

LARAP[®]
 dal 1974 service **TORINO**
 ARTICOLI PUBBLICITARI

Hai fretta?
 Lavorazioni Express
 Garantite!

www.larap.it

ITALIA
TTG

ALBATRAVEL
 SI SCRIVE 30 ANNI,
 SI LEGGE FUTURO
www.albatravel.com

8 Luglio 2019 N. 26 ANNO XLIX

Prezzo per copia: € 0,52 Settimanale: Poste Italiane S.p.a. - Spedizione in Abbonamento Postale - AUT. N° MBPA/CN/AN/035/A.P./2019 - STAMPE IN REGIME LIBERO

www.ttgitalia.com

ESPANSIONE WIZZ AIR

In ordine 250 aerei
 per competere sul low cost

IL PROGETTO ALIDAYS

Con Glance un importante
 cambio di passo

REVIVAL CAPO VERDE

La destinazione
 torna alla ribalta



Specialisti per Passione



**TTG People al via
 con il Quality Group**



IMPERATORE
 TRAVEL WORLD

www.imperatore.it



Sardegna

VOLA **GRATIS** CON EASYJET



PER INFO E PRENOTAZIONI 0813339400

#TTGPeople Dietro le quinte del turismo



Il direttore commerciale Marco Peci. Prima di entrare nel Quality Group ha avuto un passato da musicista. Una passione, che, secondo quanto ci ha raccontato Serra, è stata determinante per il suo ingresso in azienda



In alto a sinistra, il presidente del Quality Group, Michele Serra, seduto accanto ai suoi dipendenti al booking. Serra non ha un ufficio di rappresentanza, ma lavora insieme allo staff e gestisce le pratiche



La targa che accoglie all'ingresso della sede



Silvia Terreni, responsabile del prodotto Corea. A lei spetta l'arduo compito di "unire" le due Coree, facendo soprattutto dell'area Nord una destinazione turistica per il mercato italiano



Al booking si lavora insieme in open space

#TTGPeople a

È iniziato a Torino, nella sede del t.o. di Michele Serra, Negli uffici di Lungo Dora Colletta il Gruppo porta

DI ALESSIA NOTO

Un presidente che lavora accanto ai suoi dipendenti, sale caffè che diventano sale riunioni improvvisate durante una pausa, uffici colorati e persone che dichiarano apertamente amore per il proprio lavoro. Basta fare un giro nella sede del Quality Group per sfatare il mito che il turismo organizzato non abbia più nulla di nuovo da raccontare. Il viaggio di #TTGPeople nelle aziende del turismo è iniziato proprio dai suoi uffici di Lungo Dora Colletta, a Torino, dove anni fa ebbe inizio anche la storia di TTG Italia. E quello che è subito balzato ai nostri occhi è come "la passione" di un gruppo di persone, in questo caso quasi 250, possa portare cambiamento, in un'industria chiamata a rinnovarsi di continuo.

IDENTITÀ TORINESE

Come la città che la ospita e l'ha vista nascere, l'azienda di Michele Serra

porta avanti un percorso di innovazione continua senza ostentazioni, con dedizione e creatività. Creatività che nasce prima di tutto da una sana passione, come recita una targa all'ingresso: "Ciò che ci muove è la passione per il viaggio".

Alla base c'è l'amore per il turismo organizzato. Quello che ha portato il presidente Michele Serra a decidere di dar vita all'azienda semplicemente per continuare a fare ciò che apprezza di più, chiudere pratiche di viaggio accanto ai suoi dipendenti e senza un ufficio di rappresentanza. "Sono nato come agente di viaggi, mi sono appassionato a questo lavoro", racconta.

"Quando è nato il Quality Group abbiamo detto 'creiamo una sovrastruttura che ci permetta di continuare a fare gli agenti di viaggi. Deleghiamo ad altri le cose serie (commercializzazione, informatica e finanza) e noi continuiamo a concentrarci su ciò che amiamo e sappiamo fare meglio, cioè il turismo".

casa del Quality

il viaggio di TTG Italia nelle aziende del mondo travel. avanti progetti innovativi con passione e dedizione

L'IMPEGNO

Quello stesso amore che ha portato la general manager di Europa World, Daniela Fecchio, a farsi carico, dopo una lunga gavetta tra le fila di Ventana, di uno dei prodotti più difficili da vendere e "ripensare" nel turismo organizzato: il Vecchio Continente appunto. E allo stesso tempo a guadagnarsi una quota rosa nel consiglio di amministrazione del Gruppo torinese. "Un po' è stato merito della grande passione che nutro per questo lavoro, per la conoscenza del prodotto, ma anche per il mio essere moglie e madre", spiega.

Lo stesso amore che ha portato un giovane, poco più che 30enne, di nome Gabriele Bassi a lasciare una carriera già avviata come professore di Lettere a Milano per entrare nella grande famiglia del Quality Group al fianco di Serra. "Mi ha pregato di farlo lavorare qui - racconta il presidente -. La sua passione mi ha travolto". Ora, do-

po quattro anni di lavoro fianco a fianco con Serra, Bassi si è specializzato sul prodotto Giappone, di cui si appresta a ereditare le redini.

LAVORO ARTIGIANALE

Sono storie che parlano a tutto il turismo organizzato quelle delle persone che vivono e lavorano negli uffici del Quality Group. Perché ci dicono che, al di là dei risultati finanziari, delle nuove realtà tecnologiche che si fanno strada nel settore, l'aspetto umano, quello che porta a tentare nuove strade con testarda creatività e a coltivare relazioni, dentro e fuori dall'ufficio, può ancora fare la differenza. Perché come spiega Michele Serra, se il Gruppo torinese si è guadagnato un posto duraturo nel mercato non è per la portata degli investimenti di un colosso della finanza. Alla fine di tutto, dice il presidente del Quality Group, "siamo cresciuti grazie alla nostra creatività e artigianalità".

Reparto missioni (im)possibili

Cercare di fare della Corea del Nord una destinazione turistica, scoprire spazi ancora sconosciuti dell'Europa. Ripartire sulle mappe degli italiani la Turchia o ancora spiegare agli agenti come vendere l'America Latina in "orizzontale". Si potrebbe dire che all'interno del Quality Group esista un vero e proprio "reparto missioni impossibili".

Questo reparto è composto, nello specifico, da Silvia Terreni, responsabile del prodotto Corea del Nord e Corea del Sud; Daniela Fecchio, general manager di Europa World e Francesco Vitali, general manager di Latitud Patagonia. I tre lavorano su prodotti differenti, ma tutti a loro modo "complicati".

Il compito più arduo, probabilmente, spetta a Terreni. È lei, infatti, la persona addetta a immaginare itinerari che possano "riunire" le due Coree e portare la Corea del Nord nei desideri dei viaggiatori della Penisola.

Trovare un modo "alternativo" e interessante di vendere un prodotto disintermediato come il Vecchio Continente è invece il compito di Daniela Fecchio. Lei che i viaggi in Europa li ha visti nascere, quando negli anni '80 "partiva in torpedone" con i bus di Ventana, dove ha lavorato come responsabile del prodotto.

C'è poi Francesco Vitali con la sua America Latina "orizzontale", che sfida le cartine geografiche. Con i suoi itinerari Vitali cerca di spronare le agenzie a vendere l'America Latina per aree climatiche e non da Nord a Sud, come la si intende più classicamente. Una soluzione più comoda anche per i meteoropatici.

Francesco Vitali, general manager di Latitud Patagonia. Con il suo team si impegna a studiare nuovi modi di vendere l'America Latina



Il general manager di Europa World, Daniela Fecchio. È l'unica quota rosa nel cda del Quality Group



Il giovanissimo team di Europa World al completo. Sotto la guida della general manager, Daniela Fecchio, viaggiano per il Vecchio Continente in lungo e in largo alla scoperta di luoghi ancora poco battuti e disintermediati. In ufficio invece si occupano di ogni aspetto del viaggio. Le loro giornate scorrono tra la costruzione di itinerari originali, la ricerca di nuove strutture e la gestione delle pratiche di viaggio dei clienti, molti dei quali affezionati repeaters in cerca di soluzioni sempre nuove