Rassegna stampa
22-23-24 luglio 2023

CONFCOMMERCIO
LECCO
Presenti, futuro

24 luglio 2023

Le divisioni Travel (oltre 1.500 agenzie) e Mice crescono, mentre l'integrazione con Robintur funziona molto bene

Il Gruppo Gattinoni vola: +41%

In Italia funzionano Sardegna, Sicilia e Puglia; all'estero Egitto, Mar Rosso, Baleari, Canarie, Emirati e Tanzania

LECCO (ces) Il Gruppo Gattinoni scatta una fotografia del primo semestre 2023, con andamenti molto positivi in tutti i rami d'azienda. L'obiettivo 2023 del Gruppo era pari a 636 milioni di euro. Un obiettivo ambizioso (+ 30% sul 2022) che a giugno è già stato superato, portando la crescita a +41% e a un risultato di chiusura stimato a 710 milioni di euro.

La divisione Travel del Gruppo, composta dal Prodotto e dai Network, ha realizzato nel primo semestre 2023 una crescita importante: + 87% per l'area Prodotto in tutte le tipologie di programmazione (dal prodotto Tour Operator, al Dynamic, dal Travel Experience al Selected, ai Tour e Gruppi) e beneficiando della spinta della piattaforma tecnologica e-commerce e B2B2C. La distribuzione, ovvero i network di agenzie di viaggio, ha visto attestarsi sul +29% l'aumento dei volumi, rispetto alla stima del 2023. Va sottolineato che, nel mercato, la pandemia aveva causato una perdita di circa il 30% dei punti vendita sul territorio nazionale, mentre per il Gruppo Gattinoni, che ha superato complessivamente le 1500 agenzie (tra proprietà e affiliate), ci sono state poche chiusure e nuovi ingressi. Il segmento leisure è tornato a essere performante, anche nei ricavi; le prenotazioni sono state decisamente forti soprattutto nel periodo gennaio-aprile. Da sottolineare il decisivo ruolo svolto dalla piattaforma tecnologica che ha dato un netto impulso.

La divisione Business Travel ha continuato il trend di ripresa avviato negli ultimi mesi dello scorso anno e supera la stima di volume d'affari del 2023 attestandosi a un +33%.L'integrazione fra le due aziende Gattinoni Business Travel e BTExpert a seguito dell'acquisizione di Robintur (di cui BTExpert faceva parte) sta valorizzando i punti di forza di entrambe: sono aumentati i clienti prospect e quelli fidelizzati e grande impulso è stato dato dai self booking tools dedicati alle aziende.

La business unit MICE dedicata a eventi, convention e incentive ha avuto performance elevate e a oggi ha già raggiunto 40 milioni di euro. Anche qui il budget è sopra le aspettative e si stima una chiusura anno a +50% (pari a 55 milioni di

A sinistra Franco Gattinoni, presidente e fondatore del Gruppo Gattinoni, e alla sua destra Sergio Testi, direttore generale del Gruppo Gattinoni. L'azienda sta facendo numeri record

euro). Si è verificato traffico in nuove aree di business, con una crescita del ramo farmaceutico e di eventi importanti che richiedono un impiego sempre maggiore della tecnologia avanzata come booster e amplificatore dell'incontro in presenza. Giugno in particolare ha rappresentato il mese degli incentive dai grandi numeri.

Commenta **Franco Gattinoni**, presidente Gruppo Gattinoni: «I dati dei primi sei mesi sono più che positivi; come Gruppo il semestre registra un incremento a doppia cifra rispetto ai budget prefissati. Stiamo crescendo in tutte le linee di business, nessuna esclusa. Tutti gli investimenti realizzati negli anni passati stanno generando risultati. Siamo ottimisti di poter raggiungere i budget dell'anno e di fine piano industriale, forti anche di nuovi investimenti in atto e futuri: in ambito Travel grazie all'apertura di nuove agenzie di proprietà e alla piattaforma B2B2C che continuerà ad essere implementata; per il Business Travel i sistemi di prenotazione per le aziende, che stanno già dando ottimi frutti, verranno ulteriormente affinati per fornire servizi ancor più efficienti e puntuali e infine per la divisione Eventi gli importanti inserimenti di nuove risorse, avvenute nei mesi scorsi e quelle future, consentiranno di supportare e accelerare la crescita della divisione. Alla base di tutto vi è sempre la forte attenzione da parte del nostro Gruppo all'innovazione tecnologica e soprattutto alle persone, per noi al centro, fattori imprescindibili per crescere e affrontare le sfide presenti e future del mercato».

In ambito tendenze, il Gruppo Gattinoni, essendo forte di oltre 1500 agenzie di viaggio in tutta Italia, rappresenta un campione molto significativo degli orientamenti degli italiani nei confronti del turismo organizzato.

In veste di big player del travel, il Gruppo condivide i dati del network, tracciando le preferenze e le modalità con cui i connazionali si rapportano alle vacanze estive.

In termini di volumi, l'estate Gattinoni registra +34% rispetto a quella del 2022 e +22% rispetto al 2019. In termini di passeggeri, l'estate 2023 li vede aumentare del +19% rispetto all'estate 2022 e +6% verso quella del 2019. Vale la pena ricordare che nel 2022 si è tornati a viaggiare solo in primavera, privilegiando l'Italia per ovvi motivi. Il 2019 rappresenta l'anno con ciclo completo, quindi parametrabile.

Se da un lato non esiste più il periodo delle grandi ferie estive, gli italiani scelgono di effettuare viaggi e soggiorni più brevi ma più frequenti. Come tipologia, al target famiglie si è affiancato quello dei giovani, che chiede prodotti più su misura da fruire con maggiore libertà. Le coppie più giovani, che magari prima non si affidavano al turismo organizzato, si rivolgono alle agenzie chiedendo soggiorni di durata 5,6,7 giorni, per capacità di spesa o perché lavorano in aziende che non effettuano una completa chiusura. Il "su misura" vale anche per le prenotazioni di tour, che rispetto a quelli preconfezionati previsti per una dozzina di partecipanti, vengono richiesti a livello individuale.

Le destinazioni che sono andate per la maggiore al momento sono, per l'Italia, Sardegna, Sicilia e Puglia, seguite dalla Calabria per un prodotto più accessibile. L'Egitto e il Mar Rosso egiziano spiccano tra le destinazioni preferite grazie all'ottimo rapporto qualità prezzo e alla vicinanza e prevalgono sulla Grecia, sempre più disintermediata; nel medio raggio hanno performato bene gli arcipelaghi spagnoli, Baleari e Canarie, insieme agli Emirati. Nel lungo raggio l'Oceano Indiano è piaciuto molto, in particolare Tanzania, che abbina safari e relax mare a Zanzibar. Riconfermato il favore riscosso dalle crociere, che in estate avvengono prevalentemente nel Mediterraneo.

In termini di prenotazione anticipata, Gattinoni ha rilevato due atteggiamenti distinti nel primo semestre. In inverno si è assistito a molto advance booking, a 60 giorni rispetto alle partenze. Per l'estate c'è più attendismo, avvengono richieste sotto data. Il pricing non è stabile, l'offerta dei posti volo è sovente inferiore alla richiesta, spesso i prezzi vengono rivisti e aggiornati dai fornitori negli ultimi 30 giorni, non favorendo certamente la stabilità del mercato. Alcuni operatori faranno presumibilmente promozioni last minute.

Commenta **Sergio Testi**, direttore generale Gruppo Gattinoni: «L'andamento del Gruppo in tutte le sue aree di business è sorprendente e sopra le aspettative. Siamo soddisfatti anche dei numeri di questa estate, la prima vera estate post pandemia a pieno regime; i nostri dati confermano performance soddisfacenti e in alcuni casi la conquista di clientela più giovane o nuova per il turismo organizzato. Le agenzie di viaggio sono effettivamente ripartite sin da gennaio, grazie alla forte domanda già presente dall'inverno e, a inizio primavera, con il traino dei ponti festivi, con crescite ragguardevoli rispetto a pari periodo 2019. Le prenotazioni delle vacanze estive sono state importanti e costanti nei mesi primaverili beneficiando anche delle proposte in advance booking, mentre abbiamo notato più prudenza con il passare dei mesi e con ritmi più sotto data da parte dei clienti. Il post pandemia conferma, comunque, il ritorno dei consumatori in agenzia e l'importanza della consulenza, assistenza e tutela da parte dei professionisti. L'Italia è sempre tra le mete preferite, mentre si attesta un boom del Mar Rosso egiziano grazie all'ottima qualità prezzo, ciò a discapito della Grecia, più disintermediata, e delle mete mediterranee, anche se reggono le Baleari. Riparte, rispetto al 2022, anche il lungo raggio, in particolare Oceano Indiano, ma anche su altre mete sia per soggiorni mare sia per i viaggi itineranti».