*Comunicato Stampa*

**GRUPPO GATTINONI CELEBRA I 40 ANNI DALLA FONDAZIONE**

**E PUNTA A 1 MILIARDO DI EURO ENTRO LA FINE DEL PIANO TRIENNALE**

* **Il Gruppo, forte dei risultati 2022 di quasi mezzo miliardo di euro, celebra i 40 anni di attività. Oggi rappresenta una realtà industriale ~~e~~ leader nei settori turismo leisure, business travel ed eventi.**
* **L’anniversario non è un punto di arrivo ma di partenza. Il piano industriale triennale ha l’obiettivo di raggiungere 1 miliardo di euro di fatturato entro la fine del piano triennale.**

*Milano, 29 marzo 2023.* Solidità, investimenti, coerenza, lungimiranza, progetti: si può sintetizzare con queste parole la visione del Gruppo Gattinoni, tra i leader del mercato turistico e degli eventi italiano, che celebra i 40 anni dalla fondazione.

Un Gruppo mosso dalla passione, dal coraggio e dalla costante volontà di crescita, volto a perseguire obiettivi di ampliamento e di aumento dei volumi, grazie ad acquisizioni e scelte ramificate. E che ha sempre investito, anche durante il biennio nero del turismo - quello della pandemia - tenendo il timone dritto verso propositi di sviluppo.

L’obiettivo imprescindibile era farsi trovare pronti alla ripartenza e Gattinoni ha performato chiudendo il 2022 con un fatturato di 492 milioni di euro (e 1.183 milioni di euro come valore gestito di contratti commerciali).

**Forte di un piano industriale triennale** che beneficerà dei numerosi investimenti stanziati negli anni passati, in tecnologia, acquisizioni societarie, personale e multicanalità, il Gruppo punta a **raggiungere 1 miliardo di euro di fatturato entro la fine del piano triennale.**

**Spiega Franco Gattinoni, Fondatore e Presidente Gruppo Gattinoni***: “40 anni non sono un punto di arrivo ma un nuovo punto di partenza. Festeggiamo questo importante anniversario forti dei buoni risultati raggiunti nell’anno 2022. Non ho mai smesso di credere nelle opportunità di sviluppo, anche nei momenti più bui dell’attualità. Abbiamo continuato a investire su tutti i fronti, la ripartenza ci ha trovati pronti e i numeri confermano che le nostre scelte sono state vincenti. Abbiamo obiettivi ambiziosi a fine piano triennale che intendiamo raggiungere attraverso una crescita di tutte e tre le divisioni senza ulteriori investimenti. Solo eventuali acquisizioni di ulteriori agenzie di proprietà potrebbero costituire un acceleratore del business. Sono convinto che il prossimo triennio sarà significativo, autorevole e ricco di soddisfazioni. Il nostro obiettivo è essere un gruppo leader in ambito industriale e ci impegneremo per esserlo anche nelle singole business unit”.*

L’anno in corso è iniziato sotto i migliori auspici per tutte le tre divisioni del Gruppo (Business Travel, Travel ed Eventi) con un andamento a fine primo trimestre in crescita del 20% rispetto all’obiettivo di budget per quest’anno (635 milioni di euro) che fa prevedere un avvicinamento ai 700 milioni di fatturato previsti da piano triennale per l’anno 2024.

Il piano triennale prevede strategie e azioni che verranno perseguite sistematicamente in ogni area di business al fine di raggiungere gli ambiziosi obiettivi.

Nel **Travel** si agirà su un doppio binario. Da un lato il progetto è quello di valutare l’incremento del numero delle agenzie di viaggio di proprietà da 120 a 200, tramite acquisizioni che metterebbero l’acceleratore al business. Sul fronte del prodotto interno, inteso come programmazione creata e brandizzata Gattinoni, si lavorerà per implementare la contrattazione diretta, fornire servizi di alta qualità personalizzati e studiati su tutte le tipologie di target, con lo scopo di fidelizzare al brand. Il prodotto interno consente un maggiore controllo sulla marginalità e rappresenta un plus per le agenzie sia di proprietà – 120 – e affiliate - 1.407 in tutta Italia – che possono presentarsi al consumatore con soluzioni diverse per ogni cliente.

È inoltre in essere il **rebranding** delle agenzie di viaggio di proprietà, che nell’arco del 2023 metterà al centro il nuovo logo azzurro Gattinoni Travel – che già caratterizza il prodotto viaggi del Gruppo - per identificare i Gattinoni Travel Store. Per le agenzie affiliate avverrà una rivisitazione delle vetrofanie che si ultimerà nell’anno 2024.

Il rebranding non è un’operazione estetica fine a se stessa, al contrario è una delle armi per indirizzare i viaggiatori in agenzia. Dopo la pandemia le persone hanno manifestato il bisogno di tutele e garanzie, che non possono avere dall’online generico. Gattinoni ha sviluppato **un sito e-commerce** – gattinonitravel.it – nato per il consumatore finale che vuole acquistare online oppure scegliere un prodotto da finalizzare in agenzia.

**La divisione Business Travel** potrà garantire alle piccole, medie e grandi imprese il potenziamento dei sistemi tecnologici**,** fornendo un servizio veloce, personalizzato e l’accesso diretto attraverso la distribuzione di un nuovo «self booking tool» per rendere ancor più efficiente la gestione delle prenotazioni delle trasferte con una maggiore attenzione al controllo dei costi.

Nell’area **Eventi** la strategia è posizionarsi per la realizzazione non solo di convention e di incentive, ma anche di grandi eventi. Proprio per questo obiettivo si sta lavorando al potenziamento dell’area Live Communication e della squadra con nuove risorse e collaborazioni importanti. Inoltre, si sta sviluppando un lavoro verso società internazionali per spingere l’Italia come destinazione e il lifestyle Made in Italy.

Queste strategie si avvarranno di un importante piano di **comunicazione** a supporto, che fa leva sul media mix. Viene stanziato un budget per la comunicazione su media tradizionali e digital. Il brand viene veicolato anche attraverso partnership di riconosciuta visibilità, come Nitto ATP Finals, Inter, Basket Torino, Basket Treviso, Radio Deejay e Camomilla.

**Commenta Sergio Testi, Direttore Generale Gruppo Gattinoni***: “I risultati attuali sono frutto di continuità, di investimenti fatti per anni nelle risorse umane e nella tecnologia, ma anche della nostra velocità di risposta alla domanda di un mercato in forte cambiamento e sempre più esigente. Vogliamo essere veloci perché il mondo è veloce. Sia nelle integrazioni che implicano le acquisizioni fatte, sia nell’adattarci alle esigenze del cliente, arrivando anche ad anticiparle. Il network di agenzie affiliate ha saputo resistere alla pandemia, anche grazie agli strumenti che abbiamo messo a disposizione. La divisione Eventi è stata supportata con l’ingresso di professionisti, soprattutto lato creativo, molto esperti. Il Business Travel ci ha fatto ricevere prestigiosi riconoscimenti. Siamo pronti a cogliere tutte le opportunità del nuovo triennio”.*

Oltre che alla multicanalità il raggiungimento degli obiettivi è **intrinsecamente legato alle Risorse Umane, che rappresentano uno dei pilastri dell’azienda.**

Ad oggi il Gruppo Gattinoni conta **800 fra dipendenti e collaboratori**; nell’ultimo trimestre sono state confermate 80 nuove assunzioni a cui ne seguiranno altre nei prossimi mesi. Sono in cantiere attività per attrarre i giovani, attraverso piani di carriera e azioni di comunicazione dedicate e sono attive collaborazioni con università ed enti. Rimangono alcune formule di Smart working per coniugare meglio vita professionale e privata. Sono programmati restyling delle sedi principali per renderle più friendly per chi le vive.

Attualmente il Gruppo Gattinoni si compone di **8 sedi**: agli hub di Milano, Torino e Bologna si aggiungono le sedi operative di Monza, Lecco, Rimini, Roma e, novità 2023, Treviso. Questa tematica si collega a quello delle Risorse Umane perché **consente di delocalizzare, di generare posti di lavoro in molteplici città.**

**Un altro valore ispiratore del Gruppo è rappresentato dall’Etica. Un’etica concreta.**

In termini di business l’azienda crede nel concetto di “giusto guadagno”, che equilibra un’attività scevra da speculazioni e al contempo tutela la filiera. I fornitori vengono accuratamente selezionati in base alla concordanza di valori e alla loro trasparenza. La Onlus aziendale nell’arco del prossimo triennio si trasformerà in Fondazione, per portare avanti i progetti umanitari in modo più strutturato. Non da ultimo il tema della sostenibilità, che viene declinato in un percorso importante che riguarda tutte le business unit del Gruppo, in partnership con la startup Up2You: dai tour a impatto zero agli eventi in cui la certificazione dell’emissione di Co2 viene compensata attraverso l’adesione a progetti green certificati che hanno come obiettivo la compensazione o la non emissione di Co2, e ancora nel Business Travel, con azioni di certificazione delle trasferte o attraverso la recente adesione al programma SAF Corporate di Air France KLM che si inserisce perfettamente nel percorso intrapreso verso la Carbon neutrality.

Per informazioni alla stampa:

***Sara Ferdeghini***

sara@ferdeghinicomunicazione.it

cell: 335.7488592

Ufficio Stampa Gruppo Gattinoni

Ferdeghini Comunicazione Srl