

L'intervista

“Ecco come Alpitour entrerà fra i big del turismo globale”

L'AD GABRIELE BURGIO

«La nostra strategia punta a diventare sempre più proprietari di quello che offriamo (dagli aerei agli hotel) e sempre meno assemblatori di servizi altrui»

LA CRESCITA

«Di recente nel gruppo sono entrati Swan Tour e Press Tour e abbiamo creato Alpitour France. Nuove risorse grazie alla Tip di Tamburi ora socia al 33%»

LUIGI GRASSIA

A PAGINA 22

I 70 ANNI DEL TOUR OPERATOR

“L'Alpitour in cinque anni raddoppierà il fatturato”

L'ad Burgio: “Nel 2022 il giro d'affari salirà a 2,5 miliardi di euro. Grazie a noi arrivano in Italia sempre più cinesi, russi e israeliani”

LUIGI GRASSIA
TORINO

Macchina del tempo: Italia 1947, un Paese totalmente diverso da oggi, quasi inimmaginabile, povero e pieno di macerie della guerra, ma anche ricco di speranze. A Cuneo apre un'azienda di un genere mai visto fino ad allora in Italia: è un'agenzia di viaggi, si chiama Alpi. La sua vetrina è ritratta nella prima illustrazione del libro fotografico «L'Italia in vacanza» che celebra i 70 anni del gruppo Alpitour, in collaborazione con l'Ansa. Nel 1953 nasce (a Torino) l'agenzia Franco Rosso, destinata a fondersi con Alpitour. Gabriele Burgio, che del gruppo è l'attuale presidente e ammini-

stratore delegato, ovviamente non c'era, ma conosce alcuni aneddoti. Per esempio: «Una delle prime offerte ai clienti è stata la gita in autobus a Caselle per vedere gli aerei che atterravano e decollavano».

Burgio dice che la sua foto preferita, nel libro dei 70 anni, è quella della famiglia che fa il picnic di Ferragosto nel 1968 in piazza San Babila a Milano. Ma è un'immagine spontanea o costruita? Mauro Vallinotto, responsabile della ricerca fotografica per questo volume, garantisce che è una foto vera.

Presidente Burgio, lei come vede il gruppo Alpitour non fra 70 anni, ma fra 5 o 10?

«Con 750 mila persone portate in vacanza e un milione e 300 mila trasportate con i voli Neos il gruppo Alpitour è il mag-

giore dei tour operator italiani, ma in Europa e nel mondo ci consideriamo ancora piccoli. Nei 5 anni in cui ho guidato Alpitour siamo molto cresciuti, ma ci serve altra crescita. Siamo agganciati al plotoncino di testa e in prospettiva lo raggiungeremo. In questo ci aiutano anche le risorse acquisite con l'ingresso (a marzo) della Tip di Gianni Tamburi come socio al 33%. In cinque anni



Dir. Resp.: Maurizio Molinari

contiamo di raddoppiare il fatturato attorno ai 2,5 miliardi».

Come si cresce nel settore dei tour operator? Ci si muove in tutte le direzioni, o dandosi una o due priorità?

«Il problema principale di questa attività è che siamo assemblatori di pacchetti sui quali abbiamo tutta intera la responsabilità dell'organizzazione, mentre abbiamo solo una parte del controllo. Perciò la principale linea di sviluppo consiste nell'essere sempre più proprietari di quello che offriamo, e sempre meno assemblatori di servizi altrui. In concreto: abbiamo costituito la nostra compagnia aerea, la Neos, che si sta dotando di più aerei e a più lungo raggio, i Boeing 787 Dreamliner, e compriamo sempre più alberghi, facendo sempre meno affidamento sugli hotel degli altri».

Avete anche avviato una collaborazione con Costa Crociere. I viaggi per mare sono l'unica offerta che manca al vostro menù. Ci state pensando?

«No, la collaborazione con Costa è limitata al trasporto dei viaggiatori con gli aerei della Neos verso i porti d'imbarco o

di fine del viaggio. Per noi diventare crocieristi vorrebbe dire lanciarsi in un'attività completamente nuova, che richiede investimenti (o debiti) enormi per comprare le navi».

Di recente avete acquisito società, o ne avete create. Seguendo quale logica?

«Abbiamo fatto due acquisizioni di operatori specializzati. Press Tour ci interessava per la presenza nei Caraibi. Swan Tour per la specializzazione dei Club a 3 stelle. E abbiamo costituito Alpitour France per vendere in Francia i nostri prodotti, soprattutto i Villaggi Bravo. In Francia la stagionalità è diversa dall'Italia e questo ci dà modo di riempire le strutture in periodi diversi».

Per espandere la vostra presenza puntate anche su nuove destinazioni? O al mondo ormai non c'è più niente da scoprire?

«Quest'anno abbiamo lanciato, fra le varie novità, il Vietnam e l'Albania. Ecco l'Albania è vicina e comoda per gli italiani, non dà problemi di lingua perché la gente del posto parla la nostra, eppure è ancora da scoprire per la maggioranza degli italiani. Ha suscitato

molto interesse, c'è storia, ci sono spiagge. Ecco gli italiani cercano soprattutto spiagge e palme e noi di Alpitour le cerchiamo e le troviamo alle Maldive, in Madagascar, a Zanzibar, a Capo Verde, ai Caraibi, e in posti sempre nuovi anche grazie agli aerei a lungo raggio Dreamliner che permettono più voli senza scalo».

Invece, a parte la novità dell'Albania, il Mediterraneo soffre un po' dal punto di vista turistico, vero? Primavera arabe sfiorite, guerre ovunque...

«No, nel Mediterraneo sono venuti a mancare l'Egitto e la Tunisia, ma c'è stato un travaso dei flussi turistici verso altre mete e ora va forte la Spagna, Grecia è triplicata, e va bene l'Italia».

E i flussi in entrata di turisti stranieri?

«Siamo l'operatore numero uno per l'accesso degli israeliani in Europa. Portiamo in Italia sempre più turisti cinesi. E per quanto riguarda i russi, dopo un temporaneo regresso sono tornati a crescere di numero, e adesso sono la terza nazionalità nei nostri alberghi».

© BY NC ND AL CUN I DIRITTI RISERVATI

L'azienda in cifre

 1,056 miliardi di euro Ricavi 2012	
 1,141 miliardi di euro Ricavi 2016	 3.200 Dipendenti
 11 milioni di euro Ebitda 2012	 9 Aerei Neos
 36 milioni di euro Ebitda 2016	 12 Alberghi

cammini - LA STAMPA

750
mila

Il numero delle persone che ogni anno affidano le loro vacanze ad Alpitour

1,3
milioni

I passeggeri che ogni anno volano sugli aerei di Neos, la compagnia del gruppo

PIÙ METE DISTANTI COI DREAMLINER

Siamo già forti su Maldive, Madagascar, Zanzibar, Capo Verde e Caraibi. Grazie ai nuovi Boeing 787 più facili i voli intercontinentali senza scalo

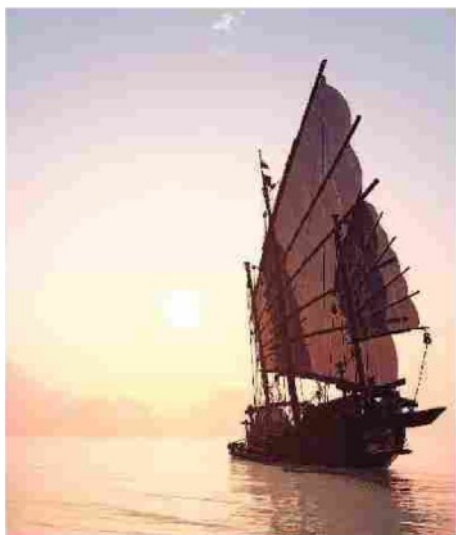


Gabriele Burgio, presidente e amministratore delegato del gruppo Alpitour



Le origini e il presente

Qui sopra la vetrina della prima agenzia di Alpitour nel 1947 (con il nome Alpi)
Nel 1953 è nata la Franco Rosso che poi si è fusa nel gruppo. Fra le prime offerte
le gite in autobus fino a Caselle per vedere gli atterraggi e i decolli degli aerei
A destra una giunca in Vietnam, meta che Alpitour ha lanciato di recente



L'altra riva adriatica

Una spiaggia dell'Albania
Il Paese, scoperto di recente dai turisti italiani, offre un bel mare assieme a molte memorie storiche
Un ulteriore vantaggio è la conoscenza diffusa della nostra lingua