

NoFrills, i mille volti dell'innovazione

Il fil rouge dei convegni in calendario a Bergamo

di Nicoletta Somma

Positività, rete e innovazione: la strada per il successo passa da qui. E' questo il *fil rouge* che lega tutti gli appuntamenti convegnistici della decima edizione di NoFrills.

Sul palcoscenico della kermesse, in calendario a Bergamo il 24 e il 25 settembre, sfiliranno interlocutori di prim'ordine, a partire dal ministro del Turismo **Michela Vittoria Brambilla**, attesa per il giorno di apertura della manifestazione.

Da **Alpitour World** e dalla storica adv vicentina **Tonello Viaggi**, alle nuove figure professionali dei consulenti di viaggio, fino ai grandi gruppi di agenzie come **Blu Holding**, che, da poco attuata una virata nella strategia commerciale (si veda l'arti-



colo basso), farà il suo debutto a NoFrills in veste di protagonista di un dibattito: questi alcuni degli interlocutori che animeranno il palinsesto dei numerosi convegni, organizzati da NoFrills in collaborazione con il media partner Guida Viaggi. *Trait d'union* degli appunta-

menti l'innovazione: per la prima volta un convegno ospiterà i consulenti di viaggio, figure professionali di cui tanto si è parlato, ma in concreto ancora poco conosciute nell'ambito turistico. Innovazione è anche saper cogliere gli spunti offerti dalla modernità e muoversi

con disinvoltura nella plurintermediazione, come ha fatto **Fiorella Tonello**, dell'omonima agenzia. **Innovazione** è spesso sinonimo di tecnologia, meglio se alla portata di tutti, come spiegherà **Riccardo Vettore**, addetto **Seo e Sem di Evolution Travel** nell'evento sul web 2.0, ma non necessariamente equivale a qualcosa di fantasmagorico o di irraggiungibile dai più. L'innovazione ha tante facce ed è anche questione di atteggiamento, di quel *mood* positivo che sa tradursi anche in propositività e dunque in opportunità di business. E a illustrarlo sarà **Antonio Origi**, il cui bagaglio culturale e professionale spazia dalla statistica e dalla psicologia clinica alla logoterapia, fino allo sciamanesimo amazzonico. ■

Il palinsesto

Venerdì 24 settembre

- **Turismo accessibile, un vero business. Governo, associazioni e operatori insieme per standard condivisi**
È attesa la presenza del Ministro del Turismo

- **Incontro organizzato da Alpitour World**
Titolo del convegno ancora da definirsi

- **La positività genera business. Eliminare gli ostacoli per essere vincenti**

- **Aggiornamento e rinnovamento: il caso di successo di un'agenzia viaggi con 60 anni di vita**

- **Nuove idee, risolvere problemi e ricercare alternative efficaci: il pensiero creativo nelle agenzie di viaggi**

Sabato 25 settembre

- **Cambia la relazione tra network e tour operating: vediamo come e perché**

- **Incontro organizzato da Bluholding**
Titolo del convegno ancora da definirsi

- **I consulenti promotori**

- **Nuove idee, risolvere problemi e ricercare alternative efficaci: il pensiero creativo nelle agenzie di viaggi**
(replica del giorno precedente)

- **Il web 2.0 reso semplice**

uniTravel LEADER NELLA DISTRIBUZIONE ALBERGHIERA UN MONDO DI VANTAGGI

MARGINE DI GUADAGNO FINO AL 15%

programma per Agenzie di Viaggi

UNITRAVEL TI OFFRE L'ACCESSO A **50.000 HOTEL** IN TUTTO IL MONDO PRENOTABILI DA SUBITO E **GRATUITAMENTE**

Registrazione **gratuita**

Prezzi netti confidenziali con **pagamento a ridosso del check in**

Piattaforma dinamica con **contrattazione diretta delle strutture**

CONTATTA ORA IL TUO MANAGER DEDICATO!
800 91 32 14
travelagents@unitravel.com

Stampa documenti di conferma e **voucher**

www.unitravel.com

Virata Blu Holding

“NoFrills rappresenterà un momento di incontro importante con le nostre agenzie (le Bluvacanze e le Vivere & Viaggiare, ndr) e i fornitori in un periodo dell'anno centrale a ridosso della chiusura della stagione estiva. Momento di passaggio tra la preconsuntivazione del 2010 e la preparazione al 2011”. Così **Alessandro Seghi**, responsabile marketing **Blu Holding**, commenta il workshop b2b. Ma NoFrills, chiediamo, rappresenterà una vetrina per esporre la vostra nuova strategia o un'occasione di scambio con i vostri associati? “La fiera è di per se stessa un momento di visibilità, di incontro con partner e clienti e luogo ideale per valutare nuove opportunità. Tra queste non escludiamo anche quelle che riguardano l'associazione in partecipazione”. Il gruppo ha di recente annunciato una rimodulazione della propria strategia commerciale e ha fatto ingresso in Ainet. “Aiutare il settore a ridistribuirsi la marginalità in modo più equo”, ha annunciato l'a.d. **Marco Ficarra**. Il gruppo, dunque, non abbandona la scontistica del 10%, cavallo di battaglia delle Bluvacanze,



Marco Ficarra

ma decide in modo più dinamico quando e con chi proporla. “La scontistica aveva preso una piega di eccesso e alcune società del gruppo ne avevano fatto il loro cavallo di battaglia - ammette Ficarra -. Ma la rimodulazione della nostra politica commerciale mira a questo, a raggiungere risultati sostenibili grazie a un modello di business che soddisfi i vari stakeholder”. Il gruppo, i fornitori, gli agenti, “per il quale vogliamo generare redditività” e il cliente “cui vogliamo consegnare prodotti che non siano basati unicamente sullo sconto”. Revisione anche “per la politica di arroccamento fuori dal mercato che Bluvacanze aveva adottato”. E su questa linea si spiega la “decisione di partecipare al pro-

getto di Franco Gattinoni e di entrare in Ainet”. Il gruppo ad oggi riunisce 800 agenzie, di cui 76% in Aip e 26% dirette. E' prevista un'evoluzione numerica? “Non la mettiamo al primo posto - risponde Ficarra -. Certo pensiamo di sviluppare la rete e di attuare politiche mirate di collaborazione con i t.o”. Ma in quale direzione si muoverà la crescita? “Vogliamo sviluppare l'Aip”, risponde il manager, che aggiunge: “Abbiamo guidato alcune chiusure l'anno scorso, circa una decina”. Ma quale sarà la tematica più attuale da dibattere in occasione di NoFrills? “I rapporti tra i vari attori della filiera turistica - interviene Seghi - finalizzati alla programmazione delle attività per le prossime stagioni”. E a proposito di attori della filiera, il futuro della distribuzione organizzata sarà concentrata nelle mani di pochi grandi gruppi, accanto ai quali prolifereranno altre piccole realtà? “Ritengo che ci possa essere spazio per tutti, per i grandi network, per le reti piccole o medie e per le agenzie indipendenti - sostiene Ficarra -. Tutti possono fare bene se si identificano con un modello preciso di business”. ■