



ROAD TO... PERÙ AGENT

«Perù: A Tutta Natura» 07 Maggio 2020 h. 14.30



One! Travel Network al seminario europeo sul lavoro

[0] 6 giugno 2013 14:53



Rinaldo Bertoletti, amministratore delegato di One ! Travel Network porterà la propria esperienza imprenditoriale all'importante seminario europeo "Il lavoro autonomo e l'imprenditorialità: il ruolo dei Spi nella creazione di posti di lavoro" in corso oggi e domani a Roma presso l'hotel. Il seminario è organizzato dalla Commissione europea in cooperazione con il ministero del lavoro e delle politiche sociali nell'ambito del

Laboratorio europeo sulla mobilità del lavoro (MobilityLab). «La mia partecipazione a questo seminario nasce dalla collaborazione con ItaliaLavoro nata tre anni fa in fase di star up di One ! Travel Network – spiega Bertoletti – In conseguenza di questa azione, oggi ci troviamo qui, assieme a Domenico Bova e Antenore Cataldi di ItaliaLavoro, a testimoniare a MobilityLab il nostro "caso aziendale" nel quadro della cooperazione di cui sopra». Il seminario si propone di presentare e discutere i risultati dello studio realizzato dal MobilityLab e di avere un confronto attivo sulle implicazioni dei risultati sulla politica dei Spi in materia di sostegno al lavoro autonomo e all'imprenditorialità.



TRAVEL COMUNICA

ROAD TO... PERÙ AGENT
«Perù: A Tutta Natura» 07 Maggio 2020 - h. 14.30
[Clicca qui per iscriverti](#)

Segui i webinar di PromPerù, ricchi di spunti e consigli da vero intenditore, e diventa Esperto della destinazione.

ULTIME NEWS



Alitalia: ancora non c'è un piano industriale per le due newco



Alitalia: marzo è stato un mese disastroso per il trasporto aereo



Logis Hotels: nuovo patto con le Ota (-5% di commissioni nel 2020)

L'ad Rinaldo Bertoletti presenta i progetti del gruppo
**G40 Travel Group, nuova realtà
nel mondo dei network**

Le adv affiliate sono 54, altre 20 entro fine anno



Da sinistra, l'amministratore delegato del network G40 Rinaldo Bertoletti, al suo fianco il consigliere Agatino Falco. Attualmente le agenzie affiliate sono 54, in gran parte nel Nord Italia

testo e foto di MASSIMO TERRACINA

BOLOGNA - Nel febbraio del 2003 un gruppo di agenti di viaggio, ricchi del know how di sette anni di appartenenza al gruppo Comark, hanno deciso di intraprendere una via abbastanza nuova nel mondo del turismo. «G40 Travel Group non è un network come gli altri - commenta l'amministratore delegato Rinaldo Bertoletti, un passato da imprenditore capitalizzato nel turismo - ma una società di capitali i cui soci sono le agenzie di viaggio che credono nel progetto comune. Ognuno dei soci ha gli stessi diritti, e il network si rivolge ad agenzie di elevato fatturato per consentire un maggior beneficio comune».

Infatti, come minimo, il fatturato deve essere di un milione e mezzo di euro: l'agenzia deve essere inoltre staccata da altri gruppi, network o franchising, e di proprietà, con una esclusiva territoriale. «La nostra forza - prosegue Bertoletti - credo sia che il guadagno lo perseguiamo in agenzia, mentre come G40 desideriamo unicamente rafforzare il concetto di gruppo, del nostro gruppo. Alle agenzie è richiesta una fee di mille 500 euro all'entrata, una tantum, e un contributo spese di 2 mila euro annui per la gestione operativa. Del resto non ci tratteniamo nulla dalle vendite, nessuna royalty, o dalla nostra partecipazione alla contrattazione di operazioni mirate che necessitano di una solidità dei soci, e quindi da questo si evince che ci rivolgiamo solo a "certe" entità». La strategia di G40 si può riassumere, nelle parole di Agatino Falco, consigliere, nell'aumento della coesione e collaborazione fra agenzie associate e tour operator, attraverso la quale gli accordi commerciali con i fornitori abbiano lo scopo di ottenere condizioni economiche di gruppo migliori e strumenti di vendita più accattivanti in quanto esclusivi.

«Il nostro fine ultimo - conclude Bertoletti - è l'aumento della penetrazione sul mercato utilizzando il "gruppo", lasciare alle singole entità la libertà imprenditoriale, essere professionalmente un tramite reale fra fornitore e cliente finale, dare supporto ai soci meno esperti e ottimizzare le sinergie con proposte di gruppo». Le agenzie aderenti al momento sono 54 con prevalenza al nord e una previsione di aumento di altre 20 entità al vaglio del consiglio di amministrazione: il presidente è Guardigli dell'agenzia Trottole di Forlì.