande distribuzione. Dal solo dato numerico se ne ricava che almeno un 10% dell'intero fatturato rimane agli agenti di viaggi, in Europa. Da noi, dove si vuole contrastare il futuro, la stessa percentuale è dell'8%. Che cosa significa tutto ciò?

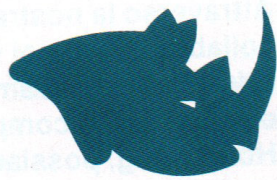
"La nostra linea strategica - dice Renato Polimeni, presidente e amministratore delegato della Five International - non è assolutamente un attacco alla categoria degli agen-



# RHINOINCENTIVES

La ventennale esperienza Rhino Safaris è a disposizione dei Vostri clienti per organizzare meeting di lavoro, conventions, viaggi special interest: strutture ricettive moderne, con il contorno di un pacchetto molto ampio di escursioni, safari e attività particolari quali golf, pesca d'altura, immersioni, alpinismo etc... Con lo speciale R.I. che potete ottenere telefonandoci oppure spedendo il tagliando di richiesta, potrete costruire Voi il prodotto su misura per il Vostro cliente.

**E notate che la vostra controparte sarà direttamente la Rhino Safaris, non un agente generale**



## rhino safaris

**NAIROBI**  
Nairobi Hilton  
Phone 28102-25419  
P.O. Box 48023 Nairobi  
Cables: Rhinocamp Tlx: 22081

**MOMBASA**  
Ambalai House  
Nkrumah Road  
Phone 311755-311141  
P.O. Box 83050 - Tlx: 21287

**MILAN**  
Torre Velasca - 20122 Milan  
Phone 805.9175-805.0323  
Cables: Rhinomial  
Telex 310585 Rinomial

**LONDON**  
61. Brompton Road  
London SW3 1DP  
Phone 01-5890144  
Telex 912037 MRIC

Favorite inviarmi n. .... copie del vostro manuale  
**RHINOINCENTIVES**

Sig. ....

Agenzia .....

Indirizzo ..... c.a.p. ....



ti di viaggi, ma, al contrario, cerca una collaborazione, con lo scopo di allargare questa benedetta torta e, soprattutto, di impedire l'invasione degli stranieri. I punti Five International alla Standa sono solo promozionali, cosa che non è vietata dalla legge. Accanto alla Standa stiamo sviluppando una rete di accordi in franchising con diversi agenti di viaggi, anche Fiavet, che sono disposti a vendere i nostri prodotti o quelli che noi promuoviamo. Si tratta di una alleanza tra agenti di viaggi nella quale il nostro marchio aiuterà ad avere un impatto diverso dalla parcelizzazione che tutti ben conosciamo. Tutto ciò, che all'estero avrebbe avuto una risposta seria e immediata, in Italia diventa difficile. In ogni caso, se non lo facciamo tra di noi, tra breve lo farà qualcun altro, magari tedesco". Avete avuto difficoltà a trovare gli agenti di viaggi con i quali collaborare? "Assolutamente no. Sono tutti felici di farlo". "Al termine del Consiglio - si legge ancora sul comunicato Fiavet di cui sopra - è stato anche deciso di invitare le agenzie federate a non collaborare, sia dal punto di vista organizzativo, sia per

## grandi magazzini

quanto concerne la distribuzione, nonchè di denunciare i contratti eventualmente stipulati con le stesse. Le agenzie federate vedono minacciato l'equilibrio del settore, con grave danno anche per gli utenti, disorientati da uno spropositato rigonfiamento".

"Precisiamo categoricamente che la nostra iniziativa è finalizzata al recupero di quel 92% che non va nelle agenzie di viaggi - sostiene con vigore Ferdinando Farba (Orizzonti) - infatti i frequentatori dei grandi magazzini Upim che consulteranno il catalogo elettronico saranno invitati a recarsi presso le agenzie di viaggi della zona per effettuare le eventuali prenotazioni".

"Orizzonti e Upim fanno quello che noi facciamo alla Standa - aggiunge Polimeni - ci hanno copiato. Vuol dire che il mercato ha capito che quella è la strada giusta".

Ma è sicuro che voi non vendete?

"No. Noi lavoriamo solo attraverso le agenzie di viaggi, ma è chiaro che non

potremo fare in eterno solo promozione, per questo abbiamo chiesto le licenze in tutta Italia. A cominciare con Biella, l'Italia del nord ci sta dando le licenze. Nel nord hanno capito come gira il mondo e cosa fare per allargare la torta".

E in Puglia?

"Se continuano così chiudiamo e l'unico risultato che avranno sono posti di lavoro perduti".

Che tipo di prodotto è il vostro?

"Il nostro prodotto nasce da uno studio di mercato e deve naturalmente adattarsi. Attraverso l'esperienza diretta e le necessarie correzioni di tiro, soprattutto avvalendoci della collaborazione di molti Tour Operator, arriveremo a confezionare un tipo di prodotto adatto al nostro target".

È davvero così standardizzato?

"Non so cosa lei intenda. Io sto parlando di un prodotto che nasce da una attenta ricerca e questo genere di etichettature non mi interessano. E poi la Standa è una distributrice importante, ma non è la sola". Chissà che in futuro ai tutori della "professionalità" non si prospetti la possibilità di un'altra bella crociata? ■



## HONGKONG Confidence

Se avete fiducia in Hong Kong: Attraverso la nostra reciproca collaborazione noi vi possiamo offrire servizi veramente speciali e prezzi molto competitivi. A parte Hong Kong, possiamo anche garantire tale assistenza per quanto riguarda Cina, Australia e tutto L'Oriente.

JETWAY EXPRESS LTD

Room 704, Houston Centre, Mody Road, Tsimshatsui East, Kowloon, Hong Kong.  
Telephone: (852) 3695591 Fax: (852) 7243151 Telex: 55812 or 49074 SWONG HX  
Govt. Travel agent License No.350158 Members:ASTA • USTOA • HATA • HKTA • SITE