I servizi per le agenzie by Gattinoni

Il progetto **Gattinoni** va avanti. E di corsa. Basandosi su solide basi, ovvero "200 milioni di transato per il business travel e 300 milioni per il turismo" come dice il patron **Franco Gattinoni**. Che vuole crescere, "sul Centro sud, nel Lazio e sulla dorsale adriatica" come sottolinea **Antonella Ferrari**, direzione rete agenzie partner del network, precisando che: "puntiamo ad agenzie strutturate non a micro-adv. Tra di noi vi sono agenzie con due dipendenti ma anche con venti. La loro fatturazione minima dovrebbe essere di 600-700 mila euro".

Un fatturato importante ma che, in alcuni casi, non evita il grande problema di alcune adv per i flussi di cassa: "perciò abbiamo fatto un accordo con **Unicredit** che va in due direzioni: da una parte per ottenere il sistema di pagamento pos a ottime condizioni, dall'altra per potere ottenere un fido di almeno 10 mila euro già pattuiti centralmente" spiega Gattinoni che alla sua recente convention di Sharm (leggi: Dalla convention Gattinoni di Sharm grida di speranza) ha spiegato questo nuovo servizio con condizioni da grandi clienti bancari, coadiuvato dal rappresentante dell'istituto bancario, **Nicola Agazzi,** che sottolinea come questo servizio sia "accessibile da tutti i 4mila sportelli della Banca". Un ulteriore servizio per le adv, nell'ottica di rendergli il business sempre più facile: "per essere una agenzia Gattinoni si spende circa 1500 euro all'anno, con un ritorno, solo dalle campagne pubblicitarie, di 4100 euro. Senza contare tutto il resto…" quantifica Antonella Ferrari.

E il resto è, naturalmente, soprattutto il prodotto, gestito sulla piattaforma xml **Passpartout**, che si trova anche negli oltre 600 siti delle agenzie in modalità *whitelabel*. Il tutto integrato con un Crm e, per chi ha il gestionale Siap, anche con le varie amministrazioni. Con 'idea di concentrare sempre di più le vendite con i best partner: “siamo 620 agenzie, con 24 aggiunte nel 2014, di cui 333 agenzie best Perfomer, con piani di incentivazione annuale, 56 agenzie con contratto centralizzato con i vettori aerei, l’unico in Italia, e 3 business travel center dedicati al bt” spiega Gattinoni, che sottolinea come con il progetto best seller, in cui rientrano 189 adv, "abbiamo visto 150 agenzie ottenere upgrade e 120 una over a fine anno". Grazie alla concentrazione delle vendite appunto: "facciamo il 56% con soli 6 fornitori, più un 30% con altri 8" afferma Gattinoni. Grazie a impegni forti con i to, con operazioni miste, ovvero pre-acquisti più posti a release, ad esempio sui Caraibi, Maldive, Sharm o Canarie. "Per l’estate abbiamo posti Mare Italia dal 2010, anche con qualche contratto diretto con le strutture, con segnalazioni dalle nostre stesse adv: in Sardegna, Puglia, Sicilia e Calabria. E per le Crociere da aprile a ottobre abbiamo tante partenze nel Mediterraneo più quattro date per il NordEuropa" spiega

Sabrina Nadaletti, responsabile Turismo e Prodotto del network. Ce, però, propone anche una linea di prodotti ad hoc, racchiusi nel marchio **Travel Experience**. affidato a **Mario Vercesi**: "abbiamo identificato alcune strutture in esclusiva, solo per clienti Gattinoni. In particolare Boutique hotel, alle Maldive, in Kerala, a Marrakesh... un prodotto personalizzato per creare un'offerta dinamica per i nostri agenti".

Un altro servizio Gattinoni è la struttura dedicata ai servizi per le agenzie Iata, con accordi commerciali e over commission, nonché per quelle non Iata, visto che molte agenzie ne escono riportandosi a casa la fideussione. "Per noi **Sabre** è il nostro gds storico, ma li usiamo tutti e tre. Che possiamo contrattualizzare per gli adv. A cui chiediamo il più possibile un mix di prodotto, leisure più business travel" commenta Gattinoni. Bt dove ormai "ci possiamo considerare tra le top five agenzie in Italia" afferma **Eros Candilotti**, responsabile del settore, che sottolinea l'importanza della partnership internazionale di Gattinoni con la anglo olandese **Atpi**.

Serie di servizi: Consulenza legale e contabile, Franco Chesani e Camilla Monese. Accordo con Unicredit,