Il Gruppo Gattinoni chiude il 2016 con un fatturato di 205 milioni di euro

Il **Gruppo Gattinoni** ha chiuso l’anno 2016 registrando un fatturato complessivo di 205 milioni di euro, di cui 35 milioni attraverso l'unità Incentive&Event e Communication, 75 milioni dal Turismo (Leisure) e 95 milioni dal Business Travel. Nell'anno passato Gattinoni, che comprende 3 società e 5 business unit, ha compiuto numerosi investimenti: l'acquisizione di due network di agenzie, l'ampliamento della sede milanese, ora head quarter del gruppo, oltre ad avere compiuto investimenti tecnologici in piattaforme e applicazioni, potenziato il prodotto attraverso la creazione di tre linee complementari, e ancora, investito nelle risorse umane e nella creazione del fondo di garanzia a tutela delle agenzie di viaggi.

La riorganizzazione societaria e operativa di Gattinoni sarà volta a ottimizzare i rami dell’azienda e renderà il 2017 una sorta di "anno 1". Si è provveduto infatti a una semplificazione delle attività per i segmenti Incentive&Event e Communication, Business Travel, e Turismo, con l'obiettivo per il 2017 di realizzare un fatturato complessivo di 240 milioni di euro (40 milioni Incentive&Event, 5 milioni Communication, 80 milioni Turismo e 115 milioni Business Travel). Inoltre il Gruppo riconferma per il 2017 la volontà di investire in tutti i campi, con la finalità di potenziare il ruolo delle agenzie di viaggi e rendere riconoscibile il marchio Gattinoni Mondo di Vacanze dal consumatore finale. Marchio che nel 2016 ha realizzato 650 milioni di euro in contratti, di cui 353 milioni nel segmento leisure, 248 milioni nel business travel e 49 milioni nei servizi. L’obiettivo di Gattinoni Mondo di Vacanze per il 2017 è arrivare a 750 milioni di euro complessivi.

Per quanto riguarda gli investimenti dal punto di vista tecnologico nel corso dell’anno verranno rilasciate 3 applicazioni innovative, mentre sul fronte prodotto verranno effettuati investimenti sulle tre linee (Centralizzato, DPack e Travel Experience). "Nel 2016 abbiamo raggiunto buoni risultati, sia nel network sia nelle agenzie di proprietà - commenta **Franco Gattinoni,** Presidente -. Per quanto riguarda il prodotto avverrà una maturazione, perché al Gruppo interessa poter rispondere al cliente con la massima velocità, qualità e supportare le agenzie di viaggio con un’offerta che possa intercettare tutte le tipologie di clientela".