



Italiavola & Travel

DISCLAIMER CONTATTI IMMAGINI SAPORI IN QUOTA CHI SIAMO

PERCHÈ ITALIAVOLA VIAGGINONSTOP UNMONDODILUOGHI



COMPAGNIE AEREE

BOZZETTI SU ITA AIRWAYS: ITA È UN'INDISPENSABILE LEVA STRATEGICA DI MARKETING TERRITORIALE

Publicato da ITALIAVOLA il 10 OTTOBRE 2022



*“Mentre il fondo statunitense Certares procede verso l'acquisto di ITA Airways, è necessario riflettere su quali saranno gli effetti a lungo termine della cessione nella nostra compagnia aerea di bandiera”, dichiara **Giovanni Bozzetti**, docente di Turismo Culturale e Valorizzazione Urbana presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano.*

ITA Airways presenta una situazione economica complessa: più di 4000 persone risultano in cassa integrazione e dalla relazione sui

conti aziendali presentata al Ministero dell'Economia – suo unico azionista – in vista della stagione invernale la situazione appare estremamente compromessa.

Questa settimana Certares incontrerà i sindacati per presentare il suo Piano di sviluppo per la compagnia aerea nazionale, sperando in adeguate azioni di valorizzazione del personale di ITA; inoltre, il fondo prevede di sanare la situazione economica, rinegoziando i contratti per maggiori risparmi, partendo dai carburanti. La vendita al fondo Certares – che vedrà, probabilmente, anche Delta Air Lines come partner industriale – sembrerebbe la risposta alle grandi difficoltà in cui versa la società.

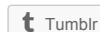
“Bisogna rendersi conto che una compagnia di bandiera è una vera e propria leva di marketing territoriale” dichiara il professor Bozzetti *“capace di attrarre flussi turistici e investitori innestando un volano di sviluppo economico per il paese; inoltre, garantisce la possibilità di valorizzare tutte le località del proprio territorio, rendendole più competitive sul mercato turistico internazionale, e apre a nuove rotte, facilitando la mobilità sia all'interno che all'esterno della nazione.”*

Secondo il report di quest'anno di Airport Council International – Europe, l'associazione continentale degli aeroporti, la connettività di Roma risulta essere calata del 29%, facendola uscire addirittura dalla top 50 internazionale. Secondo il dossier pubblicato da Oag “Megahubs Index 2022”, tale dato risente senz'altro della crisi pandemica, ma in esso influisce anche lo stop alle attività della compagnia di riferimento di Alitalia, sostituita da Ita Airways nel 2021 con una flotta e un network quasi dimezzati. A sottolineare il valore aggiunto che dà una compagnia di bandiera, sono gli aeroporti che appaiono ai vertici della classifica: Chicago, Dallas e Atlanta hanno fatto un enorme balzo in avanti grazie al lavoro delle compagnie di bandiera americana quali United Airlines, American Airlines e Delta Air Lines, hanno nettamente aumentato il loro numero di destinazioni nazionali servite.

“Ripensare alla compagnia aerea di bandiera in questi termini permetterebbe di avere un asset economico performante, competitivo e funzionale, soprattutto per un paese come il nostro che potrebbe anche vivere di solo turismo. Non comprenderlo significa avere una visione miope ed essere legati a mere logiche di profitto di

breve periodo. ITA non va valutata solo in una logica di puro equilibrio economico, ma considerando una visione di benessere complessivo della collettività. Il problema, semmai, è saperla gestire bene, evitando inutili sprechi, troppo spesso in passato indotti dalla politica. Confido che il governo lo comprenda e mantenga il controllo di ITA senza immolare la risorsa turistica sull'altare del profitto di breve periodo." conclude Bozzetti.

CONDIVIDI:



Caricamento...

Certares

giovanni bozzetti

ita airways

marketing territoriale

ARTICOLO PRECEDENTE

**L'ENTE NAZIONALE PER IL TURISMO DEL MAROCCO
PRESENTA LA TASK FORCE PER TTG RIMINI 2022**

ARTICOLO SUCCESSIVO

**Go Asia: grande promozione di tour in India con il nuovo
volo diretto Roma – Delhi di ITA**

Rispondi

Questo sito utilizza Akismet per ridurre lo spam. Scopri come vengono elaborati i dati derivati dai commenti.