Alitalia e le nuove strategie: al via il roadshow con le agenzie

Dieci città italiane (da Venezia a Bari, da Torino a Catania) in poco più di 20 giorni. È partito il **roadshow** Alitalia nel quale **Ariodante Valeri**, Chief Commercial Officer, e **Nicola Bonacchi**, Vice President Italy Sales, illustreranno alle **agenzie di viaggio** e ai clienti delle **aziende**, piccole e grandi, la nuova **strategia commerciale** e il rinnovamento della compagnia.

“Questo roadshow è il nostro modo per ribadire la volontà di essere sempre più presenti sul territorio e ad interagire maggiormente con i **partner** della **filiera turistica** – dice Nicola Bonacchi -. Per questo ci impegniamo a offrire nuove **soluzioni commerciali** di interesse per tutti a partire dalle agenzie, che vogliamo incentivare e non penalizzare, come invece fanno altri competitor”.

Come si legge in una nota della compagnia, il progetto di rilancio si fonda su un’offerta completamente nuova sotto il profilo dei servizi, delle **destinazioni**, dei **prezzi** e di un nuovo approccio al mercato.

Tra i pilastri del piano vi è lo sviluppo dell’offerta di **lungo raggio** attraverso l’introduzione di nuovi **collegamenti intercontinentali** e il rafforzamento di quelli esistenti. **Abu Dhabi** (da Venezia e da Milano), **Shanghai** (da Milano), **Seoul** ed entro la fine dell’anno **Pechino** (da Roma) sono le nuove rotte di lungo raggio avviate nel 2015. L’espansione intercontinentale proseguirà anche nei prossimi anni, soprattutto verso le **Americhe**.

Ma, soprattutto, la compagnia è impegnata nel rilancio di tutte le sue attività su scala globale, come dimostrano anche il **nuovo brand Alitalia**, la nuova livrea e i nuovi allestimenti degli aerei che interpretano in chiave moderna l’identità visiva della Compagnia, con lo scopo di renderla più riconoscibile, ma anche più elegante e sofisticata.