

Montezemolo: «Alitalia-Etihad aumenteranno i turisti in Italia». Il presidente in pectore vorrebbe una politica commerciale aggressiva

ROMA Parla già da numero uno di Alitalia. Luca Cordero di Montezemolo è entrato nel ruolo. Lo ha fatto indicando obiettivi e strategie. Spiegando che l'alleanza tra la compagnia tricolore ed Etihad è una opportunità unica per aumentare il numero dei turisti che visitano in Italia e per supportare le nostre aziende che esportano. Ieri il presidente in pectore ha incassato il consenso convinto del ministro delle Infrastrutture Maurizio Lupi, dopo quello ormai consolidato dei soci. Ma, soprattutto, intervistato da una trasmissione Rai, si è sbilanciato. «Sono stato molto contento - ha spiegato - di vedere un accordo così importante (quello con Etihad) per un'azienda come Alitalia, che non ci dimentichiamo è un'azienda che avrebbe avuto davanti il fallimento». Etihad - ha aggiunto - è una «grande compagnia che investirà molto in questa azienda (560 milioni per entrare nel capitale e circa 700 per comprare nuovi aerei) e permetterà di unire grandi presenze europee, Alitalia appunto, con grandi presenze nel lungo raggio». E a proposito di Italia, sostiene ancora Montezemolo, dobbiamo aver ben chiaro che qui c'è un'azienda internazionale che ha deciso di investire sapendo la potenzialità di Alitalia, ma anche del Paese. Nei prossimi anni avremo un aumento di potenziali turisti, dobbiamo portarli in Italia, non dobbiamo accettare che, come oggi, arrivino prima a Francoforte a Berlino a Parigi. Inoltre, grazie ai nuovi voli diretti, a lungo raggio, e alle sinergie con Etihad ci sono «grandi opportunità anche per le aziende che esportano».

AVANTI TUTTA

La sfida a Lufthansa, British e Air France è partita. Anche perché Montezemolo - che ha già attivato un canale diretto con l'ad Silvano Cassano - non ha nessuna intenzione di entrare in campo per restare ai margini della competizione. Se diventerà presidente come appare evidente - con tutto quello che significa in termini di responsabilità - darà un'impronta molto aggressiva alla gestione, con una marcata discontinuità rispetto al passato. Da qui la necessità di avere pieni poteri su marketing e comunicazione. In vista quindi una rivoluzione nel settore commerciale della compagnia, considerato anche dal ceo di Etihad, Hogan, un cantiere aperto. Non certo all'altezza di una compagnia che punta alle 5 stelle.