



Buongiorno, volevo innanzitutto ringraziare i moltissimi colleghi che hanno aderito all'iniziativa o che, in ogni caso, hanno dimostrato interesse e preoccupazione per questo ennesimo attentato al nostro lavoro.

Come molti di voi hanno giustamente sottolineato, MSC non è l'unica che, direttamente o attraverso terzi, vende al di fuori del canale agenziale o propone i suoi pacchetti attraverso grossi distributori come ipermercati e grandi aziende nazionali – Poste Italiane, FIAT, Telecom, Infostrada, etc etc – ed è quindi giunto il momento di prendere una posizione chiara e forte a fronte di iniziative e fornitori che, pur negando, vendono invece direttamente al cliente finale usando tariffe e stratagemmi ai quali la quasi totalità delle AdV non può accedere.

Certo sarà dura far fare loro i giusti passi indietro, ma non tentarci e soprattutto non riuscirci significherebbe nel brevissimo periodo, la perdita delle nostre aziende. E non si credano al sicuro le realtà più "dimensionate" che magari godono, oggi, della stima e dell'apparente benevolenza dei T.O.: è fisiologico che anche per loro sia solo una questione di tempo prima di essere fagocitati dal sistema perverso che si è creato.

Naturalmente, nel caso specifico, MSC ci verrà a dire che non è vero che vendono direttamente, che non è vero che fanno sconti ai clienti Auchan o ai clienti BancoPosta e che sono altri a farlo al loro posto. Regolari agenzie di viaggio sulle quali loro non hanno nessun controllo...

Ma le tariffe a queste agenzie chi le dà? Il prodotto chi lo dà? L'autorizzazione a pubblicizzare le relative tariffe e le modalità chi la dà? Perché qualsiasi T.O. - e mi pare giusto - a me non permette, pur fornendomele, di pubblicare e soprattutto pubblicizzare tariffe diverse da quelle da catalogo se non esclusivamente con una locandina che deve però restare all'interno dell'agenzia?

La risposta è semplice: perché scoppierebbe un casino terribile – esperimento già provato anni fa con altra compagnia crocieristica - se io, piccola Agenzia di Palermo, bloccassi e garantissi 500/800 cabine su svariate partenze estive ottenendo naturalmente un prezzaccio, e questo prezzo lo facessi pubblicizzare SENZA PRIMA AVVERTIRE E OTTENERE IL CONSENSO da un grosso portale internet in grado di legarlo in co-marketing con un grosso marchio italiano! Perché la prima a bloccarmi sarebbe proprio chi mi ha dato il prodotto e cioè la società di crociere che è l'unica che può decidere come, dove, con quali modalità e con che prezzi, dovrà essere pubblicizzato il SUO prodotto.

Quindi, non facciamoci prendere per il naso: se il prezzo circola, se l'offerta viene pubblicizzata in una data maniera e in determinati luoghi, MSC non può non esserne al corrente e non averne autorizzato la diffusione. E, soprattutto, non può non sapere e capire che un'offerta del genere, reclamizzata in quel modo, taglia fuori la nostra distribuzione tanto "cara" a loro.

L'idea che si farà il cliente Auchan leggendo tale offerte non potrà che essere positiva verso questo canale di acquisto, senza considerare se dietro c'è o meno un'agenzia di viaggio ma sicuro che nella sua agenzia di fiducia non potrà trovare di meglio.

La nostra iniziativa, nata non solo da me ma da parecchie AdV italiane e fra l'altro scritta in toni pacati e mai sopra le righe, mira esclusivamente a tenere alta l'attenzione su questi fatti, a far capire ai fornitori che non esistono figli e figliastri e che se si proseguirà su questa strada, i figliastri decideranno certamente di accordarsi con altri competitors al fine di restare sul mercato. difendendosi con le unghie e con i denti.

SANDRO PROFUMI & ALTRI ADV