Adriano Apicella, Welcome: "Agenzie centrali per i TO, nonostante i tentativi di vendita online"

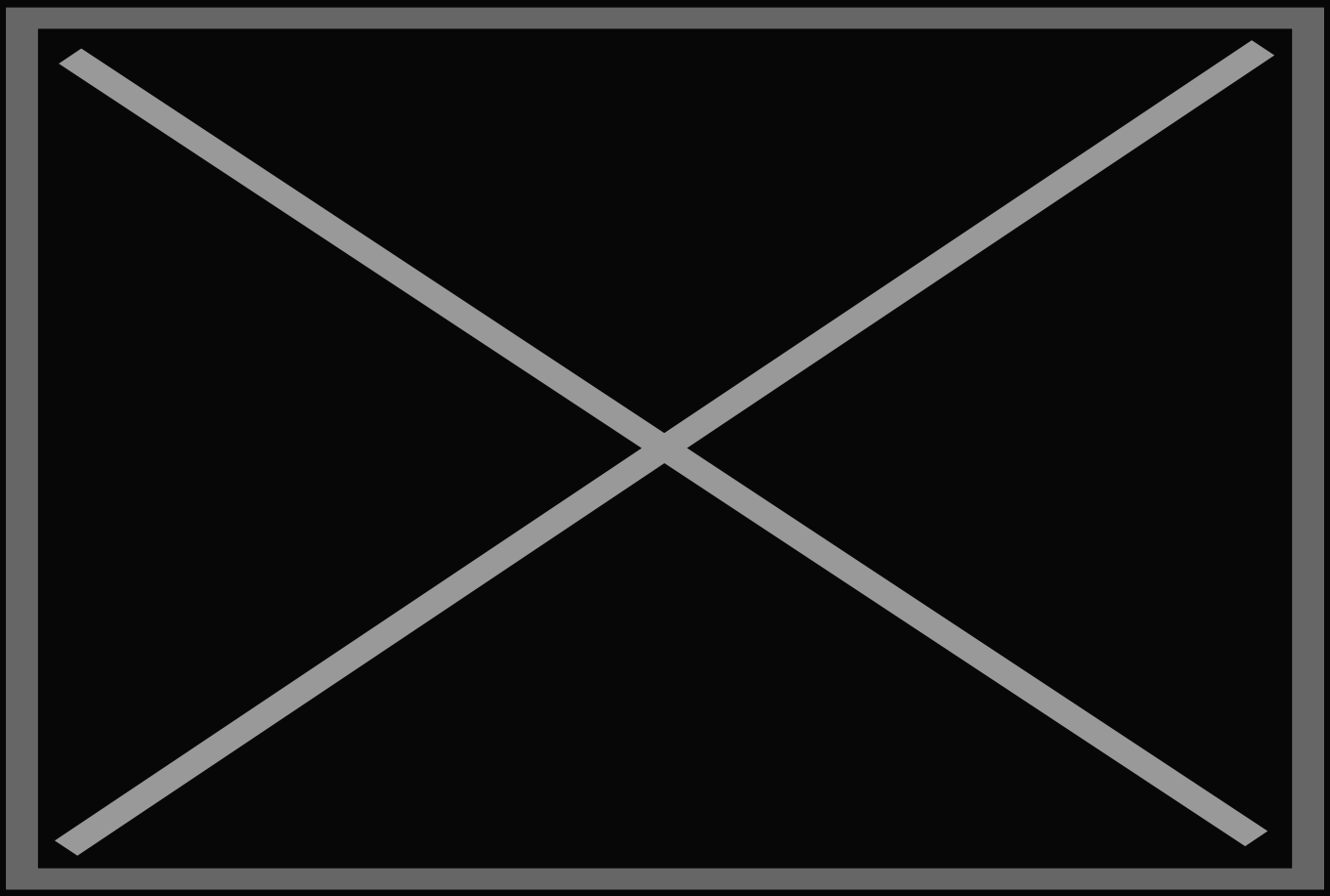
In un incontro con la stampa di settore **Adriano Apicella** ha tratto il bilancio dei suoi primi sei mesi come amministratore delegato di **Welcome Travel**. Mesi che hanno visto crescere il ruolo dei network di agenzie come voci autorevoli sul mercato, come ha fatto notare nel corso dell'incontro il collega Antonio De Piano.

La lettura di Apicella a questo fenomeno mette il dito nella piaga delle vendite dirette dei tour operator: "Nonostante i tentativi di vendita online da parte un po' di tutti - spiega - i tour operator hanno finito per constatare che al centro della loro strategia di distribuzione l'agenzia viaggi rimane il canale principale".

"Oltre a questo - aggiunge la Responsabile del coordinamento commerciale **Laura Antonioli** - il fenomeno di aggregazione delle agenzie attorno a pochi grandi poli ha creato degli attori che possono far sentire maggiormente la propria voce".

Un punto di forza che Welcome sta sfruttando sapientemente per spuntare condizioni uniche da proporre alle agenzie del gruppo: nel corso del 2017 il Network ha lanciato ben **431 iniziative commerciali**, di cui 139 in esclusiva.

“Tutta la nostra attività commerciale – prosegue **Laura Antonioli**- si fonda su un impianto di base che garantisce alle Agenzie del Network dei differenziali su cui possono contare tutto l’anno. On top, sono poi concordate con azionisti e fornitori partner campagne ad hoc che si sviluppano con condizioni differenti ma sempre con l’obiettivo di incentivare le vendite. La nostra forza risiede proprio nella grande capacità di coinvolgimento delle nostre Agenzie in queste iniziative e quindi nella capitalizzazione massima delle stesse”.



Grazie a questo impegno **Welcome Travel** ha chiuso la stagione estiva con un +12% in ambito leisure e un +8% di BSP, con una previsione di chiusura 2017 oltre gli obiettivi di budget.
“I numeri delle vendite ci permettono di archiviare la stagione estiva con una crescita a doppia cifra e confermano che i piani commissionali sono stati estremamente premianti - dichiara soddisfatto **Adriano Apicella**. Nel dettaglio, per quanto concerne il Leisure, registriamo +13% sul segmento Charter e Villaggistica, +13% sulla linea, +3% banche letti, +10% Crociere e +18% sul Mare Italia.
"Per dare la reale dimensione del Network, il volume d’affari complessivo 2016-17 in valore assoluto, sarà di 1miliardo e180milioni di euro; rappresentato da 600 milioni area leisure e 580 milioni area vettori, con crescite rispettivamente di 80 e 40milioni. Tali risultati – conclude Apicella - sono stati raggiunti anche grazie alla nuova impostazione contrattuale Welcome Travel Team”.
Proprio il nuovo contratto commerciale proposto alle agenzie Welcome Travel Team (il 55% del totale) era la grande scommessa dei primi 6 mesi di mandato di Apicella con l'intuizione di offrire premi a chi

raggiungeva gli obiettivi invece di penalizzazioni a chi non riusciva a conseguirli.
"In questi mesi, che hanno visto il 79% delle agenzie confermare il nuovo contratto della validità di tre anni, possiamo concludere che questa nuova modalità di accordo ha contribuito molto di più rispetto al precedente ad orientare le vendite sui principali tour operator contrattualizzati".
“Contestualmente all’aggiornamento del modello contrattuale – puntualizza **Massimo Segato**, Direttore Rete Indiretta e Sviluppo – abbiamo riscritto integralmente il testo dell’accordo, nel pieno rispetto della legge 129 del 2004 che disciplina il franchising e che prevede una forte tutela dell’affiliato e una totale trasparenza nella trasmissione delle informazioni pre-contrattuali. Oggi – conclude Segato – possiamo affermare di essere l’unico Network sul mercato che rispetta pienamente questa normativa”.
La distribuzione capillare su tutto il territorio nazionale rappresenta uno dei valori del Network, che può contare su circa il 65% dei punti vendita nell’area nord e il restante 35% nel centro-sud Italia.
La strategia di crescita per il 2018 sarà dunque dedicata a rafforzare la presenza di Welcome Travel nei territori meno presidiati, puntando a cogliere le imprenditorialità più vivaci fra quelle espresse nel mondo della distribuzione. L'obiettivo per il prossimo è quello di raggiungere le 1100 agenzie dalle 1040 attuali.