

IL PERSONAGGIO *Procede lo sviluppo del progetto Exito, che si muove ora verso un totale di 1.800 adu*

La forza di essere leader Isoardi trascina le agenzie

Sceso nell'arena della distribuzione, l'ex numero uno di Alpitour vuole rivoluzionare il settore

Cala la nebbia sulle campagne cuneesi ma il presidente ci vede bene. Nel giro di qualche tempo Guglielmo Isoardi, un tempo a capo del più grande operatore italiano, ha individuato e poi comprato pacchetti importanti di gruppi distributivi. Ormai si avvicina a grandi passi verso il tetto delle 2mila agenzie. Finiranno tutte sotto lo stesso cappello di Isoardi, smentendo chi pochi mesi fa vedeva questo calciomercato continuo come avventura destinata a chiudersi in fretta. Ora invece questo signore cuneese che non frequenta salotti e associazioni, "perché io dalla campagna vedo lo stesso il business. Meglio stare nel mio ufficio a lavorare a testa bassa".

Dispiace se la chiamiamo ancora presidente?
Sono presidente, amministratore unico della nuova società. Va bene, va bene.

Ormai ha superato l'obiettivo prefissato delle 1.500 agenzie di viaggi. Adesso bisogna fare una scrematura?
Penso che vi sarà ancora una crescita sino a 1.800 unità perché siamo nella fase finale di alcune trattative. Abbiamo raggiunto l'obiettivo della massa critica ed ora inizia il lavoro vero. Le agenzie subiscono la concorrenza di internet ed in alcuni casi fanno fatica. Nel loro futuro c'è tanta consulenza. L'unico vero modo per restare su piazza.

Quindi la scrematura diventa automatica?
Certo è un automatismo di fronte a tutti i grandi progetti. Penso che perdere il 10 per cento del gruppo sia una cifra ragionevole. Le agenzie di viaggi devono condividere il progetto e partecipare. Non voglio raggiungere le tremila agenzie. Penso che abbiamo raggiunto il traguardo, ma la selezione sarà inevitabile per fare business.

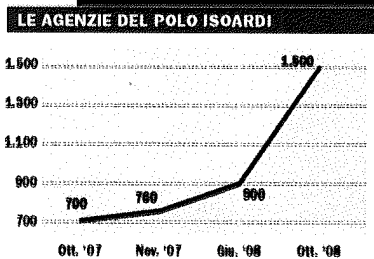
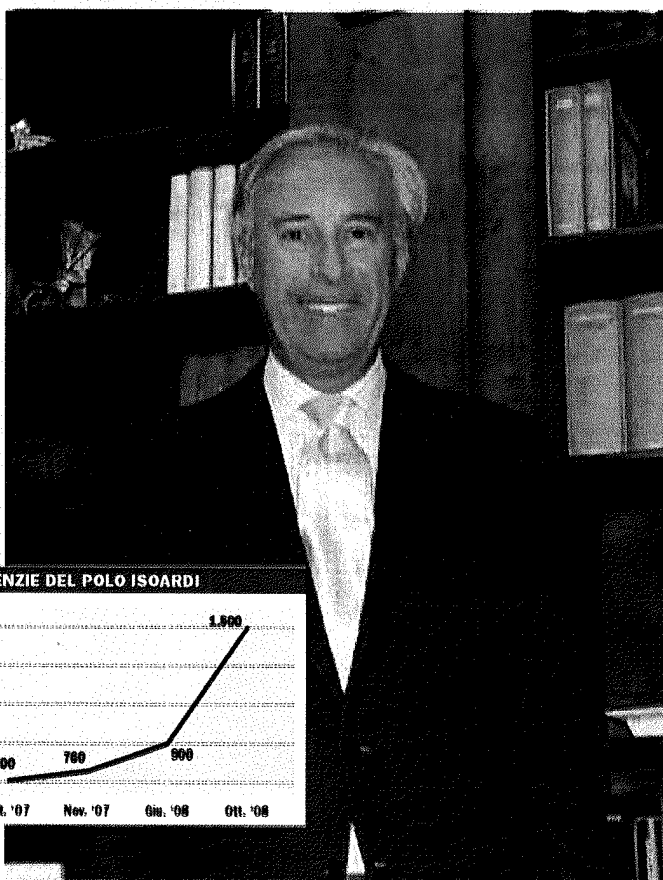
Un business in chiara difficoltà?
La professionalità vince ma è chiaro che siamo di fronte ad una sfida difficile. Nei momenti di crisi economica i cambiamenti avvengono rapidamente e noi vogliamo rispondere alla grande.

Quindi si prepara a confrontarsi anche duramente con gli operatori?
Il tour operator non hanno mai avuto

IL TURISMO VISTO DA VICINO

Una vita nel settore viaggi e vacanze. Guglielmo Isoardi incomincia da subito a respirare l'aria del turismo: figlio del fondatore di Alpitour Lorenzo Isoardi, che nel 1947 dà vita al tour operator, prende in mano le redini dell'azienda in qualità di presidente. Nel 2001 Alpitour passa sotto il controllo di Ifil, la finanziaria di partecipazione del Gruppo Agnelli, che acquista il 43,5 per cento

del capitale. Isoardi, dopo essersi defilato per qualche anno dalla ribalta (ma continuando ad operare nel settore del turismo) firma un ritorno in grande stile dalla parte della distribuzione. Attraverso la sua società Exito acquisisce infatti partecipazioni prima in Bravo net, poi in G40, HpVacanza, Marsupio, Solomon e Network Italia e sigla un accordo con Hrg Italia per il business travel.



il congegno di fare scelte. I network anche. Quando però spira vento di crisi quelli bravi vanno avanti e gli altri vengono esclusi dal sistema. A Milano nel mese di settembre ho fatto il 94 per cento di load factor, mentre alcuni concorrenti di peso come la catena Sol hanno chiuso la stagione in anticipo. Anche in questo caso la qualità del servizio ha fatto la differenza. Per il nostro network dovrà funzionare così.

Bello carico presidente...
Ma no, vedo tanta tecnologia

sul mercato e va bene. Però dobbiamo metterci in testa di dare risposte efficienti ai clienti e pilotare correttamente il mercato. Sottolineo correttamente.

L'esercizio 2008 è alle battute finali. Come pensa di chiudere l'anno?
Stimo una chiusura di stagione con un fatturato di 1,5 miliardi di euro. Mi pare un risultato di tutto rispetto vista l'aria che tira. Posso aggiungere che

il progetto Exito. Con il polo distributivo che fa capo alla sua società Exito, Guglielmo Isoardi ha superato la soglia delle 1.500 agenzie di viaggi

sono fiducioso per l'esercizio prossimo e prevedo un budget da 2 miliardi di euro.

Con quale marginalità si lavora?
Inutile nascondere la scarsa attenzione ai margini dei dettaglianti. Faremo formazione e cercheremo di fornire uno strumento capace di tenere i margini sotto controllo.

Dopo la nomina di Gian Carlo Botta come procede la costruzione della squadra?
Botta si occuperà di sviluppare il prodotto. Per il resto vedremo. Mi pare di vedere in giro tanti appassionati di turismo, ma i manager sono ben altri cosa.

Intanto dovrà mettere d'accordo tanti network con filosofie diverse.
Impresa difficile fare andare tutti d'accordo. Ma la convenienza è forte e si convinceranno tutti. Potevo acquisire il 100 per cento delle aziende, ma ho preferito entrare con il 30 per cento delle quote perché così possiamo mettere insieme tante professionalità. Non vi saranno aumenti di capitale.

Però vi sarà un nome unico?
Ci stiamo pensando ma ognuno è speciale a modo suo e dispone di fasce di mercato ben delineate.

Vuole tornare a fare tour operator?
Non mi sembra il caso ora. Non vogliamo comprare tour operator anche se sul mercato vi sono occasioni favolose. Se vuole si trovano anche offerte speciali prendi tre paghi due.

Come vede il futuro del vettori charter?
Stiamo attraversando una fase di cambiamenti e non penso che vi sia più differenza tra vettori di linea e charter. Piuttosto bisogna cercare di cambiare la testa di alcuni personaggi del settore. Perché non è possibile entrare su tutti i mercati immettendo offerta e creando catene charter senza leggere bene la domanda.

Ma non sente nostalgia di Alpitour presidente?
Vede (pausa, ndr), siamo vicini di casa. La mia azienda dista 5 metri dalla sede di Alpi e ci vediamo. Pensi che quando alzano la voce li sento...

Remo Vangelista