

La campagna presentata alla 2a Conferenza Regionale del Turismo

## Lazio e "Agenzie sicure"

I testimonial dell'iniziativa sono i bambini e le famiglie

Presentata alla seconda Conferenza Regionale del Turismo nel Lazio, la campagna *Agenzie sicure* che ha il duplice scopo di diffondere un codice etico per viaggi e soggiorni sia tra gli agenti di viaggi che tra i viaggiatori. Fortemente voluta dalla Regione Lazio e dall'ATLazio, la campagna è sostenuta da Fiavet Lazio, Assotravel e Assoviaggi, e sarà divulgata nelle scuole, nei web di riferimento e nelle agenzie che rientreranno nei parametri stabiliti dal regolamento regionale emanato nell'ottobre del 2008. Tra questi parametri ci sono: indice di specializzazione territoriale, affidabilità verso i clienti, eticità dell'offerta, allungamento dell'orario delle agenzie di viaggi, personale riconoscibile, competenza linguistica, personalizzazione delle proposte, servizi online e servizi di appun-

mento, disponibilità di servizi accessori e di assistenza nel corso del soggiorno, accettazione dei più diffusi sistemi di pagamento e iscrizione. Tutti requisiti che serviranno a misurare il livello organizzativo delle agenzie di viaggi e l'affidabilità verso il cliente. I testimonial della campagna pubblicitaria della Regione Lazio sono i bambini e le famiglie.

### Mobilità e fruibilità del territorio

"Operare per rendere realmente accessibile il prodotto turistico di tutto il Lazio": questo il messaggio lanciato dalla Conferenza. Le iniziative già in atto per il rilancio di mete e destinazioni della regione e per agevolare la fruibilità dei prodotti turistici sono stati presentati da **Federica Alatri**, presidente dell'agenzia ATLazio. «Abbiamo lavorato in sinergia con gli ope-

ratori, e tra i risultati ci sono la *ATLazio Card*, una tessera pensata in particolare per i turisti amanti dello sport, perché dà diritto ad acquistare pacchetti di servizi con gli eventi sportivi nella regione; e il sistema informatico *GTO Grand Tour Operator*, che seleziona e qualifica alberghi, consorzi e associazioni di operatori, e consente alle imprese di entrare in contatto diretto con operatori italiani e stranieri».



Andrea Costanzo, Claudio Mancini, Mauro Picavilla e Francesco Granese con la campagna promozionale della Regione Lazio "Agenzie Sicure"

### Le emergenze del Lazio

Per **Walter Pecoraro**, presidente di Federalberghi Lazio, l'accesso al credito e la formazione sono le vere emergenze del territorio e delle imprese. «Il credito è an-

cora difficile nella nostra regione perché - ha spiegato - purtroppo i Confidi nel Lazio non rispettano i parametri imposti dal sistema bancario, e quindi tutte le agevolazioni realizzate dal Governo centrale dalle nostre parti sono carta straccia».

### L'appuntamento elettorale

Il presidente di Fiavet Lazio, **Andrea Costanzo**, ha parlato invece della necessità di investire su strade, aeroporti, ferrovie e viabilità stradale. «Purtroppo il prossimo appuntamento elettorale sicuramente rallenterà le iniziative che il settore richiede. Ma di qualunque sia il colore della nuova regia regionale, è auspicabile che questi problemi vengano affrontati con tempestività».

Andrea Lovelock

L'iniziativa di un gruppo di 30 professionisti

## Al via One!, nuovo Travel Network

All'inizio dell'anno un gruppo di professionisti con una grande esperienza nel settore del turismo e nella distribuzione ha aperto *One!Travel Network*. Obiettivo dell'iniziativa, offrire alle agenzie di viaggi un valido supporto per migliorare la loro posizione sul mercato, offrendo soluzioni all'avanguardia, sempre in stretto rapporto con le nuove esigenze e aspettative dei clienti che, spiega l'amministratore delegato **Rinaldo Bertoletti**, «sono al centro delle nostre iniziative».

I fondatori di One! sono 30, di cui una ventina di soci e gli altri affiliati, presenti in cinque regioni: Lombardia, Veneto, Piemonte, Toscana e Emilia e Romagna. Il network punta a raggiungere le cento agenzie affiliate entro l'anno, iniziando a sviluppare le regioni dove sono già presenti;

e poi il Lazio, soprattutto Roma per gli operativi dei voli. «In seguito vedremo come va il mercato, e opereremo di conseguenza». Il network si rivolge ad agenzie con un alto livello di professionalità e di solvibilità finanziaria, che apprezzino il concetto di aggregazione basato sulla stretta partnership con un rosa selezionata di fornitori, invece che sul classico gruppo di acquisto. Alle agenzie vengono forniti pacchetti di viaggio appositamente confezionati dagli operatori secondo richieste formulate dopo un'accurata ricerca di mercato, per capire quali novità possano essere ben recepite dai clienti, «per fare la differenza con la concorrenza». Alla base dell'accordo c'è anche un "reparto formativo", con corsi per spiegare, oltre alle caratteristiche del prodotto,



Rinaldo Bertoletti

le tendenze, i costi e i prezzi comparati, per evidenziare le differenze ed evitare per quanto possibile la concorrenza sleale.

### Una vetrina per le adv

A tutto ciò si aggiunge una "tecnologia avanzata" che prevede un motore di ricerca gestito da One!, dove ci sia il logo di ciascuna agenzia affiliata, per essere identificata dal cliente. «Il nostro sito è solo una vetrina dei servizi forniti, con l'elenco delle agenzie affiliate, tra le quali l'utente può scegliere quella per lui più comoda. Le vendite, sia online che di-

rette, possono essere effettuate solo dalle agenzie. che riceveranno dall'operatore la commissione concordata con One!. Altra nostra particolarità è il reparto business travel interno, *B'nT Italia*, marchio utilizzato per operare sull'intero territorio nazionale con servizi di

emissione di biglietteria aerea, Iata e non, accordi preferenziali con operatori e strutture per il business travel e per la gestione di ogni tipo di eventi, con un call center dedicato e personale a disposizione durante un'ampia fascia oraria. Alle agenzie di viaggi chiediamo una quota base di 1.200 euro all'anno. Naturalmente le adv non sono obbligate a utilizzare il nostro prodotto, sta a noi renderlo sempre più competitivo e appetibile, in modo che sia molto conveniente usarlo».

Dorina Landi  
[www.onetravel.me](http://www.onetravel.me)

## in breve

### TRENITALIA

#### Una piattaforma per le agenzie

Oltre 4.500 agenzie di viaggi vendono Trenitalia su tutto il territorio nazionale: da settembre 2009 la rete commerciale del vettore è cresciuta del 36%, con 1.200 nuove agenzie che hanno scelto di utilizzare il sistema "leggero" di accesso al booking da internet, pensato per le piccole imprese. Che ora però, spiegano da Trenitalia, piace molto anche a quelle medio-grandi.

Il contratto per l'utilizzo della nuova piattaforma non richiede alle agenzie alcuna fidejussione né costi di attivazione, e non prevede spese di gestione e manutenzione perché produce esclusivamente biglietteria ticketless, senza la stampa del titolo di viaggio.



### Accesso immediato

Sottoscritto il contratto, gli operatori possono subito accedere alla piattaforma web di Trenitalia, utilizzando tutte le opzioni di vendita, inclusi cambio prenotazione, rimborsi, ticketless regionali e promozioni speciali per i treni AV. Trenitalia fornisce alle nuove agen-

zie del network convenzionato sia la formazione sull'intera gamma di prodotto che l'help desk per tutte le necessità tecniche.

Tutte le informazioni sono sul sito di Ferrovie dello Stato, alla pagina di Trenitalia, cliccando sul banner "Diventa agenzia di viaggio Trenitalia".

[www.ferroviedellostato.it](http://www.ferroviedellostato.it)

## NEWS

### TURISMO SCOLASTICO

Appuntamento il 5 febbraio a Bari, alla Cittadella della Cultura, per il primo convegno nazionale sul turismo scolastico e giovanile organizzato



dalla Regione Puglia in collaborazione con le Regioni Toscana, Umbria, Liguria, Emilia Romagna, Lombardia e Sicilia. L'incontro costituisce l'evento conclusivo del progetto interregionale "Valorizzazione del turismo scolastico e giovanile" che, in partnership con altre regioni italiane, intende offrire utili strumenti alla realizzazione di itinerari tematici e percorsi specifici per le scuole e, più in generale, per i giovani.

► **VIAGGI DI NOZZE** Con la campagna "L'amore è..." Hotelplan Italia lancia l'edizione 2010 del catalogo *Viaggi di Nozze e Sposarsi nel Mondo*, valida fino al prossimo dicembre, con nuova grafica e immagini d'impatto. Oltre a un'ampia scelta di itinerari e proposte di viaggio, ci sono tante idee originali per chi preferisce sposarsi all'estero: con il rito Maya in Messico, con il semplice rito balinese, con quello shintoista in

Giappone, alla maniera polinesiana, con la cerimonia tradizionale del Madagascar

► **MENO 100 ALL'EXPO** Mancano meno di 100 giorni all'apertura dell'Expo di Shanghai, dove dal primo maggio al 31 ottobre esporranno 192 Paesi del mondo e 50 grandi organizzazioni internazionali. Si stima che l'evento attirerà oltre 70 milioni di visitatori dal tutto il mondo.