

Alitalia

Il vettore, il Paese e la meritocrazia

Riceviamo e pubblichiamo:

Egregio Direttore, la vicenda della vendita di Alitalia arriva in un momento nel quale diversi editoriali apparsi sul Sole 24Ore e Corriere della Sera inneggiano alla riscoperta del merito e della meritocrazia e iscrivono nelle azioni politicamente corrette la ventata di liberalizzazioni e privatizzazioni

annunciate dal Governo. Come il merito venga premiato in Italia non è proprio una cosa chiarissima: le condizioni dei ricercatori universitari e del settore dell'innovazione rendono imbarazzante parlare di merito nel nostro Paese, a meno che per merito non si considerino emolumenti e stock option dei 'grandi' manager pubblici ricavati sul lavoro della collettività e a prescindere da qualsiasi analisi del loro operato. L'allusione alla figura del presidente dell'Alitalia è al riguardo illuminante. Una persona che dopo aver presieduto alla catastrofe di Trenitalia è riuscito ad eguagliarsi al timone della compagnia di bandiera, con lauti ingaggi ed un'attenzione minuziosa agli aspetti finanziari rispetto a seri piani industriali e di rilancio. Ora, è evidente che non è possibile imputare solamente all'ingegner Cimoli disastri e perdite. Quello che risulta



La sorte della compagnia scatena polemiche

scontato è che, se nel nostro sistema produttivo non si inserisce nelle attenzioni del Governo al primo posto il lavoro, la risalita del sistema Italia non avverrà mai, e chi beneficerà come sempre di rendite e di compensi scandalosi saranno coloro ai quali nessuno chiederà mai conto del loro operato. Sin quando la ricerca della produttività passa attraverso le nebulose alchimie della

Borsa piuttosto che sulla qualità ogni slogan più o meno gridato risulta essere quello di moda; se poi si perdono quote di mercato e si scivola verso il fallimento è affar di coloro che verranno. Ma non parliamo di crescita e, ancor meno di merito.

Daide Musarra
adv e membro presidenza Assoviaggi

TTI
TRAVEL TRADE ITALIA

Tutte le notizie
di incoming

www.traveltradeitalia.com

Olta

Il futuro delle adv

Riceviamo e pubblichiamo:

Egregio direttore, Consideravo l'evoluzione delle agenzie di viaggi e la nascita delle ormai note Olta (...). Ormai sentiamo parlare solo di Expedia, E-dream, Opodo che si rivolgono direttamente al cliente finale ma non vengono mai prese in considerazione realtà più piccole forse, ma non per questo meno interessanti come Evolution Travel, Cartorange, Ventura travel, e altre simili che vendono vacanze su internet coadiuvandosi della collaborazione di consulenti esterni o promotori vendita con propria partita Iva. Se il futuro dell'agente di viaggi è quello di diventare consulente delle vacanze a pagamento, mi piacerebbe capire come sono organizzate queste realtà esistenti e cosa le differenzia. Esempio: le 3 agenzie menzionate collaborano con procacciatori d'affari in possesso di partita Iva, affinché vendano normali pacchetti di viaggi di tutti i tour operator, come una qualsiasi agenzia convenzionale, ma perché alcune richiedono fee di ingresso come i franchising e altre propongono l'attività senza investimento iniziale? Ritengo l'argomento molto interessante e se effettivamente questo sembra essere il futuro per le agenzie di viaggi, forse è il momento opportuno per farlo conoscere al meglio.

Elisabetta Diamantese
adv Aosta



Denny Mendes

GRIMALDI
Ferries Prestige
le Autostrade del Mediterraneo

SPAGNA | FRANCIA
TUNISIA | CORSICA



Tariffe
LOW COST
a partire
da €29

Con noi la tua
AUTO viaggia
GRATIS!

www.grimaldi-ferries.com

Call center: 081.496.444