

Alla Rete un ruolo innovatore

Strumento inevitabile e artefice del cambiamento per l'agente di viaggi, ma secondo Opodo occorre investire per essere visibili sul web

di Giorgio Castoldi

“

Inevitabilmente Internet. Il titolo dell'incontro organizzato a NoFrills, la fiera del turismo b2b di Bergamo, attrae un gran pubblico, che fatica a trovare posto nella sala predisposta. Qualcuno filosofeggia: "In queste cose non c'è posto per tutti". La visione di **Luca Baldisserotto**, fondatore e presidente di **Evolution Travel**, che distribuisce prodotti turistici a mezzo di promotori che lavorano quasi esclusivamente in rete, è però positiva e pragmatica.

E' facile o no usare il web?

"Molti pensano che il signor web sia colui che deve vendere al loro posto. Niente di più falso! - sostiene -. Il web è un oggetto, uno straordinario strumento, un'imperdibile estensione della persona e non il contrario! Il web è come un cellulare, ma con



molte più funzioni. Oggi chi può lavorare senza un cellulare? Abbiamo imparato a usarlo? Sì! Bene, basta fare la stessa cosa col web. Un po' meno facile? Sì, ma se ci ri-

escono bambini di 10 anni, per quale motivo non ci deve riuscire un adulto? Provacì", è il suo incitamento agli agenti di viaggi presenti, dei quali solo la metà dichiara di avere

un sito Internet. "E' più facile di quanto pensi! Il primo passo? Comincia a studiare, a imparare questo strumento e fallo prendendo il toro per le corna, senza demandare a nessun altro la comprensione di questa imperdibile opportunità!" "Provacì - insiste Baldisserotto -, con pochi euro sugli adWords di Google (cioè gli spazi pubblicitari che si attivano quando vengono digitate determinate parole, ndr) si possono ottenere visite e richieste da parte del pubblico; preparare una pagina web e gestirla, diventa sempre più facile e poco costoso".

Non è dello stesso parere **Roberto Riccio**, country director di **Opodo Italia**: "Ragazzi, la state facendo troppo semplice - sostiene - state trattando l'argomento in modo superficiale...per essere visti nel web bisogna spendere moltissimi soldi, fare gli AdWords richiede un lungo apprendimento e preparazione, per non parlare poi del Seo, solo degli esperti possono seguirlo...!".

Ma non si tratta di una vera contrapposizione, solo dell'ennesima dimostrazione di come lo strumento Internet, nelle diverse realtà in cui viene calato, possa essere usato diversamente, sostenendo costi, impegni e acquisendo nozioni a livelli molto diversificati. "Certo, mi rendo conto che non sia facilissimo districarsi nel mondo del web - conclude Baldisserotto -, per capire quale sia la propria strada, ma provarci è semplice, basta fare un primo passo, qualunque esso sia, anche sbagliato: è come imparare a

camminare, per farlo bisogna cadere molte volte, ma alla fine, se si vuole, ci si riesce!" E qual è il bambino che rinuncia volontariamente a camminare?

Non solo Internet

Il titolo generale sotto il quale vengono presentati gli incontri di NoFrills 2008 è "Nuovi mercati, nuove tecnologie e nuove opportunità". E la rete si aggiudica il ruolo di principale strumento dell'innovazione. Ma non mancano altre proposte. Da-

sta volta a ipnotizzare la platea parlando del colore del carattere delle persone. **Valeria d'Acampo**, scenografa e visual merchandiser, che di mestiere si occupa di come rendere attraenti i punti di vendita, mostra gli errori da non commettere nelle vetrine e negli arredi delle agenzie.

All'Ue si discute di pacchetto

Il nuovo lo si trova anche nei rapporti contrattuali. Anche di questo si parla a NoFrills. In sede Ue è in discussione la modifica del concetto di pacchetto turistico.

Fiavet ha presentato un progetto di legge per l'estensione del fondo di garanzia anche nel caso di fallimento dei vettori.

Ma si tratta di cambiamenti che richiedono tempi lunghi. "Per ora - consiglia **Renato Resta**, avvocato di **Fiavet Lombardia** - è bene che gli adv si tutelino rispetto a nuove situazioni che si possono venire a creare". "Per esempio - interviene **Eliseo Capretti**, responsabile legale di **Fiavet Lombardia** - non si deve dimenticare di indicare nel contratto il luogo di emissione, altrimenti esso risulta come emesso fuori dei locali d'agenzia e quindi suscettibile di revoca da parte del

Scoprite l'ospitalità creola iniziando dal volo.



Con Air Seychelles volate tutto l'anno senza scalo il lunedì da Roma e il sabato da Milano. Potrete così raggiungere le Seychelles, un vero e proprio paradiso tropicale. A bordo della nostra flotta, vi sentirete già in vacanza, immersi nel clima "creolo" che solo le Seychelles sapranno regalarvi. Scegliendo tra i lussuosi servizi della Pearl Class o quelli della Economy, scoprirete in entrambe un servizio studiato per dare il massimo comfort al nostro cliente. Immergetevi in una vacanza da sogno, iniziando già dalla compagnia aerea.

 **airseychelles**
Flying the Creole Spirit

Air Seychelles Italia
Via Pindaro 28N
00125 ROMA
Tel: +39 06 509 8413
fax: +39 06 509 159 17

Il web 2.0? Non è una tecnologia ma una convinzione

Parola di **Maurizio Goetz**, docente all'Università Bicocca e alla Iulm di Milano, intervenuto a NoFrills: "Non c'è discontinuità tecnologica. Il passaggio dal cosiddetto web. 1.0 al 2.0 va solo nel senso di stimolare la partecipazione dell'utente e segnala il fallimento dell'offerta generica a favore delle offerte specifiche. Rappresenta un momento di svolta nella comunicazione, obbligando a parlare il linguaggio dei clienti e a comprenderlo".

Dal famoso **Tripadvisor**, che contiene centinaia di migliaia di giudizi su alberghi, navi, destinazioni, ristoranti, operatori e via dicendo, a **43 places**, un sito nel quale si possono trovare le indicazioni dei residenti sul che fare e dove andare nelle loro città, a **Triporama**, per condividere l'organizzazione collettiva di un viaggio, a **TVtrip**, per vedere in brevi filmati come sono fatti i luoghi e gli alberghi dove si intende andare, i cosiddetti social media hanno rivoluzionato il modo di consumare nel settore turistico. Oggi nel mondo esistono 63 milioni di blog e 120.000 nuovi ne nascono ogni giorno. E non c'è pericolo che possano essere manipolati dalle aziende interessate inserendo falsi messaggi elogiativi: quelle che hanno tentato di farlo sono state scoperte.

niele Iannaccone, responsabile grandi clienti di **gay.it** snocciola numeri e caratteristiche di un mercato tanto grande quanto poco conosciuto, il cosiddetto GLBT. **Ivonne Porto**, consulente aziendale in comunicazione, ospite fissa alla fiera di Bergamo, riesce anche que-

consumatore entro dieci giorni". Il nuovo regolato da vecchie norme, Internet inevitabile, ma anche l'importanza dell'immagine dei punti di vendita e della ricerca dei mercati più profittevoli: sono molte le sfide da affrontare. E vincerle è possibile, se si vuole.