Rassegna Stampa di Settore n. 12/2015

Selezione di articoli pubblicati dall' 11 agosto al 10 settembre 2015

10/09/15 - Internet, è guerra aperta Agenti fuori dalla bufera (ttg) DI FRANCESCO ZUCCO

La vera domanda è: esiste un turismo **senza intermediazione**? La risposta, a prima vista, sembrerebbe 'sì': basta dare un'occhiata a tutti i sistemi di prenotazione online messi in campo da compagnie aeree e catene alberghiere. Basta un breve tour su internet per sfogliare, in poco tempo, decine e decine di sistemi di prenotazione che portano dritti dritti al fornitore. Senza dimenticare il caro vecchio telefono.
Eppure, il discorso non sembra **così semplice**. Perché le prenotazioni online, dati alla mano, la maggior parte delle volte non passano dai sistemi di direct booking, costati fior di soldi alle aziende che li hanno messi in piedi.
Il grosso delle prenotazioni, quello che sposta i trend di mercato e decreta il fallimento o la riuscita di un'operazione commerciale, passa dalle **Olta**. Se non addirittura dai **metamotori**.
Dunque, ricapitoliamo: ormai molti clienti si rivolgono a internet per comprare un albergo e cercano la loro soluzione su un comparatore di prezzi. Da qui vengono 'sbalzati' al sito della Olta, che effettua la prenotazione. I passaggi, dunque, **diventano due**: dal metamotore all'agenzia online, dall'agenzia online alla struttura. Il doppio di quelle che si avrebbero con l'acquisto in una 'classica' adv.
E qualcuno pensa ancora che il web abbia favorito la disintermediazione? Se possibile, ha in realtà complicato ancora di più il panorama.
Questo non vuol dire che i fornitori abbiano mandato in soffitta la vecchia idea di vendere direttamente al cliente finale. Lo dimostra la campagna messa in campo da Federalberghi, con la campagna 'Fatti furbo!', che invitava i vacanzieri a prenotare direttamente presso la struttura.
E, attenzione attenzione, il messaggio dell'associazione di categoria degli albergatori non era: 'Non prenotate in agenzia', bensì 'Non prenotate sui portali'. (qui il video per chi vuole rinfrescarsi la memoria). I dettaglianti non venivano **neanche nominati**.
In altre parole, la disintermediazione oggi come oggi non è una battaglia contro le agenzie di viaggi. È una lotta **tutta interna al web**.
Un'altra dimostrazione? Nel giro di poco tempo, Ryanair ha portato a termine una doppia mossa: da un lato l'avvicinamento alle agenzie con l'ingresso sui gds, dall'altro la sfida ai giganti dell'ecommerce con il lancio del suo metamotore e l'annuncio di voler diventare l'Amazon dei viaggi.
Il comparatore di prezzi, senza neanche nasconderlo troppo, è un sistema per mantenere i clienti sul proprio sito senza 'darli in pasto' ad altri indirizzi web. Come dire: 'non perdere tempo a confrontare i prezzi sui metamotori, ci penso io a dirti che stai risparmiando'. Una **sfida vera e propria** a chi ha creato un business sulla ricerca dei voli.
Questo significa che, se in una battuta ormai diventata famosa Michael O'Leary definì anni fa gli agenti di viaggi come 'i rami secchi' del turismo, oggi non è più così. Gli agenti sono partner e i rami da tagliare affondano le radici nel web, sembra pensare la low cost irlandese.
Se a tutto questo aggiungiamo gli ultimi dati Phocuswright, secondo cui le prenotazioni online hanno smesso di crescere e quelle in agenzia hanno cessato di calare (almeno negli Stati Uniti), il quadro è completo.
Gli equilibri nella distribuzione turistica sembrano essersi assestati, con la creazione di due mondi separati destinati a non 'pestarsi i piedi' a vicenda: il web e le agenzie di viaggi. Ma su internet, terra di conquista dei nuovi player e spietato giudice di iniziative imprenditoriali, **infuria la bufera**: il cliente che prenota online è caccia libera. E basta una frazione di secondo, ovvero il tempo di un click, per lasciarlo a un competitor.

09/09/15 - Inversione di marcia: il web non cresce, le agenzie di viaggi restano stabili (ttg)

Il web non è destinato a crescere all'infinito, le agenzie non sono condannate a abbassare le serrande per sempre. Almeno negli Stati Uniti (ma spesso i trend del settore partono dagli Usa per contagiare il Vecchio Continente), questo è l'anno della vera inversione di tendenza. In entrambe le direzioni, come dimostrano le cifre dello studio Phocuswright riprese da travelweekly.com: da un lato, i dati del 2014 segnano uno stop dell'ascesa del web; dall'altro, registrano anche un blocco del calo delle agenzie.
In altre parole, la partita del 2013 è pari e patta: la situazione resta sostanzialmente stabile. Niente di fatto, dunque?
Non proprio. Per comprende la portata dei trend del 2014 bisogna ricordare che, l'anno precedente, la percentuale di americani che affermava di prenotare esclusivamente via internet era salita dal 32 al 39 per cento. Una vera e propria impennata, che andava a coronamento di una serie di annate d'oro per il web. L'improvviso blocco dell'ascesa, dunque, assume i contorni di una svolta storica. Lo stesso vale per lo share delle agenzie che, dopo anni di flessioni continue, si è stabilizzato. Il motivo? La clientela a stelle e strisce sta dimostrando di riservare un budget maggiore per i viaggi più complessi e su misura. E, per vacanze di questo tipo, preferisce rivolgersi alle agenzie di viaggi.

E secondo Marcello Gasdia, director of consumer research di Phocuswright, “la migrazione da offline a online è in realtà praticamente conclusa”.

28/08/15 -Fee sui gds di Lufthansa:la lista dei Paesi salvati (ttg)-DI FRANCESCO ZUCCO

Alcuni sì, altri no. Se qualcuno pensava che la **Dcc** (ovvero la fee di 16 euro sulle prenotazioni via gds) di **Lufthansa** fosse inarrestabile, si sbagliava. A bloccarla, perlomeno in alcuni Paesi, sono gli stessi governi centrali.
In base a una nota inviata ai propri membri dall’**Ectaa,** l’associazione europea degli agenti di viaggi e dei tour operator, Lufthansa avrebbe annunciato che la Dcc sarebbe in vigore in tutto il mondo, ma con qualche eccezione.
Il documento Ectaa parla di una **‘esenzione’** per i viaggi in partenza da Brasile, Cina, Hong Kong, Iran, Libia, Nuova Zelanda, Tunisia e Yemen. Il motivo? L’introduzione della fee in questi Paesi richiederebbe l’autorizzazione dei rispettivi Governi, che dovranno dare o meno la propria autorizzazione. Intanto, Lufthansa ha anche chiarito alcuni dettagli sulla Dcc. In particolare, quest’ultima verrà applicata una volta sola a biglietto e quindi, in caso di riemissione, non verrà riaddebitata; tuttavia, si tratterà di un elemento **non rimborsabile**.
Per quanto riguarda le componenti della tariffa, Lufthansa avrebbe precisato che in un primo momento i 16 euro di fee non comparirebbero sotto il codice OB, ma sotto quello **YR** (ovvero la sigla che indica il corrispettivo dovuto per la vendita del biglietto). Un dettaglio sul quale Ectaa starebbe effettuando delle verifiche.
La questione della fee di Lufthansa è anche approdata al **Parlamento Europeo**, con un’interrogazione presentata da Claudia Tapardel (Romania) che ha domandato se la commissione stesse prendendo provvedimenti per proteggere i consumatori ed evitare distorsioni del mercato. L’interrogazione è stata presentata il 5 agosto e, secondo il regolamento, la risposta è attesa entro 6 settimane.

26/08/15 -Turismo, giungla di leggi Ora serve una bussola (ttg)DI FRANCESCO ZUCCO

Tutto da rifare, come diceva Gino Bartali. La vendita dei viaggi, dopo anni di evoluzione frenetica (che hanno portato dall’avvento di internet allo sviluppo delle grandi Olta, fino all’avanzata dei motori di ricerca e alla nascita delle gift box), ora avrebbe bisogno di un **momento di pausa** e di riflessione, per capire cosa è diventata e sopratutto dove vuole andare.
Perché se i cambiamenti si sono susseguiti a velocità record, non altrettanto hanno fatto le **normative**. Come spesso accade, il legislatore ha inseguito le mutazioni del turismo, senza mai allineare il passo. Un fenomeno per certi versi inevitabile dal momento che, per normare qualcosa, in genere si attende che diventi una realtà consolidata.
L’esempio più eclatante è probabilmente quello di internet: se l’**Antitrust** italiano, negli scorsi anni, è intervenuto più volte sulla materia (ma rimanendo negli stretti confini delimitati dai suoi poteri), il giro di vite del **Parlamento Europeo** è arrivato solo quest’anno, con una normativa che di fatto riconosce anche alle Ota lo status di organizzatore di viaggi, con tutte gli obblighi che ne conseguono.
Discorso a parte per la materia fiscale: qualcosa si è mosso, ma il nodo su dove e come i big dell’**ecommerce** debbano pagare le tasse è ancora un terreno in gran parte da esplorare. E, sostengono molti, finché non si combatterà ad armi pari (ovvero con uguale carico fiscale), la lotta sarà sempre impari.
Negli ultimi giorni sono anche arrivati interventi dell’Antitrust sui cofanetti regalo. Una modalità di vendita a suo tempo salutata con soddisfazione dalle agenzie, ma che ha anche portato i viaggi al di fuori dei confini della distribuzione turistica, approdando alle grandi catene e ai supermercati. Le **gift box** sono state una delle vere novità del settore degli ultimi anni. Ma, come tutte le new entry, devono assestarsi. e anche loro dovranno essere inserite all’interno del panorama del turismo.
Discorso a parte per l’ormai famoso Fondo di Garanzia: anche qui, il meccanismo delle tutele non manca di far discutere il settore. E, anche in questo caso, la formula perfetta sembra ancora dover essere inventata.

21/08/15 - Autunno caldo per i trasporti Raffica di scioperi (ttg)

Settembre di fuoco per il trasporto aereo italiano. Dopo l’estate, il calendario degli **scioperi** si presenta fitto di appuntamenti da segnare sull’agenda, per evitare ritardi e disservizi. Molte le date da ricordare per i collegamenti via aria, ma anche il settore ferroviario potrebbe causare problemi a chi deciderà di mettersi in viaggio il prossimo mese.
Si inizia il **6 settembre**, con il personale Aviapartner dell’**aeroporto di Venezia** che incrocerà le braccia dalle 10 alle 14. Lo stesso giorno, il personale di terra di **Bari Palese** si asterrà dal lavoro dalle 12 alle 16. Il personale Ata Italia di **Linate e Malpensa** sciopererà dalle 10 alle 14, sempre del 6 settembre, insieme al personale Wfs Ground Italy di **Venezia** (stesso giorno e stessi orari).
Altra giornata difficile, il **22 settembre**. A scioperare saranno il personale Enav e Alitalia Sai di **Aeroporti di Roma**, dalle 13 alle 17, piloti e assistenti di volo **Air Italy**, dalle 13.01 alle 17, i dipendenti **Enav** di tutta Italia (controllori del traffico aereo, esperti di assistenza al volo e meteorologi) dalle 13 alle 17 e il personale di terra Gh-Puglia dell’**aeroporto di Bari**, dalle 13 alle 17.
Ma **ottobre**, per il momento, potrebbe non essere da meno: **giovedì 8** incroceranno le braccia tutti i dipendenti delle **società di handling**, dalle 13 alle 17, mentre **sabato 24** sarà il turno del personale **Enav** e **Techno Sky**, dalle 10 alle 18.
Per quanto riguarda le ferrovie, il personale **Fs** e **Trenord** si asterrà dal lavoro dalle 21 del **12 settembre**

alle 21 del giorno successivo, mentre i dipendenti **Ntv** protesteranno per tutta la giornata del **13 settembre**.
Il **25 settembre** sarà la volta del personale di macchina e di bordo di **Ntv**, sempre per tutte le 24 ore.

19/08/15 - Le truffe via internet non vanno in vacanza (ttg) DI FRANCESCO ZUCCO

Numeri alla mano, il fenomeno non è da sottovalutare. Secondo le cifre riportate ieri da lastampa.it sono **80mila** le denunce arrivate solo lo scorso anno a causa di **vacanze truffa** acquistate online. Moltiplicando per il valore medio di una pratica (seppur a prezzi 'da abbordaggio' come è solito proporre chi è dedito ai raggiri online), si ottiene una cifra di tutto rispetto.
Soldi che, in definitiva, è come se fossero rubati alle agenzie di viaggi e al turismo regolare. È vero, le prime vittime sono sicuramente gli aspiranti vacanzieri che, attratti da **tariffe mirabolanti**, restano con un palmo di naso, buttando via quanto risparmiato durante l'anno senza ottenere il viaggio desiderato. Ma, subito dopo, vengono le **agenzie di viaggi**. Il giro d'affari calcolato poco prima, in teoria, era destinato alle loro tasche, ovvero a chi lavora regolarmente nella distribuzione turistica offrendo garanzie. Il potenziale cliente attratto dalle sirene dei megasconti ha lasciato **nelle mani dei truffatori** una somma che avrebbe dovuto **affidare ai professionisti**. E, mentre questi ultimi lottano per tenere la serranda aperta, coloro che vivono di inganni nell'ombra incassano cifre da record.
Tornando ai dati, altri due elementi saltano all'occhio: i periodi di maggior incidenza delle truffe (che si concentrano nell'altissima stagione) e le destinazioni più gettonate nei raggiri, ovvero quelle più costose. Si parla infatti del Trentino Alto Adige in inverno e di Toscana e Liguria in estate.
Insomma, il giochetto più 'sicuro' (dal punto di vista del truffatore, ovviamente) sarebbe quello di proporre mete e periodi proibitivi **a prezzi da discount**. E, stando alle cifre, il meccanismo purtroppo sembra funzionare.
I consigli per evitare i raggiri non sarebbero nemmeno più da elencare. In primo luogo, bisognerebbe controllare le credenziali della controparte, partita Iva e licenza in testa. Ma, spesso, l'illusione di un risparmio troppo bello per essere vero gioca a sfavore dell'acquirente. E, purtroppo, anche di coloro che vivono di turismo.

18/08/15 - Le agenzie di domani Non solo tecnologia (ttg)DI FRANCESCO ZUCCO

Non c'è solo **internet** nel futuro delle **agenzie di viaggi**. Ad affemarlo è un articolo comparso sul sito francese di informazione turistica lechotouristique.com, che fa il punto su uno dei nodi più spinosi del momento: l'evoluzione dei punti vendita nei prossimi anni e la strategia vincente per rispondere al nuovo cntesto economico.
Ispirazione, dialogo con gli **esperti** e relazione di **fiducia**: è questo il triplo binario, secondo il sito d'Oltralpe, su cui devono correre le agenzie di viaggi per restare al passo con i tempi. Se poi tutto questo dovrà realizzarsi con l'aiuto o meno delle nuove tecnologie, è un altro paio di maniche. Quello che conta è che **il fattore umano** resterà comunque **al centro** dell'attività di intermediazione.
Che le agenzie non siano morte ma, al contrario, restino una parte vitale del turismo è stato **ampiamente dimostrato dai fatti**. E anche molti avvenimenti degli ultimi anni hanno messo in evidenzia come il ruolo di un esperto, per vendere viaggi, sia quantomai importante. Basti pensare a tutti gli avvenimenti (dall'ormai famigerata nube vulcanica islandese in poi) che in passato costrinsero i dettaglianti a un lavoro **a 'tappe forzate'** per soccorrere i propri clienti.
Ormai nessuno (neanche il ceo di Ryanair Michael O'Leary) mette in dubbio il ruolo dei dettaglianti. Ciò non significa, però, che il modello di business non debba cercare un'evoluzione per salvare fatturati e marginalità.
A questo si va ad aggiungere la rinnovata spinta al business di organizzazione dei viaggi da parte delle adv che, negli ultimi anni, hanno visto l'incremento delle vendite del **prodotto 'fatto in casa'**.
Il web sarà un alleato? Forse sì. Ma al centro di tutto resterà il rapporto umano tra l'agenzia e il cliente

11/08/15 - Pagamenti in contanti Ecco le regole da rispettare (ttg)

La giungla dei limiti sui pagamenti in contanti e le operazioni da fare per non incorrere in multe e penali si fa ancora più intricata in concomitanza con l'alta stagione estiva.
A rendere più complessa la materia la forte presenza di turisti stranieri, per i quali esistono parametri diversi soprattutto per le spese legate al turismo, dalle agenzie di viaggi agli alberghi o la ristorazione. L'edizione odierna de Il Sole 24 Ore fa il punto della situazione ribadendo le regole principali da rispettare. Ecco cosa è necessario sapere.
I viaggiatori stranieri extra Ue hanno la possibilità di effettuare acquisti in contanti fino a un massimo di 15mila euro. Chi vende tuttavia deve ricordarsi di acquisire una fotocopia del passaporto e allegare un autocertificazione che attesti la cittadinanza e la residenza fuori dai Paesi Ue (cart semplice ed esente da bollo).
Altro provvedimento necessario e preventivo alle operazioni di vendita la comunicazione all'Agenzia delle Entrate (una sola volta e non per ogni operazione) dove viene specificato il conto corrente dove verranno versati i contanti ricevuti. Il versamento va effettuato entro il primo giorno feriale successivo all'operazione.
Tutte le operazioni effettuate andranno poi indicate nella compilazione dello spesometro.
Restano invece invariate le regole per i cittadini italiani, per i quali la soglia massima di pagamento in contanti rimane 999,99 euro, sopra i quali dovranno essere effettuati pagamenti tracciabili. Forse l'ultimo anno con questo limite, se andrà avanti la proposta di innalzamento in fase di discussione in Parlamento.