Schiavon, Costa: "La multicanalità è un obbligo, ma non a discapito delle agenzie"

Dynamic pricing, parity rate, advance booking e multicanalità sono stati gli argomenti di discussione alla tavola rotonda con i principali attori del tour operating italiano organizzata da **Welcome Travel** all'hotel Parchi del Garda di Lazise per la convention del gruppo che si è tenuta il 31 gennaio e il 1° febbraio insieme agli agenti di viaggi del nord Italia.
Sul palco, moderati dal nuovo amministratore delegato di Welcome Travel **Adriano Apicella**, c'erano Roberto Pagliara di Nicolaus, Carlo Schiavon di Costa, Pier Ezhaya di Alpitour, Fabio Giangrande di Albatravel, Luca Battifora di Hotelplan e Massimo Broccoli di Veratour.
Insieme ai giornalisti di settore si sono confrontati sul tema della remunerazione delle agenzie di viaggio: un tema molto d'attualità subito preso di petto da **Roberto Pagliara**: "In Nicolaus abbiamo puntato molto sul dynamic pricing e sul mantenimento del parity rate per garantire una giusta remunerazione delle agenzie. Oggi infatti il cliente arriva in agenzia dopo aver già visto diversi siti web e diventa importante garantire loro un prezzo finito: per questo abbiamo stabilito un tetto massimo di differenza del 5% tra i diversi canali di distribuzione e abbiamo detto no alle Ota, anche importanti, che volevano solo vendere un prezzo scontato".
L'essere presente su più canali distributivi non è più un tabù e il concetto viene ben sintetizzato da **Carlo Schiavon** di Costa, azienda che è anche azionista di Welcome travel: "Il nostro gruppo è come una catena d'hotel sull'acqua: dobbiamo vendere migliaia di camere ed è impensabile affidarsi solo alle agenzie di viaggio per affrontare il mercato. Per questo noi dobbiamo essere ovunque ci siano i nostri clienti e sappiamo tutti che molti di questi non prenoteranno mai in agenzia. Allo stesso tempo noi dobbiamo garantire che la multicanalità non vada a discapito delle agenzie di viaggio e riconoscere la remunerazione per quelli che sono i loro clienti".
Il prezzo dinamico è ovviamente sostenuto da **Fabio Giangrande**, essendo Albatravel l'azienda più web oriented della platea, e da **Pier Ezhaya,** direttore tour operating dell'altro azionista di Welcome, Alpitour, che aggiunge un altro tassello: "Anche noi abbiamo puntato molto sul prezzo dinamico per riuscire ad ottenere un maggior numero di prenotazioni anticipate. Questo ovviamente ha un costo: una prenotazione fatta 200 giorni prima rispetto all'estate non ha lo stesso valore di una fatta a maggio. Non vogliamo rendere la cosa più complicata, ma sono sicuro che a fine anno le agenzie

saranno soddisfatte di questa virata sull'advance booking".
Fuori dal coro ci sono invece **Massimo Broccoli** di Veratour che rivendica il metodo tradizionale della certezza del prezzo e **Luca Battifora** che evoca un modello di remunerazione per le agenzie che vada oltre i piani commissionali e preveda, ad esempio, di valorizzare il tempo speso per elaborare una proposta di viaggio con il pagamento del preventivo.