



OGNI 3 PRATICHE, 20€ IN BUONI CARBURANTE



ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER | BANCA DATI | TURISMO RESPONSABILE | WEB TV | MOBILE



# agenzia di viaggi

il network dell'informazione turistica

CHI SIAMO | PUBBLICITÀ | WEBTV | NEWSLETTER | CONTATTI

TRANSLATE

Home | Annuario | Giornale | Giornale Online | Speciali | Lavoro | Offerte Turistiche | Eventi e Fiere

SONO ANCORA AL LAVORO, MA VOGLIONO GIÀ SENTIRSI IN VACANZA?

Giornale del 31 Maggio 2012 - Speciale Cofanetti - sfoglia il giornale

## Nuovo business in scatola

Speciale Cofanetti

NUMERO: 20

31-05-2012

 invia ad un amico  
 stampa articolo  
 download pagina Adv  
 download cover Adv



Il viaggio regalo nel cofanetto regalo tiene bene: gli operatori annunciano progressi a due cifre, le agenzie sono un partner importante, e cresce l'autoconsumo: chi non può permettersi la vacanza si concede qualche weekend sfizioso, e vicino. Perché per definizione nel cofanetto c'è prodotto di prossimità e di facile consumo, con il pregio psicologico della distanza dal prezzo: tutto già pagato, anche in caso di autoregalo, niente patemi sugli extra.

Si stima un mercato da 100 milioni di euro in Italia nel 2011, approssimato per difetto, a far due conti sui fatturati dichiarati. Ma il potenziale forse supera i 360 milioni di euro indicati dai marketer con i loro parametri. C'è ancora molto business da fare, anche in adv, dove il cofanetto tra l'altro fidelizza clienti.

### Emozione3

«Le agenzie contano sul nostro prodotto affidabile, sulla gamma vastissima che risponde anche ai repeater, e che ora va molto anche per l'autoconsumo: qualche weekend in Italia, alternativo alla vacanza più costosa. Anche così l'agenzia coltiva il rapporto con un cliente che tornerà, appena possibile»: parla Bruno Cirone, responsabile trade di Emozione3, il cofanetto tutto italiano realizzato da Andrea Dusi con il suo gruppo WishDays. Che nel 2011 ha raddoppiato le vendite, fino a 430.000 cofanetti per oltre 35 milioni di euro, 12 dei quali nelle agenzie di viaggi, commissionati. «La tendenza resta ottima – dice Cirone – siamo avanti dell'80%, per fine anno puntiamo a 600.000 cofanetti venduti». Alle agenzie Emozione3 dedica una squadra commerciale di 15 account in tutta Italia, e quattro persone all'help desk esclusivo. Emozione3 è distribuito da 4.200 agenzie, e nelle rilevazioni GfK risulta il più venduto dal trade del turismo, con oltre il 34% di quota di mercato.

Contribuisce il fatto che Emozione3 sconsiglia alle agenzie il mix di marchi sullo scaffale: «Ascoltiamo molto il trade, offriamo massimo supporto. E preferiamo un rapporto esclusivo – dice Cirone – si lavora di più e meglio, possiamo essere più generosi con i nostri partner. Ma andiamo forte anche perché rigeneriamo continuamente il prodotto, con novità delle quali le agenzie diventano veri e propri testimonial».

A partire da 28 linee tematiche: fino a 1.000 proposte per cofanetto, 6.000 strutture dall'agriturismo al 5 stelle di charme, da 25 a 400 euro per una qualità a monitoraggio costante. Nuova la linea What a Gift! che nel cofanetto aggiunge un oggetto di qualità – il cavatappi con il weekend degustazione, la candela aromatica con il benessere. In progresso l'area corporate: «Emozione3 è uno strumento di marketing incentivante e competitivo – dice Cirone – anche ora che le aziende sono tenute al risparmio. Seminiamo su un territorio che è vastissimo». Intanto c'è l'accordo con Allianz S.p.A., che premia con lo Scigno delle Emozioni Allianz coloro che rinnovano la polizza vita. Emozione3 è un t.o. a tutti gli effetti, con licenza e tutti i requisiti del t.o., anche sotto il profilo assicurativo. [www.emozione3.it](http://www.emozione3.it)

### weBox, Alpitour

weBox, il cofanetto di Alpitour, c'è dal 2008 e capitalizza tutta la massa critica e il know how del gruppo. «Su tutti i livelli di servizio con la logica del tour operating – spiega Roberto Brescia, direttore marketing AW – dove qualità e servizio sono quelli trasversali a tutta la nostra offerta, costantemente monitorati. E con un booking dedicato al cliente per quasi tutte le tipologie di weBox» salvo ad esempio la sola esperienza, senza pernottamento.

In weBox Alpitour ha anche strutture all'estero, ma la gran parte è in Italia: da 29 euro a quasi 400 per due persone e una notte. «Il cofanetto piace agli hotel perché li proietta nel mercato della regalistica – sottolinea Brescia – perché ha buona visibilità mediatica, oltre che sugli scaffali di circa 6.000 delle nostre adv partner». E conferma Brescia: il cofanetto ora diventa anche autoregalo, soprattutto tra giugno e i primi di agosto, perché ha un picco a Natale ma ormai si vende tutto l'anno.

«weBox è un prodotto ancillare nel nostro mix – aggiunge Brescia – e un segmento liquido, poco prevedibile. Ma ci crediamo, vogliamo rafforzarlo perché risponde bene a un consumatore curioso di livello medio alto, e alla domanda di short break. Per settembre elimineremo alcune box non performanti, e approfondiremo la scelta tematica, raddoppiando l'impegno in prodotto e volumi. E ci aspettiamo uno sviluppo a tre cifre». weBox si declina nelle versioni Passione, Città d'Arte, Natura, Benessere, Gusto, Golf, Unesco e Famiglia, e nelle tipologie esperienza, e soggiorno-esperienza. In ogni weBox da 90a 150 strutture, con rare sovrapposizioni e partnership importanti come quelle con UNESCO, con I Borghi più belli d'Italia, SlowFood e l'Università degli Studi di Scienze Gastronomiche di Pollenzo. [www.alpitour.it/webox](http://www.alpitour.it/webox)

### Smartbox

Smartbox è in Italia dal 2007, filiale del gruppo internazionale fondato in Francia nel 2003 da Pierre-Edouard Stérin, che all'inizio di quest'anno annunciava per il 2011 un fatturato globale di 500 milioni di euro, realizzato in circa 20.000 punti vendita di 20 Paesi nel mondo, con una gamma di 500 cofanetti, 24.000 partner e 38.000 attività.

in 
  
 Ricerca avanzata

**Viaggia con Noi**  
Salerno-Palermo / Salerno-Messina

**PROMOZIONI ESTATE 2012**  
**SCONTI FINO AL 30%**

Promozione soggetta a limitazioni e disponibilità di posti

**Scopri le promozioni!**

entra in travell D

ULTIMI CONTENUTI

UTENTI PIU' ATTIVI

### offerte turistiche

#### Aitour

Tour 8 giorni/7 notti



Scozia e Irlanda sono le due destinazioni al centro di altrettante offerte speciali firmate Aitour: due tour per scoprire gli aspetti più autentici dei due Paesi con partenze a giugno. [continua](#)

Ridentour Italia Soggiorno

Scirocco Tours Namibia Tour 13 giorni/10 notti

Flyaway Cala Gonone Soggiorno 7 notti

Pierre&amp;Vacances Trinità d'Agultu Soggiorno 7 notti

Welltour Budoni Soggiorno 7 notti

[Elenco Completo](#)

### lavoro

#### Holiday Express

Offerta/Lavoro

nuovo Network ADV ricerca per sviluppo rete commerciale nelle province di: Torino, Milano, Como, Brescia, Bergamo, Varese, Verbania, Monza e Brianza, Verona, Vercelli, Padova, Genova, Piacenza, Forlì...

Ricerca/Lavoro Direttore Tecnico - Lombardia

Offerta/Lavoro Produttori Plurimandatari - Calabria / Sicilia / Lombardia

Offerta/Lavoro Senior Accountant - Milano

Offerta/Lavoro Retail Account Manager - Lazio e Campania

Vendita Agenzia Vendita Agenzia - Milano

Offerta/Lavoro Addetto Operativo Gruppi part time -

I 65 milioni fatturati l'anno scorso in Italia, con 800.000 cofanetti venduti in 4.000 punti vendita, fanno di Smartbox il leader nazionale sul segmento: «Siamo un mercato importante – dice Paola Pianciola, country manager – in un anno siamo cresciuti di un altro 15%, ma la crisi fa male anche a noi, contavamo di crescere molto di più». Anche perché, ad esempio, il 2010 sul 2009 aveva triplicato i risultati. «Fino all'anno scorso abbiamo venduto il 20% nelle agenzie di viaggi – aggiunge Pianciola – ma con la crisi la loro quota sta scendendo al 15%. Siamo sugli scaffali di circa 2.500 dettaglianti, con alcuni la collaborazione è molto stretta ed efficace, e abbiamo accordi con tutti i maggiori network». Inclusi Bluvacanze, Cisalpina Tours e Vivere&Viaggiare, Bravonet, HP, Marsupio, Fespit, Uvet ITN, Last Minute Tour, Viaggia con noi di Robintur, Le Marmotte.

Di pari passo con le vendite si estende il contenuto delle Smartbox: al momento circa 50 diversi cofanetti con l'offerta di 5.000 fornitori per un totale di 8.000 attività. «Tra i nostri punti di forza – sottolinea Pianciola – c'è il fatto che clienti e agenti di viaggi possono prenotare autonomamente online, con disponibilità in tempo reale. E per le agenzie abbiamo un help desk con numeri dedicati». Importante anche la tipologia di prodotto, che spazia da una lista di 460 agriturismi in tutta Italia (cofanetto da 60 euro) al cobranding – esclusivo nel segmento cofanetti – con marchi di valore come Best Western e Relais et Chateaux, UnaHotels e Starhotels, a prezzi tra gli 89 e i 200 euro per cofanetto. Le ultime novità, appena uscite, sono Fuga dalla città e Due notti d'incanto: la prima con 250 soggiorni di una notte in agriturismi e B&B, per due persone a 59,90 euro; la seconda è la vacanza in luoghi incantevoli e ricchi di storia, località d'eccezione, ad esempio il B&B di charme tra le colline del Trentino, la masseria dell'800 nella campagna pugliese: in tutto 120 soggiorni a 119,90 euro per due persone e due notti, con prima colazione, in tutta Italia. [www.smartbox.com/it](http://www.smartbox.com/it) - [www.mysmartbox.it](http://www.mysmartbox.it)

#### Boscolo Gift

Libertà è la parola d'ordine per i Boscolo Gift 2012, l'ultima edizione del cofanetto che Boscolo Travel ha lanciato a Natale 2007. «In Italia siamo stati i primi – dice Claudio Martinolli – direttore commerciale e marketing di Boscolo Tours Spa – nel 2011 ne abbiamo venduti circa 70.000, e l'80% nelle agenzie di viaggi partner. In tutto l'anno il nostro Gift ha fatturato oltre 10 milioni di euro. Per Boscolo si tratta di un prodotto non core, ma sta crescendo benissimo in area corporate, e anche qui con un'importante mediazione delle agenzie di viaggi».

Perché alle aziende Boscolo offre un Gift di valore e di massima fruibilità per il destinatario: «Il cliente che riceve Boscolo Gift non deve fare parecchie telefonate per trovare disponibilità – spiega Martinolli – chiama il nostro call centre che cura tutto il processo. Nelle strutture del Gift abbiamo allottment, comunque ottima disponibilità, e se del caso il nostro call centre propone e prenota alternative adeguate. Non è cosa da poco, dato che molte strutture nei periodi di picco dichiarano il tutto esaurito ai clienti dei cofanetti. Anche per questo non abbiamo praticamente cofanetti inutilizzati entro la scadenza». In più Boscolo Gift è la gamma alta del cofanetto, con prezzi dai 99 ai 990 euro – due persone per una notte – in una selezione di 700 strutture dalle 4 stelle in su, «tutte regolarmente visitate», sottolinea Martinolli. E niente esperienze pure, tutte proposte con pernottamento, dove però libertà significa: validità di un anno, ammesso il cambio di meta, hotel e data. Rinnovato il packaging, quest'anno ci sono anche nuovi contenuti: Pet Friendly, per chi viaggia con gli animali domestici; Golf Selection e Extreme Energy, tutto sport e azione; Magici Scenari, tra scenari naturali; Vanity Break, con relax e bellezza. Infine City and Gallery, per chi ama l'arte, con gli ingressi ai musei. Confermate le linee collaudate City, Art, Gourmet, Love e Beauty per un totale di 42 cofanetti. [www.boscologift.com](http://www.boscologift.com)

#### Dreambox

Dreambox è il cofanetto creato da Ulisse Viaggi, l'incentive house del Gruppo Oltremare della famiglia Uva, guidata da Cristiano Uva. Dreambox nasce dall'esperienza di Ulisse sul segmento dei buoni viaggio, che le imprese utilizzano nel loro marketing, coniugata alla specializzazione di Oltremare nell'outgoing lungo raggio di alta gamma. Dreambox quindi contiene sempre un'esperienza di qualità, in Italia e su una rosa selezionata di partner commerciali, per un regalo percepito sempre come di valore, scandito nei tre livelli Chrome, Silver, Golden e Platinum, in sei linee tematiche: Wine&gourmet, degustazioni con e senza soggiorno; Romance, per coppie; Art& culture (dal soggiorno di charme nelle città d'arte all'abbonamento al giornale quotidiano); Wellness&spa; Kids (dal weekend sulle colline Toscane alle due ore di shopping programmato per mamma e bimbi, al giro in elicottero); Sport: i biglietti per il Giro d'Italia o il giro alla guida della Lamborghini, e il golf con pernottamento all'Asolo Golf Club. Infine una versione multitematica: si sceglie dove utilizzare il voucher anche su una comoda mappa interattiva. In ogni cofanetto, oltre al voucher, assicurazione medico-bagaglio e catalogo illustrativo. Verificare della disponibilità e booking direttamente online. [www.dreambox.travel](http://www.dreambox.travel)

#### Regalbox

Regalbox è il marchio dei cofanetti di Activitiz, l'operatore francese di Jacques Cicurel, specialista dal 1999 in buoni e idee regalo. Activitiz è frutto dell'esperienza che Cicurel ha sviluppato negli anni trascorsi alla guida di LeBonKado, grande centrale francese del buono regalo assorbita in seguito da Accor. La sede in Italia c'è dal 2007. Attualmente Regalbox ha una gamma di 32 cofanetti in sette linee tematiche - soggiorno, benessere, sport, gourmet, tempo libero, multitematico, home collection: 2500 fornitori partner per un totale di 4.500 attività, a partire da 24,90 euro. Ma il cofanetto non riporta il prezzo di vendita, com'è per un vero regalo.

Cicurel annunciava a fine 2011 una crescita esponenziale delle vendite nel segmento corporate: "per noi – sottolineava – come per tutto il resto del mercato". Perché le imprese utilizzano il cofanetto – e più di tutto quelli del wellness – sia come regalo che come strumento di incentivazione. Al punto che, giurava Cicurel, la domanda corporate innesca e traina la crescita anche del cofanetto anche sul grande mercato consumer. Tra i suoi clienti corporate Regalbox conta tra l'altro Diesel, Unilever, Reckitt, Ernst&Young. [www.regalbox.it](http://www.regalbox.it)

#### Movebox

Movebox nasce dall'esperienza ricettiva di Move Group, a partire dal 1995 con tre strutture in Umbria, nel parco del Subasio. Di qui nel 2008 prende il via il progetto Luoghi Speciali Club, che aggrega per definizione prodotto di qualità e di carattere in tutta Italia: centinaia di strutture ricettive, aziende agroalimentari e di servizi al turismo. Tutto poi confluisce nel cofanetto Move - Regala un'Emozione, con forte vocazione enogastronomica, distribuito online e da 2.500 punti vendita tra agenzie di viaggi, librerie e negozi, oltre che online.

Tutto si deve all'impegno dei due fondatori: Patrizio Paoletti, specialista di comunicazione relazionale, e Cesare Capedri, sommelier, oste e appassionato di enogastronomia, che segue marketing operativo, partner e distributori. Movebox ha quattro linee tematiche – Sapori, Vacanze, Esperienze, Cultura – per weekend di charme, avventura e sport, benessere, enogastronomia. Più una serie di Edizioni Limitate con borghi e benessere di charme, agriturismo, degustazioni, relais e castelli, e un cofanetto Sposi.

Per settembre 2012 arrivano altri 8 cofanetti – per un totale di 24 – e due nuove linee tematiche, per oltre 4.500 tra attività, esperienze, soggiorni, degustazioni, a costi ancora più invitanti: da 29,90 euro le degustazioni e da 59,90 i soggiorni, nuova grafica e inediti in esclusiva. Come Multiactivity, con 1001 proposte dal benessere alle fattorie didattiche, alle cene con delitto, spettacolo e burlesque (sì, davvero...), e nuovo prodotto per le aziende, anche tailor made. Online c'è la lista dei 2.500 punti vendita, dove dominano le adv. Booking con il servizio clienti Move. [www.specialmove.it](http://www.specialmove.it)

#### Wonderbox

Fondata nel 2004 in Francia da Bertile Burel e Jacques-Christophe Blouzard (detto James), giovane coppia di imprenditori appassionati di viaggi, Wonderbox è in Italia dal 2008, con una gamma di 27 cofanetti tutti di contenuto italiano, a partire da 29,90 euro. L'offerta conta su oltre 1.300 strutture e partner per circa 6.000 attività in 5 aree tematiche: soggiorni, sport, benessere, gastronomia, multi-tematici. Dal primo cofanetto intitolato Réalisateur de rêves dedicato allo sport, lanciato in

Roma

Elenco Completo

#### speciali

Speciale Cofanetti

Speciale Grande Nord

Speciale Sardegna

Speciale Brasile

Speciale Turchia

Speciale Lusso

Speciale Maghreb

Speciale Caraibi

Speciale Crociere

Speciale Spagna

Elenco Completo



#### Ricerca per tag

africa agenti di viaggi agenzie di viaggi  
bit crociere europa fiere germania hotel internet

italia low cost mediterraneo

operatori pacchetti

paesi promozione roma soggiorno tour  
tour operator ttg usa video voli



Francia nel 2004, la crescita sul mercato europeo – spiega una nota – è proseguita in accelerazione: la squadra Wonderbox è cresciuta a 200 persone, e nel 2011 il volume d'affari ha superato i 100 milioni di euro, il 50% in più rispetto al volume realizzato tra il 2009 e il 2010. L'obiettivo stimato per quest'anno sale a 150 milioni. Wonderbox è così il numero due in Europa sul segmento.

I cofanetti si acquistano su portale e call center, e in quasi 300 punti vendita della grande distribuzione organizzata, probabilmente è il marchio meno intermediato dalle agenzie di viaggi. Tra i best seller si segnalano i Tre giorni d'evasione – due notti per due persone da 119,90 euro, su una scelta di 250 tra hotel, B&B e agriturismi distribuiti in tutta Italia; il Week end con gusto, stessa formula ma con due prime colazioni e due cene, per 229,90 euro in un centinaio tra agriturismi, hotel tre o quattro stelle. Non manca il Soggiorno spa & relax, una notte per due con un trattamento, a scelta tra 135 hotel 4 stelle, centri termali e resort, da 129,90 euro. Numerose anche le esperienze senza soggiorno, in tutta la gamma tematica. Infine proposte per la Festa della Mamma, e speciali per il Papà. [www.wonderbox.it](http://www.wonderbox.it)

Marina Firrao

SONO QUASI MAGGIORENNI  
MA LA MAMMA VUOLE PORTARLI  
IN VACANZA CON SE?



<< Torna indietro

Editoriale In Più Soc.Coop. Via Tacito, 74 00193 Roma C.F. e P.IVA 07107631009  
Copyright 2012 - l'Agenzia di Viaggi - Tutti i diritti riservati

Credits  
Powered by Yooplus