

L'amministratore delegato Rinaldo Bertoletti spiega: "Facciamo tesoro dell'esperienza, ma proseguiamo da soli"

# G40 abbandona il maxipolo

La rete non si unisce alla società Service Team creata per coordinare il gruppo di Isoardi

**Cala il sipario sull'avventura di G40 nel maxipolo creato da Guglielmo Isoardi.** Concluso il primo anno di convivenza, l'a.d. Rinaldo Bertoletti (nella foto) annuncia l'uscita del network dall'aggregazione. "Facciamo tesoro dell'esperienza, ma proseguiamo da soli", commenta l'amministratore delegato. "Abbiamo concluso l'anno con il gruppo, insieme a Bravo net - prosegue -, e abbiamo testato le sinergie". Un 2008 che si è chiuso, per G40, con un totale di 350 agenzie di viaggi per complessivi 520 milioni di fatturato.

Motivo della decisione, il nuovo assetto che il maxipolo ha assunto nel corso degli ultimi mesi. Dopo l'iniziale annuncio di un'alleanza tra Bravo net e G40, con la regia dell'ex presidente di Alpitour Guglielmo Isoardi, nella se-

conda metà del 2008 Exito ha accolto anche altre realtà (Marsupio, HpVacanze, Solomondo, Easy Travel Network) e ha stretto un accordo con Hogg Robinson Group. "Con l'ingresso di nuovi soggetti all'interno dell'alleanza, la nostra identità si sarebbe appiattita", è la riflessione di Rinaldo Bertoletti. Che tiene a precisare: "Non ci sono problemi dal punto di vista dei rapporti personali con Isoardi".

Resta ancora in sospeso, infatti, la questione della quota di minoranza (29 per cento) detenuta dall'ex numero uno di Alpitour all'interno di G40. Una partecipazione che, secondo Bertoletti, non è per nulla incompatibile con la decisione del network di non proseguire il cammino all'interno del maxipolo. "Noi abbiamo deciso di non aderire, ma la partecipazione di Isoardi è un altro discorso".

La questione G40, infatti, emerge proprio in concomitanza con l'avvio di Service Team, la società che raggruppa i servizi e



## LE AGENZIE

Il network G40 conta in totale 350 agenzie di viaggi per un fatturato complessivo pari a circa 520 milioni di euro

G40		POLO ISOARDI	
Adv '08	350	Adv ott. '08	1.500
Adv '07	225	Adv giu. '08	900
Adv Tandem	100	Adv nov. '07	760
Adv easyNet	30	Adv ott. '07	700
Fatt. '08	520 mln	Fatt. '08	1,5 mld

## Dall'accordo con Bravo net al varo di Service Team

### Il primo anno del progetto

Il progetto di un polo distributivo guidato da Guglielmo Isoardi sale alla ribalta delle cronache nell'autunno del 2007. In un primo momento coinvolge le reti G40 e Bravo net, con l'ex presidente di Alpitour a fare da collante. Poi, sempre attraverso l'acquisizione di quote di minoranza da parte di Isoardi, si uniscono al progetto anche HpVacanze e

Marsupio (già legati tra di loro attraverso uno scambio di quote), Solomondo e Network Italia; viene inoltre siglato un accordo con Hrg Italia. Interviene quindi il varo di Service Team, la società che si occupa dei servizi e della contrattualistica di tutto il polo. All'interno di Service Team, oltre alle reti già ricordate, compare anche il nome di Fespit.

la contrattualistica del polo. Un progetto al quale la rete di Bertoletti decide di non prendere parte. "Siamo in una fase di chiarimento - aveva precisato il presidente di G40, Loris

Guardigli, nel corso della convention del network lo scorso dicembre -; le notizie che circolano sono tutte approssimative e basate sulle sensazioni e sulle previsioni degli addetti ai la-

vori". Poi, con l'anno nuovo, arrivano la decisione e la conferma ufficiale: G40 proseguirà nel suo cammino da sola.

Contestualmente, il network ritorna ad avere

l'esclusiva su Agatino Falco, nominato prima direttore commerciale di tutto il polo Isoardi e ora tornato a dedicarsi esclusivamente a G40.

Ma, per Bertoletti, il futuro della distribuzione sono le aggregazioni? "Ci sono due strade, che vanno seguite entrambe - è l'opinione dell'a.d. -. Da un lato l'aggregazione, che deve essere omogenea per poter creare la famosa massa critica, e avere un prodotto in esclusiva, magari seguendo la strada di Bluvacanze con Going e costruendo le proposte in casa propria, oppure chiedendo ai t.o. di fornire prodotti dedicati. Altrimenti un'aggregazione non ha senso". Una visione che non si discosta molto dai progetti già annunciati da Isoardi. La seconda strada, invece, è quella del piccolo network, "che punta invece sulla specializzazione. In altre parole, i grandi network si occuperebbero della caratteristica e i piccoli del prodotto di linea".

Francesco Zucco

**@TTGITALIA.COM**  
**La storia del maxipolo**  
 Dalla nascita ad oggi, lo sviluppo del progetto targato Isoardi

## Brambilla-Urso siglata l'intesa

Un accordo che coinvolge il 40 per cento del Pil nazionale. Punta al rilancio del 'sistema Italia' e del made in Italy la firma del protocollo d'intesa siglato a Palazzo Chigi dalla sottosegretario con delega al Turismo Michela Vittoria Brambilla e Adolfo Urso, sottosegretario al Ministero per lo sviluppo Economico. Il tutto, coinvolgendo i settori turismo (che vale il 10-12 per cento del Pil nazionale) e l'export (con una quota del 30 per cento). "Turismo e brand di prodotto made in Italy - ha commentato Brambilla - al giorno d'oggi vanno promossi insieme sui mercati internazionali, tanto da poter diventare l'uno il traino dell'altro".

L'accordo, che ha una valenza triennale, prevede la realizzazione di iniziative e progetti coordinati per la comunicazione e la promozione all'estero. Il protocollo, inoltre, solleva l'argomento della razionalizzazione della presenza degli uffici Enit e Ice. "Vogliamo riformare l'Enit - ha aggiunto la sottosegretario Brambilla - ottimizzando al meglio quelle che sono le risorse, ahimè scarse, di cui è detentore e quindi ridurre il più possibile i costi". Adolfo Urso ha sottolineato inoltre che esiste un provvedimento, già approvato alla Camera, che contiene deleghe per la ristrutturazione di Ice, Simest, Fivest e Informest e dove "sarà inserito anche l'Enit".

Le aerolinee low cost europee inoltrano una protesta formale contro il decreto approvato da Bruxelles

## L'Elfaa attacca l'Ue sulla tassa Az

**"Non sembra un aiuto di stato". La Commissione Ue placa, con una manciata di parole, le ire dell'Elfaa. Oggetto: il decreto salva-Alitalia che impone una tassa aeroportuale di 3 euro a passeggero, interpretato dall'associazione europea dei vettori low cost come sussidio alla compagnia aerea italiana.**

Il reclamo, nero su bianco, porta le firme in calce di tutti i partner Elfaa, concordati nell'affermare che "Cai-Alitalia trarrà dei benefici dall'aiuto di Stato ogni anno per un periodo di sette anni grazie al Decreto Salva Alitalia", riporta una nota della European Low Fares Airline Association.

La replica di Bruxelles è giunta in tempi brevi e con piena assoluzione, rimandando al mittente la protesta: "A prima vista la misura non sembra un aiuto di stato - spiega il portavoce della Commissione europea Fabio Pirota, responsabile dei Trasporti -; la tassa sarà usata per finanziare le misure sociali a favore degli ex dipendenti dell'Alitalia che hanno perso il loro lavoro".

Ma a John Hanlon, segretario generale dell'Elfaa, questo non basta: "I membri dell'associazione sono estremamente preoccupati per il precedente che questo sussidio va a creare. Questa volta non pagano soltanto i contribuenti, ma anche la concorrenza".



Dal canto suo il portavoce Ue richiama l'attenzione su alcune norme comunitarie, precisando che "i Paesi membri dell'Unione sono liberi di definire i piani fiscali in un settore che non è armonizzato a livello comunitario e quando non costituisce un aiuto di Stato". Poi alla cronaca del dibattito si aggiunge un altro tassello, piuttosto caustico e molto allarmistico: "Se l'Unione europea permette agli Stati membri di tassare compagnie straniere per finanziare un campione nazionale in difficoltà - afferma Hanlon -, allora il singolo mercato europeo è sacrificato all'altare del nazionalismo economico".

A conti fatti, la stima che l'associazione delle aerolinee low cost presen-

ta nella sua contestazione ha il sapore salato: la tassa dovrebbe generare circa 210 milioni di euro l'anno "imponendo di pagare 3 euro ai 70 milioni di passeggeri che ogni anno partono da un aeroporto italiano - calcola Hanlon -, e la nostra associazione stima, approssimativamente, 15 milioni di passeggeri che partiranno da aeroporti italiani nel 2009 e che incorreranno in costi pari a 45 milioni di euro". Cifre che certamente includono una forte componente low cost: gli undici vettori che fanno capo all'Elfaa complessivamente trasportano oltre 150 milioni di passeggeri ogni anno, rappresentando il 35 per cento del traffico aereo europeo. S. P.