

Giornale di interesse professionale per il turismo

Quotidiano  
**Travel**  
www.travelquotidiano.com  
22 April 2022

PARTECIPA al **Travel Open Village di Roma**  
evolution  
CLICCA QUI per iscriverti



**ROMA TRAVEL SHOW**  
Roma Travel Show:  
Palazzo dei Congressi  
6-7 maggio 2022

Home Chi siamo Newsletter Reportage Eventi&Webinar Eventi Virtuali Tove Lavoro Pubblicità  **Cerca**

In Evidenza Trasporti Tour Operator Alberghi Enti, istituzioni e territorio Mercato e tecnologie Estero Incoming [Tutte le ultime notizie](#)



## Bozzetti: «La vendita di Ita è legata a logiche di profitto a breve termine»

[ 0 ] 22 aprile 2022 10:35



Giovanni Bozzetti

«Non



capire che una compagnia di bandiera rappresenta per uno Paese, una straordinaria leva di marketing territoriale, significa avere una visione miope». Inizia così la dichiarazione di **Giovanni**

**Bozzetti**. Già assessore al turismo e

marketing territoriale di regione Lombardia e del comune di Milano. Nonché docente di turismo culturale e valorizzazione urbana presso l'Università cattolica del Sacro Cuore di Milano.

E continua: «Significa essere ancorati solo a **logiche di profitto di breve periodo**, senza considerare il volano di sviluppo economico che una compagnia aerea nazionale è in grado di generare sul territorio. L'Italia, grazie all'incredibile patrimonio culturale e alle straordinarie bellezze paesaggistiche che vanta, potrebbe quasi vivere di solo turismo. **Invece rinunciamo ad un pilastro della promozione turistica come Ita (ex Alitalia) a beneficio dei nostri principali competitor. Quali Francia, Spagna, Germania, Grecia e Inghilterra, che invece hanno una propria compagnia di bandiera.**»

### Saper gestire

«Il vero nodo del problema per uno Stato – continua Bozzetti – non è avere o meno un vettore nazionale. **Ma è saperlo gestire in modo efficiente senza sprechi e senza che venga asservito ai bisogni della politica.** I risultati economici vanno poi valutati non solo in una logica di puro equilibrio economico diretto. Ma in una visione di benessere complessivo della comunità, che ha certamente un valore più elevato di eventuali perdite di esercizio.»

E conclude: «Un governo dotato di una visione e che ha a cuore il benessere di lungo periodo della popolazione – conclude **Bozzetti** – non può prescindere dall'aver una compagnia di bandiera. Un irrinunciabile asset strategico e un pilastro di ogni efficace strategia di Marketing territoriale. Così si sta immolando la risorsa turistica sull'altare del profitto di breve periodo».

### TRAVEL COMUNICA

**exacta**  
travel partner solution

Lasclati guidare da chi  
conosce la strada



**Exacta Travel Partner Solution** conosce le tue esigenze e grazie ad un'ampia gamma di servizi tecnologici e consulenziali può guidarti nella trasformazione digitale introducendo nuove metodologie di lavoro e processi aziendali snelli ed efficienti.

Visita [exactagroup.it](http://exactagroup.it)

### ULTIME NEWS



Portale Sardegna: tutto pronto per il Meet Forum di Alghero



La Spezia Mille e una Notte, successo per l'iniziativa che ha regalato oltre 600 notti



Bozzetti: «La vendita di Ita è legata a logiche di profitto a breve termine»



Avalon Waterways: sono sette le partenze dedicate al mercato italiano per l'estate 2022



Romantik Hotel Relais Mirabella Iseo, un'immersione tra i sapori ed i profumi della Franciacorta



La svolta green di Msc: in estate due navi alimentate da terra in altrettanti porti del Nord Europa



Ita Airways: primo volo in livrea azzurra per l'A350-900 in servizio dal prossimo giugno

### INSTAGRAM