

Sommario

Il Direttore

In punta di penna 5

La storia e le storie

Matteo Alessi Anghini
La fabbrica che trasforma i sogni in realtà 10

Anton Giulio Coppa Bennati
Sigaro toscano, storica passione italiana 20

Valeria Maglia
I dolci di nonna Vincenza 30

Francesca Martinengo
Sushi: gusto e salute dal Giappone 35

Il mercato e i suoi comportamenti

Intervista Fulvio Fassone
Travel retail fondamentale per far crescere gli aeroporti UE 41

David Jarach
Attività non avio negli aeroporti e Atri benchmark 44

Peter Mohn
The Macro Backdrop, the Economy and Travel in U.S.A. 52

Alessandro Marchetto e Matteo Panatta
Aeroporti: il retail passa da qui 60

La monografia: Il travel retail del pellegrino

Antonio Barreca e Barbara Ongaro
Pellegrinaggio e giubileo: il valore economico 67

Maurizio Boiocchi
Il turismo religioso: dati e riflessioni per il *travel retail* 72

Nicolò Costa
Hajj tra religione e shopping 81

Sara Simone Lungo la via: beni e servizi nei pellegrinaggi e giubilei	100
Una conversazione di Luigi Troiani con Matteo Sanfilippo La storia dice che <i>travel retail</i> e pellegrini possono incontrarsi	111
Teresa Di Bonito e Antonino Urso Psicologia del consumatore: il caso del pellegrino	117
Tecnologia e innovazioni	
Paolo Catapano Un bagaglio per amico	128
Simone Alessandria L'ebook nel <i>travel retail</i>	133
Strutture e infrastrutture	
Vincenzo Sinibaldi Airport 3.0? How Smart Technologies Are Transforming the Existing Model	138
Iolanda Conte La concorrenza treno aereo nel trasporto passeggeri	142
Recensioni e segnalazioni	152

AUTORI

Simone Alessandria - Fondatore e titolare di Softwarehouse.it. Appassionato di tecnologia, si occupa di software, banche dati, *business intelligence* e reti. È autore del libro "SharePoint guida pratica", Amazon. È Microsoft Certified Trainer. Membro del Cdr di *Travel Retail Italia*, per il settore tecnologie e informatica.

Matteo Alessi Anghini – Inizia in Breil dove si occupa di *marketing*. Nell'azienda di famiglia ricopre prima il ruolo di *Managing Director* della filiale di Londra e quindi di direttore Trade Marketing e Sviluppo internazionale. È ora direttore commerciale Europa e Nord America.

Antonio Barreca - Direttore generale di Federturismo, Confindustria. È stato Vice presidente della Commissione tecnica sul turismo di Uni, Ente nazionale italiano di unificazione. Docente presso Luiss, Uni Cattolica di Milano, Uninettuno.

Maurizio Boiocchi – Giornalista pubblicista e sociologo del turismo, è direttore editoriale di "Luoghi e Cammini di Fede". Autore di numerosi articoli e testi di formazione turistica editi da Hoepli.

Paolo Catapano – Tra i fondatori di Cim, società specializzata in accessori di sicurezza per le valigie. Responsabile commerciale Molise e Campania di Sebach.

Iolanda Conte – Ricercatrice in Uniontrasporti Napoli. Esperta di economia marittima e dei trasporti, formata da studi di logistica, si occupa, anche in qualità di Project Manager, di portualità, intermodalità, sicurezza e innovazione tecnologica dei trasporti, valichi alpini e reti europee.

Anton Giulio Coppa Bennati – Direttore Export & Duty Free in Manifatture Sigaro Toscano.

Nicolò Costa - Sociologo applicato all'economia e al territorio, è coordinatore del corso di laurea in Scienze del turismo, università di Roma Tor Vergata e consulente di *marketing* territoriale. È autore di circa 50 pubblicazioni e dei seguenti volumi: “Turismo e terrorismo jihadista” (2016), Verso l'ospitalità made in Italy, (2013), Web Marketing e Destinazione Ospitale (2012).

Teresa Di Bonito - Docente di Psicologia, Mater Ecclesiae, Facoltà di Teologia, Pontificia università san Tommaso, Roma. Responsabile Sportello d'ascolto psicologico, Pontificia università san Tommaso, Roma. Docente scuola di specializzazione in Psicoterapia cognitivo comportamentale dell'adulto e dell'età evolutiva, Roma.

Fulvio Fassone – Da sempre coinvolto come dirigente nel *travel retail*, è direttore commerciale in Aeroporti di Roma dal 2012. Eletto a più riprese dal 2000 presidente di Atri, è dal 2003 vice presidente Business Development di Etrc, Confederazione europea del *travel retail*.

David Jarach - Fondatore e presidente della società “diciottofebbraio”. Autore di 5 libri e di centinaia di articoli manageriali e divulgativi, sul *management* di aerolinee e aeroporti & *travel retail*. Insegna *Marketing* all'Università Bocconi e a Sda Bocconi, ed è *Visiting Professor* a Donau University, Krems, Aviation Mba.

Donatella Lucente - Ha maturato una lunga esperienza professionale in diversi ambienti internazionali, con attività relazionali e di consulenza. Attualmente opera nell'associazione “Iniziativa euro-mediterranea commercio e servizi” e coordina la redazione di *Travel Retail Italia*.

Valeria Maglia - Giornalista pubblicista, volto noto di una tv regionale siciliana. Specializzata in *marketing* e comunicazione, supporta la divulgazione di molti marchi. Promuove Nonna Vicenza su *social* e testate giornalistiche, e organizzando eventi per l'apertura di sedi e il lancio di prodotti.

Alessandro Marchetto - Ingegnere meccanico, dopo esperienze nell'ambito del *Facility Management* e di servizi per gli immobili, opera nel campo della progettazione in una società di Ingegneria. Membro del Cdr di *Travel Retail Italia*, per il settore spazi e ambiente.

Francesca Martinengo - Giornalista pubblicista, specializzata in enogastronomia, scrive su www.vanityfair.it/vanityfood, Agrodolce.it, icon.panorama.it, Gioia!, e ha un suo ufficio stampa. Con Gribaudo ha pubblicato due libri, l'ultimo “Fornelli in rete. La cucina italiana dei foodblog”.

Peter Mohn – Ha lavorato per agenzie globali di ricerca e consulenza, come Gallup e Tns. È Ad e proprietario di mind-set, agenzia di ricerca leader per il *travel retail*. Viene frequentemente invitato a parlare ad eventi chiave del *travel retail* in Europa, Medio Oriente e Asia, Americhe.

Barbara Ongaro - Giornalista pubblicista, responsabile delle Relazioni esterne e dell'ufficio Stampa di Federturismo, Confindustria.

Matteo Panatta - Ingegnere meccanico, con esperienza nel settore energetico in materia di fonti rinnovabili e ricerca su nuove tecnologie, opera nel settore del *Facility Management*.

Matteo Sanfilippo - Insegna Storia Moderna all'università della Tuscia e si occupa delle migrazioni di persone, idee e istituzioni fra vecchio e nuovo mondo con particolare attenzione alla dimensione religiosa. Fra le opere più recenti: *L'Italia e le migrazioni*, Laterza, 2012 (in collaborazione con Paola Corti), e *Nuovi problemi di storia delle migrazioni italiane*, Sette Città, 2015.

Sara Simone - Specializzata in Letteratura latina medievale, ha insegnato greco e latino. Lavora presso la Biblioteca apostolica vaticana.

Vincenzo Sinibaldi - Business Development Manager for Thanks Again and Smart City solutions in Italy and Europe, on behalf of Comarch Italy. He is experienced in most of retail & merchandising activities: Network Expansion & Development, Shop Opening & Management, Allocation of Commercial Areas, Travel Retail, Airports.

Luigi Troiani – Responsabile Affari istituzionali Europa in Autogrill, consigliere di Serving Europe e Federturismo, vice presidente vicario di Atri. Tra i libri recenti: *Fratelli d'Italia, 150 anni di cultura, lavoro, emigrazione*, (a cura), New York, 2012. Insegna Relazioni Internazionali e Storia e Politiche delle istituzioni europee all'Università Angelicum di Roma. Giornalista pubblicitista, è direttore di *Travel Retail Italia*.

Antonino Urso - Docente di Psicologia Sociale, Pontificia università san Tommaso, Roma. Presidente Associazione italiana psicoterapia cognitivo comportamentale di gruppo. Docente/didatta Scuola di Specializzazione in Psicoterapia cognitivo comportamentale dell'adulto e dell'età evolutiva.

ABSTRACT

Simone Alessandria

Ebooks in Travel Retail

Technology has changed the way we read books, magazines and newspapers, and e-readers' quality is now better than ever. Some issues still remain about the property of ebooks and the freedom for customers to own the content they purchase. In many US airports today passengers can download digital content, and this may open a whole new range of possibilities for travel retailers.

Matteo Alessi Anghini

The Factory where the dreams come true

Founded in 1921 as a workshop for processing brass and nickel silver sheet metal, with foundry, Alessi always stood out for the high quality of products. In almost a century of history, the company gradually evolved to become one of the leading factories of Italian design, capable of applying its expertise and excellence in design management to many different product lines.

Antonio Barreca & Barbara Ongaro

Pilgrimage and Jubilee: Their Economic Value

In recent years, travels to sites marked as “religious” and “spiritual” increased. The greater pilgrimages (Santiago, Rome, Jerusalem, Mecca) represented an important phenomenon with enormous social and cultural influence. Pilgrims travel for purely religious motive, but also to visit

natural environment loaded with history, emotion and culture, to dialogue with their fellow travelers and with the inhabitants of local communities. Human kind's cultural heritage, which also includes expressions of spirituality, has long been a key motive for global travel.

Maurizio Boiocchi

The Religious Tourism: data and thoughts for Travel Retail

Religious tourism is expanding and already is a mass phenomenon. The article presents figures and facts related to the Italian religious pilgrimages through the country, to Europe and Middle East. Considerations are provided to stimulate travel retail to elaborate an offer that may satisfy the specific needs of religious tourism.

Paolo Catapano

The Friendly Baggage

The luggage has always been part of the journey. With the advent of the automobile, the standard size of the luggage was reduced. The same happened when civil mass aviation became common practice. When the smallest generation of trolleys appeared, there was a need to find additional space. "To-block" is the technological solution to extend the capability "to contain" of trolleys.

Iolanda Conte

Passengers' Transportation: trains and planes in competition

The liberalization of air and rail services allowed the entry of new operators. They broke the monopoly of national Companies. Moreover, high-speed railway lines introduced the opportunity to choose among different carriers, comparable in terms of time, travel comfort and costs.

Anton Giulio Coppa Bennati

Toscana Cigar, An Historical Italian Passion

Born at the beginning of the nineteenth century, with its almost 200 years of history, the Toscano cigar has been indissolubly linked with the evolution of Italian history. It is an element of the culture, the style and the creativity of the great Italian manufacturing industry, a symbol of Italian lifestyle. Today MST is a firm safeguarding old traditions and a historical brand such as the Toscano cigar, deeply rooted in the Italian history and territory.

Nicolò Costa

Hajj between Religion and Shopping

Hajj to Mecca is the religious and political opportunity that Saudi Arabia uses to promote the model of the halal trip. Halal tourism market is expanding, aiming at being in line with certification and sustainability prerogatives. Jeddah's and consumerism's models look opposite. Together with the increase of Muslim travelers, the upcoming years will record the pressure of halal model on travel retail.

Teresa Di Bonito e Antonino Urso

The Consumers' Psychology: the Case of Pilgrims

From Maslow pyramid to the Santiago's trail, the article deals with the behaviors of the religious travelers, investigating their psychology and habits. Generally speaking they have no vocation to shop. In practice the services of travel retail are needed by an important segment of pilgrims.

Fulvio Fassone

Travel Retail Fundamental to make EU's Airports to grow

Interviewed by EuNews, based in Brussels, the vice president of Etrc and president of Atri, shows figures and facts, asking the European Commission and Governments a friendly attitude to a sector which continues to create wealth and jobs.

David Jarach

Non-Avio Activities in Italian Airports and Atri's Benchmark

Atri created an innovative benchmark, which is refreshed on a quarterly basis. The tool, which doesn't have in its full picture any real antecedent in Europe, provides useful guidelines in order to steer up the non-aeronautical contribution to an airport company's Ebitda and P&L. A comparison with international performances helps to further steer up targets and chances of business upside.

Donatella Lucente

The European Travel Retail Seen by Duty Free World Council

The recent report produced by the Duty Free World Council is analyzed and summarized. Figures are shown of the impressive impact of duty free and travel retail on the European economy.

Valeria Maglia

Sweetmeat and cakes of grandma Vincenza

Nonna Vincenza comes from an ancient tradition. Its roots are in Agira, an inland village of Sicily. Vincenza started the activity with Aunt Providence, serving cakes for the weddings'banquets in Italy and neighboring countries.

Alessandro Marchetto e Matteo Panatta

Airports: Travel Retail Here It Is!

The constant increase in the number of passengers in airports significantly fosters business opportunities for operators of travel retail. Until a few years ago, airport users were simply travelers; nowadays they are becoming customers as well. The number of brands investing in outlets opening in airports, including small and international brands, is continuously increasing. Airports are turning into big shopping malls with huge sales volume.

Francesca Martinengo

Sushi: taste and health from Japan

The long history of Sushi starts as a way to conserve fish safely for later consumption. In recent decades, it became one of the consumers'favorite staples, also in Western world. The article presents the case of "Sushi Daily", which epitomizes the success sushi is enjoying in recent times in new business environments such as retailing and travel retail.

Peter Mohn

The Macro Backdrop, the Economy and Travel in U.S.A.

The article goes deeply into the economy and travel trends in United States, highlighting the risks and opportunity of travel retail industry. Seven out of ten US travelers go on the internet before making any travel decisions. It is paramount therefore for travel retailers to start reaching out to US travelers. The advent of internet retailers into the duty free space could become the biggest challenge for traditional retailers.

Matteo Sanfilippo

History says that Pilgrims and Travel Retail may meet

The conversation says that pilgrimages belong to humanity and pilgrims share different paths in accordance with their religions. Jubilees in the history are taken as a reference for arguing on the complexity of the relation between the religious tourism and travel retail.

Sara Simone

On the trail: Goods and Services in Pilgrimages and Jubilees

Undertaking a pilgrimage in the Middle Ages was not an easy choice. To help pilgrims on their often long and dangerous journey, a network of services was created to ensure them material and spiritual assistance. Made the devotee journey, the pilgrims wanted to have a proof and a souvenir for that and brought home the *testimonia*, that usually became also the object of family devotion. The *peregrinationes maiores* had for destination Palestine, Santiago de Compostela and especially Rome after the establishment of the Christian Jubilee.

Vincenzo Sinibaldi

Airport 3.0? How Smart Technologies Are Transforming the Existing Model

The evolution of the airports' model of services to passengers is needed, from 1.0 to 3.0. Together with other airports, Heathrow is opening the new era of interaction with smart technologies. Smart Aerotropolis will soon or later be the rule. The entire region surrounding Aerotropolis will benefit from the smart strategy.

Luigi Troiani

The Jubilee at Palazzo Giustiniani in Rome

Rubbettino published the illustrated catalogue of the historical exhibition on Rome and Jubilees, hosted at Palazzo Giustiniani in Rome in March and April, 2016. It's a splendid book with an affordable price, reproducing documents, pictures, comments of experts.