

310 posti all'Alitalia. Renzi: «Decolliamo allacciate le cinture». Contratti a tempo indeterminato nelle manutenzioni. Il premier rilancia alla presentazione del nuovo "A330"

ROMA Nuovo look, nuove rotte e nuove assunzioni. È il giorno del decollo dell'aereo Alitalia A330, proiettato nel futuro, moderno e innovativo, che oggi partirà da Roma diretto ad Abu Dhabi con rientro a Milano. «Vorrei chiedervi di allacciare le cinture perché stiamo decollando davvero», dice Matteo Renzi che approfitta di una platea di piloti per fare un parallelismo tra i nuovi aerei e l'Italia: «Stiamo rimettendo il Paese a correre come deve correre». Ieri, nel giorno in cui Alitalia e i sindacati hanno raggiunto l'accordo, dopo una lunga trattativa, per l'assunzione di 310 dipendenti tra personale di terra e addetti alla manutenzione (200 recuperati dalla mobilità e gli altri dal bacino dei contratti a tempo determinato), il premier ha visitato i palazzi della compagnia di bandiera per partecipare alla presentazione del nuovo brand, dei nuovi interni e dei nuovi servizi di bordo. Ad accoglierlo il presidente Luca Cordero Di Montezemolo, padrone di casa, Silvano Cassano, amministratore delegato di Alitalia, e James Hogan, numero uno di Etihad. Con una specie di ola, i quattro, tra gli applausi dei 1500 dipendenti arrivati da tutto il mondo, premono il pulsante che fa comparire, tra luci e suoni, l'Airbus A330 con il nuovo logo. È il momento dello show ma Renzi non nasconde che cosa negli ultimi anni abbia significato Alitalia: «L'Italia in questa vicenda ha dato il meglio di sé ma anche il peggio. Questa è la storia per eccellenza in cui il futuro sembrava alle spalle e invece oggi presentiamo nuovi aerei e nuove rotte. Sembrava impossibile due anni fa. Oggi inizia una storia nuova». La parola d'ordine è "innovazione". Dopo 46 anni, per la prima volta scompare dalla fusoliera dell'aereo la tradizionale banda verde. La nuova livrea è ora dominata dalla "A" tricolore sul timone, resa ancora più grande «con l'obiettivo di rappresentare nel mondo la bandiera italiana con maggiore evidenza», spiega Cassano. Ad aggiungere un tocco di eleganza "made in Italy" è la fusoliera avorio perlato. A bordo sono presenti numerosi marchi italiani che hanno fornito i rivestimenti delle poltrone della nuova business class, le lenzuola, le porcellane e kit di prodotti benessere. Inoltre, a partire da oggi, la connettività wi-fi verrà progressivamente messa a disposizione su tutti gli aerei a lungo raggio, insieme a gallerie di film e altre fonti di intrattenimento. «Un anno fa Alitalia era tecnicamente fallita, ora abbiamo buoni motivi per guardare al futuro con ottimismo -», dice Montezemolo sottolineando che - ci deve essere uno spirito di squadra con il governo italiano». E poi ancora: «Le parole stanno a zero, contano i risultati e già oggi li stiamo vedendo», aggiunge il presidente di Alitalia confermando il 2017 come anno di ritorno all'utile. È Hogan a ricordare che la prima cosa che Renzi gli disse fu «niente politica, la compagnia deve funzionare su basi commerciali' e questo ci ha dato la fiducia per investire» e oggi »Alitalia è veramente un marchio sexy che attrae». La tecnologia si intreccia ancora una volta con lo spettacolo e non manca la gaffe di Ilaria D'Amico, madrina in rosso dell'iniziativa, che volendo alludere a un «rafforzamento del marchio» inciampa in un «rafforzamento del maschio». Sorrisi da tutti i presenti, premier compreso, che si mette le mani tra i capelli e chiosa: «Parleremo con Buffon».