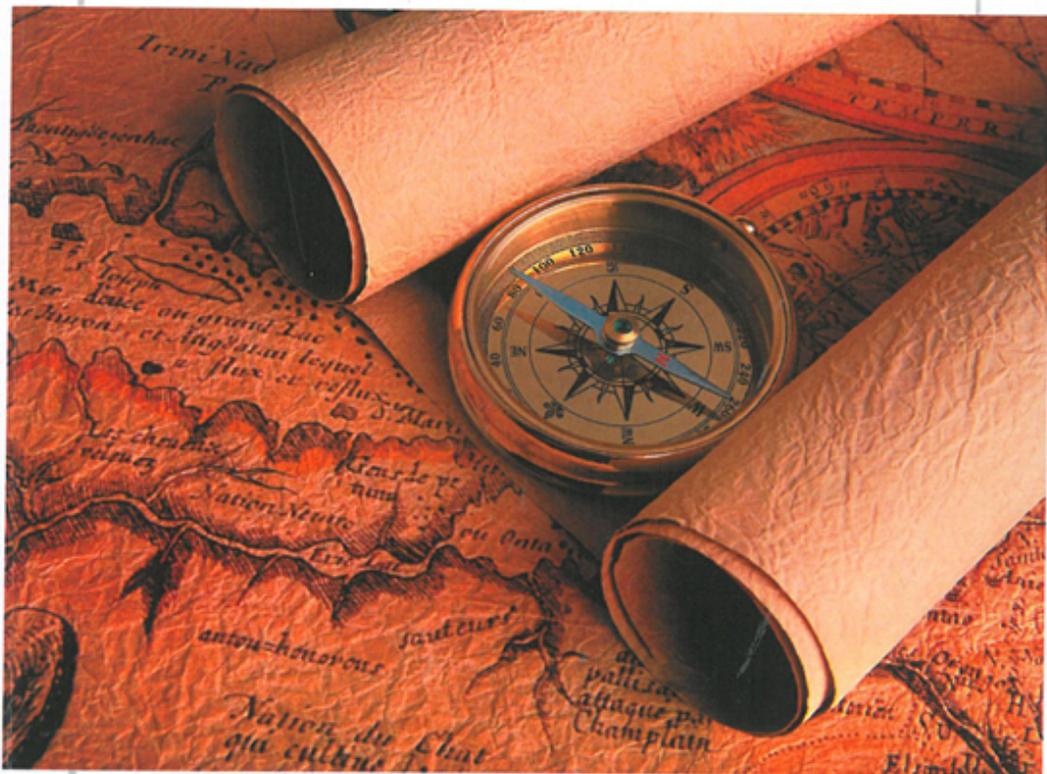


Remo Vangelista

Gente di viaggi

Storie e protagonisti del turismo italiano



«Raccontare il turismo attraverso le storie, i retroscena, i vizi e le virtù degli uomini che hanno guidato o che ancora guidano le aziende di riferimento nel settore.

Quando con Remo Vangelista iniziammo a parlare di questo libro ci appassionammo subito al concetto di fondo di un giornalismo ricostruito intorno al ritratto narrativo».

(dalla prefazione di Paolo Audino)

Venti personaggi, venti ritratti di imprenditori e manager che hanno impresso il proprio nome nella storia del turismo. Venti modi di pensare il business.

Tra volti noti e personalità emergenti, *Gente di viaggi* passa in rassegna gli ultimi decenni di vicende del settore, attraverso le testimonianze di chi le ha vissute in prima fila.

Sullo sfondo, le maggiori personalità dell'economia e della finanza del passato e del presente, dall'Avvocato Agnelli fino a Michael O'Leary.



Remo Vangelista (Torino, 1966) è direttore responsabile di TTG Italia, periodico dell'industria turistica. Giornalista professionista dal 1993, ha lavorato nei quotidiani La Nuova Venezia e Corriere Alpino, in seguito ha scritto per Volare (editrice Domus) e Italia Oggi. Tifoso del Toro. Follemente innamorato della corsa.

Mauro Piccini

Il cacciatore di alberghi

CONOSCE l'hôtellerie come pochi altri e la frequenta da tempo a grandi livelli. Mauro Piccini è uno che sa come si muovono le pedine e come si organizza tutto quello che ruota intorno al mondo alberghiero.

Riservato e attento, cammina in punta di piedi come i politici di razza. Romano con mille esperienze, quelle che un giorno sono riuscite a portarlo anche alla corte della famiglia Agnelli. Lui sognava di fare di Alpitour un gigante capace di guidare il mercato e dare la linea a tutti sia nell'outgoing, sia nell'incoming.

È finita dopo qualche anno, quando ha dovuto lasciare la guida della divisione alberghiera di Alpi perché John Elkann aveva ceduto il gruppo ai fondi di investimento.

Adesso, con la catena Piazza di Spagna (di cui controlla il pacchetto di maggioranza) cavalca il settore con esperienza e competenza. Si parla poco di Mauro perché lavora sottotraccia e non ama il palcoscenico a tutti i costi.

Questo è ormai chiaro per tutti, anche a Elkann, che continua a stimare questo signore capace di sdoppiarsi tra la figura del consulente di alto rango e l'imprenditore.

PICCINI si è messo in testa da qualche tempo che in Italia si può ancora fare business con gli hotel. Nel suo curriculum

anche esperienze fuori dai confini, dove ha imparato tanti trucchi del mestiere, anche quando operava al fianco dei tour operator.

“Seguivo alcune strutture in Kenya e a Zanzibar per conto di Bruno Colombo. Erano i tempi in cui Ventaglio cresceva ogni anno del 20 per cento. Sembrava una corsa inarrestabile. Andavano a mille, con il suo presidente che tutti i giorni si inventava qualcosa. Ma erano tempi dove fantasia e innovazione trovavano poi risposte nei risultati di bilancio. Ora gli alberghi bisogna monitorarli costantemente, analizzare lo storico e non perdere di vista le mosse degli imprenditori internazionali. A volte fiutando le mosse in anticipo è possibile fare qualche buon affare”.

PIAZZA di Spagna era da sempre nei suoi pensieri, anche perché gli ultimi mesi di militanza Alpitour non sono stati tra i più sereni. Piccini, abituato a tenere sempre un profilo di un certo tipo, non ama le polemiche e così professa ammirazione eterna al grande gruppo torinese “malgrado nelle ultime stagioni abbia perso professionisti di primo livello e la spinta propulsiva. Alpi ha dimenticato il coraggio”.

Di formazione cattolica, viene da sempre accostato a figure politiche di primo piano, ma la sua amicizia è invece molto semplice. Come lo era don Giacomo, il sacerdote di Roma che lo introdusse in quel mondo, “e io arrivavo da ben altra estrazione visto che mio padre votava comunista”. Di casa Fiat ricorda con piacere la creatività di Lapo Elkann durante la permanenza nell’ufficio marketing della casa automobilistica, “perché sapeva fare gruppo come pochi. Per svariati motivi non è durato a lungo”.

Oggi però Piccini appare totalmente concentrato nella sua società, nata nel 2011 con il chiaro intento di sviluppare l’offerta camere partendo proprio dalla Capitale. Senza dimenticare le piazze estere e soprattutto gli Stati Uniti, che avranno una parte importante nel progetto di sviluppo della società. Un grande rischio, perché la congiuntura economica non è certo entusiasmante e servono coraggio e liquidità per fare certe scelte. Piccini lo sa bene e per questo ricorda a più riprese che vi sono anche opportunità incredibili in giro.

“Basta pensare alle strutture ricettive sempre chiuse e in mano alle banche. Queste aspettano qualcuno in grado di gestire gli hotel e generare almeno un piccolo ritorno economico. Piazza di Spagna segue situazioni simili e rappresenta un partner affidabile per gli istituti di credito, quindi...”.

OGGI tutto è in vendita, bisogna solo fare operazioni mirate capaci di generare prima cassa e poi i profitti, tutti nel volgere di qualche stagione. Ma sarà in qualche modo necessario coinvolgere anche le banche, che al momento sembrano prendere le distanze dal mondo del turismo. In fondo la maggior parte delle aziende del settore appare sottocapitalizzata e in troppi casi la gestione dei flussi finanziari lascia a desiderare.

“Penso che l'intero sistema economico non abbia alcuna intenzione di riorientare il mirino verso il comparto alberghiero. È sufficiente notare che in Italia non abbiamo una catena di alto livello, ma una lunga serie di alberghi indipendenti”. Questo perché in molti casi proprio gli albergatori nel corso degli anni sono stati più funzionali all'attività dei grandi immobilizaristi, piuttosto che allo sviluppo del settore.

Ora Piazza di Spagna, che dispone di hotel di proprietà e di strutture in gestione, vuole diventare un punto di riferimento per dare una speranza ai giovani. Piccini in questi due anni ha creato 150 posti di lavoro, malgrado si lamenti dei burocrati che in questo settore penalizzano le nuove realtà e “qualche volta spengono gli entusiasmi. Poi non chiediamoci perché in alcuni paesi europei a noi vicini le catene alberghiere crescono e danno risultati. Ci sono momenti in cui non capisco come sia possibile abbandonare così il nostro patrimonio”. Intanto apre una mappa di Roma sul tavolo e disegna qualche cerchio. Da qualche parte si nascondono alberghi di forte richiamo bloccati dai debiti. Le banche stanno aspettando la prossima visita di Piccini.