Presentata la nuova Alitalia: si salva ora o mai più

Diciamolo subito: chi si aspettava grossi scoop dal battesimo ufficiale della nuova Alitalia, resterà deluso. La passerella romana di questa mattina è servita a ribadire concetti già espressi nelle scorse settimane e numeri (pochi) ampiamente anticipati sulla stampa. Di nuovo, niente, se non il debutto di Luca Cordero di Montezemolo a fianco di James Hogan e del ceo Silvano Cassano. Montezemolo è il presidente della nuova Alitalia ed ha lui stesso rotto il ghiaccio con la platea ammettendo di provare “un certo effetto a parlare di aerei”. Difficile da credere per uno che di sfide ne ha giocate e vinte, indossando prima la tuta della Fiat e poi quella della Ferrari, per poi mettere il berretto da ferroviere prima di cambiarlo con quello di pilota d’aerei. Gli manca solo il casco dell’astronauta poi potrà dire di aver fatto di tutto nella vita.

Ora o mai più

Innanzitutto va detta una cosa. L’affermazione più netta nel corso del vernissage romano è stata quella del Ceo di Etihad, James Hogan. “Alitalia o si salva adesso, o non si salva più!”. Ultima chiamata, ultima fermata, ultimo decollo, ultimo atterraggio. Insomma, chiamatela come volete ma la festa è finita. Da oggi si deve badare al sodo, chi ha investito tanti soldi lo ha fatto per avere un utile, non è un bancomat utilizzabile in tempi di crisi.

“Ieri abbiamo fatto il primo consiglio della nuova Alitalia – ha spiegato Montezemolo - Siamo partiti da situazione drammatica ma le condizioni di oggi permettono di guardare al futuro con ottimismo".

Le 4 (anzi, 5) priorità di Luca

Quattro le priorità nell’azione di Alitalia e un quinto punto messo avanti agli altri. "La priorità numero uno è una fortissima attenzione per chi lavora in Alitalia – dice Montezemolo – il successo si basa su di loro". Il secondo punto è la forza del brand. "Alitalia deve diventare un'interprete dell’Italia nel mondo, di una Italia moderna, che conta sul proprio vettore in funzione della globalizzazione". Terzo punto è la necessità di conquistare l’eccellenza dei servizi per clienti che vanno considerati come ospiti a cui dedicare il massimo dell’attenzione.

Quarto aspetto riguarda invece le rotte: la proposta aumenterà nel prossimo triennio con nuovi collegamenti e il rafforzamento di quelli esistenti. E anticipa: "A marzo, per esempio, avremo un nuovo volo Venezia-Shanghai". In questo contesto si inserisce l’importanza dall’intesa con Etihad che apre

per Alitalia un nuovo mondo, quella parte che da Abu Dhabi è raggiungibile ad est dall'hub della compagnia araba.
Al di sopra di tutto però, c'è la solidità dell'azienda, aspetto principale della nuova avventura. "Un'azienda che deve creare valore, ricchezza e non dipendere dalle banche. L'impegno è quello di produrre un utile già nel 2017".

Hogan la vuole sexy…

A chiarire, come detto, che Etihad non è entrata in Alitalia per il gusto di mettere un nuovo tassello al mondo dei suoi interessi, è stato Hogan, che ha sottolineato le difficoltà del mercato e del settore in particolare, e degli ostacoli incontrati nella trattativa Alitalia, allusioni comprese a chi avrebbe o vorrebbe far fallire gli accordi. E qui alle spalle del ceo Ethiad è comparsa una slide con un aereo della Lufthansa… A buon intenditor…
"Abbiamo investito 560 milioni di euro in Alitalia e sul piatto c'è un pacchetto 1.700 milioni di euro. Siamo un investitore a lungo termine. Non siamo qui per un investimento mordi e fuggi". In quale Alitalia sperano gli investitori arabi? "Vogliamo dare forza ed energia ad Alitalia perché prosperi. Vogliamo realizzare delle economie di scala perché il vettore diventi più efficiente". Interventi quindi sui costi e investimenti sulle rotte che disegneranno per Alitalia un network mai visto prima. "Non avremmo mai investito in Alitalia se non fossimo sicuri dei risultati". Hogan chiude con una battuta, vecchia di qualche mese ma che nel corso della conferenza è tornata spesso "Alitalia sarà una compagnia sexy". Speriamo sia solo sexy quel che fino ad oggi a volte veniva definito scandaloso…

E finalmente il network…

Ancorché sexy, Alitalia sarà un vettore di grande eccellenza. Ci tiene a sottolinearlo il Ceo, Silvano Cassano."Con gli azionisti abbiamo preso l'impegno di riposizionare l'azienda verso l'alto per diventare una grande Compagnia Premium".
Con il nuovo network sarà possibile raggiungere tutto il mondo o quasi. Sul lungo raggio, sfruttando le interconnessioni con Abu Dhabi da una parte e per il Sud America dall'altra, mentre in Europa l'attenzione è focalizzata su Linate e Fiumicino. In particolare, lo scalo milanese proverà a riprendersi il traffico business verso il nord Europa, puntando alle sinergie con airberlin e FlyNiki.
Il piano di sviluppo interesserà in Italia anche gli scali di Venezia, Bologna e Catania mentre nel campo delle alleanze si presterà la giusta attenzione ai partner Skyteam con i quali sono allo studio alcuni progetti
Rispetto alla nuova rete di collegamenti, il presidente Montezemolo ha sottolineato più di una volta come in passato si sia penato per far arrivare in Italia turisti da mercati nuovi o emergenti e come, grazie alla nuova alleanza, questa operazione sarà facilitata. Una buona notizia per un Paese che 'dovrebbe' vivere di turismo.

L'utile fra tre anni

L’obiettivo è fissato, la strada individuata. In Alitalia c’è ottimismo e Cassano stesso se ne fa interprete. "Il progetto porta al 2017. Gli investimenti si incentreranno su flotta, catering, equipaggiamento, wifi su tutti gli aerei. Se ci saranno notizie migliori, le comunicheremo ai nostri stakeholder".

Ed a chi nel mezzo del discorso incalza con i se e con i ma che si specchiano in quello che è stato, Montezemolo fornisce la risposta più esplicativa possibile: "Basta parlare del passato, siamo qui per guardare avanti, da oggi".