

È IL GIORNO DEL DECOLLO DI ITA AIRWAYS: L'EREDE DI ALITALIA INIZIA I VOLI

Pubblicato il 15 Ottobre 2021 di redazione



Categoria: [NOTIZIE DI PRIMA PAGINA](#)



Ieri Alitalia ha volato per l'ultima volta dopo 74 anni di attività. Da oggi tocca a Ita, società pubblica del ministero dell'Economia. Ecco i piani della nuova compagnia

ROMA – “Oggi non nasce ‘una’ compagnia aerea italiana, oggi nasce ‘la’ compagnia aerea italiana”. **Fabio Lazzerini**, amministratore delegato di **Ita – Italia trasporto aereo**, lo dice nell'evento online di presentazione della compagnia, ITA.Bornin2021. **Alitalia ha cessato i suoi voli nella giornata di ieri dopo 74 anni di attività**: da oggi toccherà a Ita, che ha anche acquistato il marchio della vecchia azienda per 90 milioni di euro con lo scopo di gestire la transizione verso la nuova livrea e riservarsi il diritto di futuri utilizzi del marchio. Di compagnia aerea italiana “ne avete vista sempre una, con forme diverse”, dice Lazzerini, ma **“noi ci vogliamo meritare di essere la compagnia aerea italiana, non per censo e non per storia”**, che aggiunge: “Oggi è l'epifania di Ita”.

Nasce oggi la nuova compagnia di bandiera italiana Ita Airways, **“un vettore aereo efficiente ed innovativo**, che mette al centro della propria strategia i clienti (attraverso una forte digitalizzazione dei processi e personalizzazione dei servizi) e la **sostenibilità ambientale** (nuovi aerei a ridotto impatto ambientale e tecnologicamente avanzati), anche nei piani e nei processi interni di governance”, spiega la compagnia.

Il primo volo Ita Airways, un Airbus A320 targato AZ 1637, è partito oggi **da Milano Linate** alle ore 6:20 e atterrato **all'aeroporto di Bari** alle ore 7:45. Alla guida il Comandante Fabrizio Campolucci. La scelta del nuovo brand Ita Airways “nasce dall'ascolto delle persone e del loro livello di gradimento, perseguendo uno dei pilastri fondamentali del piano industriale”, la **“centralità del cliente”**. Il marchio e la visual identity, firmati Landor&fitch, inaugurano così un nuovo corso con una firma storica per l'aviazione civile, **Walter Landor**, che disegnò negli anni 60 il marchio della compagnia di bandiera, a cui il nuovo brand rende omaggio con l'utilizzo degli stessi colori.

LIVREA AZZURRA PER GLI AEREI

“La nuova livrea degli aerei Ita-Airways sarà azzurra, con **tricolore e logo in oro bianco**, tutto sarà tradotto anche negli interni. **Gli aerei ancora non hanno questa livrea ma l'avranno nei prossimi mesi**. Il brand Ita-Airways sarà accordato a questa nuova livrea”. Lo annuncia **Giovanni Perosino**, direttore marketing Ita, nel corso dell'evento online di presentazione della nuova compagnia aerea. L'azzurro è **“simbolo di unità, coesione e orgoglio del Paese** e rappresentativo dello sport e della nazionale italiana”. Sul timone il tricolore, sullo sfondo azzurro il logo oro bianco e rosso di Ita Airways e icone stilizzate ispirate al patrimonio artistico nazionale.



LA FLOTTA DI ITA AIRWAYS

La compagnia opererà a partire da oggi con un network di **44 destinazioni e 59 rotte**, 191 voli in totale (24 nazionali e 56 internazionali), che nel 2022 arriveranno a 58 destinazioni e 74 rotte per giungere nel 2025 74 destinazioni e 89 rotte. Inaugurata oggi anche l'attività charter con il primo volo Malpensa – Fiumicino con a bordo l'Inter, campione d'Italia. **Ita Airways focalizzerà la propria attività sull'hub di Roma Fiumicino e sull'aeroporto di Milano Linate**, dove si posizionerà come la compagnia aerea di riferimento per il traffico business e leisure.

In attesa dell'individuazione del partner strategico, **Ita Airways entrerà in Sky Team** garantendo progressivamente ai suoi viaggiatori il code sharing con tutti i membri Sky Team con voli in connessione. Ita Airways parte oggi con **52 aerei** (7 wide body e 45 narrow body). **Già nel 2022 la flotta crescerà a 78 aeromobili** (26 nuovi aerei, +50% sul 2021) di cui 13 wide body (+6 sul 2021) e 65 narrow body (+20 sul 2021), con l'inserimento progressivo di aeromobili di nuova generazione che al 2025 raggiungeranno il 75%, con 105 nuovi aerei (23 wide body e 82 narrow body). L'accordo firmato con la società Air Lease Corporation fornirà in leasing altri 31 aerei Airbus di nuova generazione fra velivoli di lungo, medio e breve raggio.

Ita Airways si doterà così di **una flotta moderna ed environment-friendly** che includerà tecnologie all'avanguardia e che ridurrà nell'arco di piano 2021-2025 le emissioni di CO2 di 750 mila tonnellate. Per la sua flotta green, Ita Airways ha, inoltre, firmato un Memorandum of Understanding con Airbus

per l'acquisto di 28 nuovi aeromobili: 10 Airbus A330neo per i collegamenti di lungo raggio, 7 esemplari della famiglia di aerei regional Airbus A220 e 11 velivoli della famiglia A320neo.

PRESENTATO IL NUOVO PROGRAMMA FEDELTA': 'VOLARE'

'Volare' è il nuovo programma di Loyalty Ita Airways, attivo a partire da oggi, 15 ottobre. Il programma è stato progettato "per **assicurare ai clienti massima semplicità e flessibilità sia nell'accumulo che nella spesa dei punti**". Quattro saranno i livelli in cui si declinerà il nuovo programma di Loyalty: smart, plus, premium ed executive. Attraverso il programma di partnership commerciali, inoltre, 'Volare' offrirà ai clienti **un'ampia gamma di servizi e prodotti** messi a disposizione da Ita Airways e dai suoi partner. I punti accumulati consentiranno di volare ogni giorno dell'anno su qualsiasi volo di Ita Airways, attraverso una modulazione flessibile legata al valore di ogni singolo volo. L'iscrizione al programma è da oggi disponibile via web, sul sito www.ita-airways.com, e sull'app della compagnia.

I clienti fin da oggi avranno la possibilità di accumulare punti, mentre **il catalogo dei servizi e prodotti verrà rilasciato nel 2022**. Ita Airways, con il nuovo Customer Center, gestito da Covisian, metterà a disposizione una piattaforma virtuale che utilizzerà nuove tecnologie in ambiente cloud sviluppate da aziende leader di mercato, come la piattaforma Salesforce per la gestione della relazione con i clienti e l'infrastruttura Amazon Web Services per le attività telefoniche, che consente l'impiego anche dell'intelligenza artificiale per migliorare tempi di risposta. Il servizio evolverà progressivamente integrando nuove funzionalità.

IL PERSONALE: 2.800 DIPENDENTI, IL 70% DA ALITALIA

Dal 26 agosto Ita Airways ha avviato la campagna di **raccolta di candidature** per le figure professionali da inserire nelle aree operative di volo e di terra e in quelle di staff. Sono state **più di 30mila le domande ricevute**. A seguito "di un'attenta selezione" è stata scelta la nuova squadra di Ita Airways che risponde ai criteri di competenza e professionalità aderenti alle linee strategiche aziendali della nuova compagnia. La squadra di Ita Airways è così composta: **2.800 dipendenti, di cui 1.250 staff e 1.550 personale navigante**. Alla data odierna, circa **il 30% delle assunzioni viene dal mercato e il 70% da Alitalia**, concentrato prevalentemente sul personale navigante. Nel 2022 il personale del perimetro aviation crescerà di 1.000 unità per **arrivare a 5.750 persone nel 2025**. Tutto il personale di Ita Airways condividerà un premio di risultato individuale in funzione del raggiungimento degli obiettivi di redditività dell'azienda e di soddisfazione del cliente.

IL PRESIDENTE ALTAVILLA: “AVERE UNA COMPAGNIA DI BANDIERA È UN OBBLIGO”

“Una compagnia di bandiera per un Paese che ha una vocazione turistica come la nostra non è una possibilità ma un obbligo”. Così **Alfredo Altavilla**, presidente di Ita-Airways. **“Esiste una domanda di viaggio sia nel nostro Paese che dal resto del mondo verso il nostro Paese che le low cost non riescono a soddisfare** – spiega Altavilla – né per il comfort a bordo né per le connessioni, e nemmeno per il value for money, perché come si dice in inglese 'if you pay peanuts you get monkeys'”. Ovvero, pagando poco non ci si possono attendere elevati servizi e standard qualitativi.

“FIDUCIOSO IN UN ACCORDO CON I SINDACATI”

Per quel che riguarda **il contratto di lavoro del personale Ita-Airways** “sono assolutamente fiducioso che riusciremo a trovare un accordo con i sindacati”, sottolinea Alfredo Altavilla. “Mi rammarica essere arrivato alla partenza della compagnia senza un accordo – prosegue il presidente della neonata compagnia aerea – ma sono assolutamente fiducioso che **i passi avanti fatti ci permetteranno al più presto di tornare a sederci al tavolo con i sindacati per un accordo**”.



“NON POSSIAMO PERDERE LA CENTRALITÀ DI FIUMICINO E LINATE”

Il presidente di Ita fa anche il punto sulle strategie della nuova compagnia aerea: “Non possiamo perdere la centralità di Fiumicino e Linate e **non possiamo essere quelli che portano acqua agli altri, questo non è equal partnerhip e vuol dire farsi abusare**”. Le dimensioni attuali della flotta, aggiunge Fabio Lazzerini, amministratore delegato di Ita-Airways, sono adeguate anche per “servire il mercato attuale e preservare slot come quello di Linate, dove se si abbandona lo slot non si ritrova più”. Ciò detto, quello “**Milano-Roma è un asset importante le cui frequenze vanno tarate sul mercato**”, segnala Lazzerini, con Alitalia “qualche anno fa c'erano 23 voli in andata e 23 in ritorno, ma oggi a pochi chilometri c'è la linea ferroviaria ad alta velocità”, che sottrae molta domanda. Per cui **il servizio sul Milano-Roma, da Linate, “sarà concentrato sulla clientela business** con partenze e arrivi in orari business, e in mezzo qualcos'altro”.

“LAVOREREMO SOLO CON AZIENDE E AUTO ITALIANE”

“Siamo la nuova compagnia aerea italiana, apparteniamo al ministero dell'Economia e delle Finanze, **abbiamo scelto di lavorare solo con aziende italiane, e tutte le auto che useremo saranno solo auto prodotte in Italia**”, aggiunge Altavilla. Che, a proposito dei conti di Ita, dichiara: “Pensiamo di raggiungere il breakeven operativo nella prima metà del 2023”.

“RESPINTE TUTTE LE INGERENZE POLITICHE”

Nella neonata Ita-Airways “abbiamo già avuto ingerenze politiche, tutte respinte”, perché “**non ritengo di dover avere nessun obbligo verso nessuno, tranne i miei azionisti**”, sottolinea il presidente di Ita-Airways nel corso dell'evento online di presentazione della compagnia aerea, ITA.Bornin2021. L'unica cosa a cui si deve puntare, dice Altavilla, è “**dimostrare ai contribuenti italiani, che sono gli azionisti, che saremo attenti al loro capitale**”.

I MOTIVI DELL'ACQUISTO DEL MARCHIO ALITALIA

“**I soldi del marchio servivano a tenere in vita la gestione commissariale, per dare gli stipendi a chi non viene a lavorare in Ita**”, spiega Altavilla. Ciò detto, “nella mia testa Ita-Airways c'è sempre stato” ma si è verificato “non solo il desiderio ma la necessità di acquistare il brand Alitalia”, spiega Altavilla. Questo perché “**il marchio Alitalia non poteva appartenere a nessun altro che alla nuova compagnia di questo Paese**”, sottolinea il presidente Ita-Airways, un marchio, quello Alitalia, che “si porta dietro la storia delle persone che volevamo rispettare e fare evolvere” e “per questo **abbiamo scelto gli stessi colori e c'è il richiamo del marchio a quello originale Alitalia**”.

L'acquisto del brand, con **il pagamento di 90 milioni di euro ad Alitalia** in amministrazione straordinaria, è stato deciso da Ita-Airways anche “per essere partecipi di un'operazione di sistema, per assicurare che la trattativa si svolgesse senza problemi di solvibilità per l'amministrazione straordinaria” che potessero portare al mancato pagamento degli stipendi, ribadisce quindi Alfredo Altavilla, presidente ITA-Airways. Oltre a ciò “**il brand è stato comprato perché garantisce una transizione ordinata verso le nuove livree degli aerei**, oltre che verso il rifacimento degli interni, delle divise, delle strutture aeroportuali attualmente con brand Alitalia”, spiega Altavilla. Infatti “avremmo dovuto farlo molto più in fretta se avessimo perso la gara per il marchio, e avremmo sopportato costi importanti”. Però, aggiunge il presidente ITA-Airways, “**abbiamo deciso di tenere il**

marchio Alitalia anche per eventuali iniziative di marketing in futuro".

Il presidente di Ita ha anche annunciato: **"Abbiamo acquistato l'asset aviation a un euro"** da Alitalia. Sottolineando: **"C'è una grossa differenza tra il concetto di valore e quello di prezzo.** Nessuno pensa che gli asset valessero un euro ma il prezzo giusto era quello" e ciò "in funzione dei **costi che dovevamo sostenere** per mettere questi asset in condizione di poter volare in modo efficiente sin dal primo giorno", ricorda Altavilla.

Con la nascita di Ita-Airways, e l'archiviazione progressiva di Alitalia, **"non ci portiamo dietro un'eredità negativa** e dimensioni troppo grandi che poi si scontrano con la sostenibilità economica", specifica Altavilla. Inoltre **"non dobbiamo avere sogni di grandezza** e non dobbiamo dimostrare nulla a nessuno", puntualizza il presidente della neonata compagnia aerea.

"ENTRO IL 2022 DOBBIAMO CHIUDERE PER LE ALLEANZE"

Quello delle alleanze di Ita, anzi di Ita-Airways, "è un processo cui **cominceremo a lavorare dalla settimana prossima in maniera determinata**, è importante chiuderlo entro il 2022 con **partner che ci daranno più vantaggio**", spiega Altavilla. Per la scelta del partner "sono assolutamente agnostico, **guardiamo in ogni direzione dovunque ci sia capacità di creare valore** per Ita-Airways". Però per ora non si svelerà altro sulle partnership, perché "le alleanze si fanno in maniera molto riservata e confidenziale", conclude il presidente Ita.

fonte «Agenzia DiRE» e l'indirizzo «www.dire.it». [Roberto Antonini](#)

