

L'INTERVISTA ❖ Il comandante dei piloti Galiotto (Anpac) «Ad Alitalia servono solo denaro e fiducia»

«Non è una questione di nazionalità
«Compagnie low cost troppo favorite»

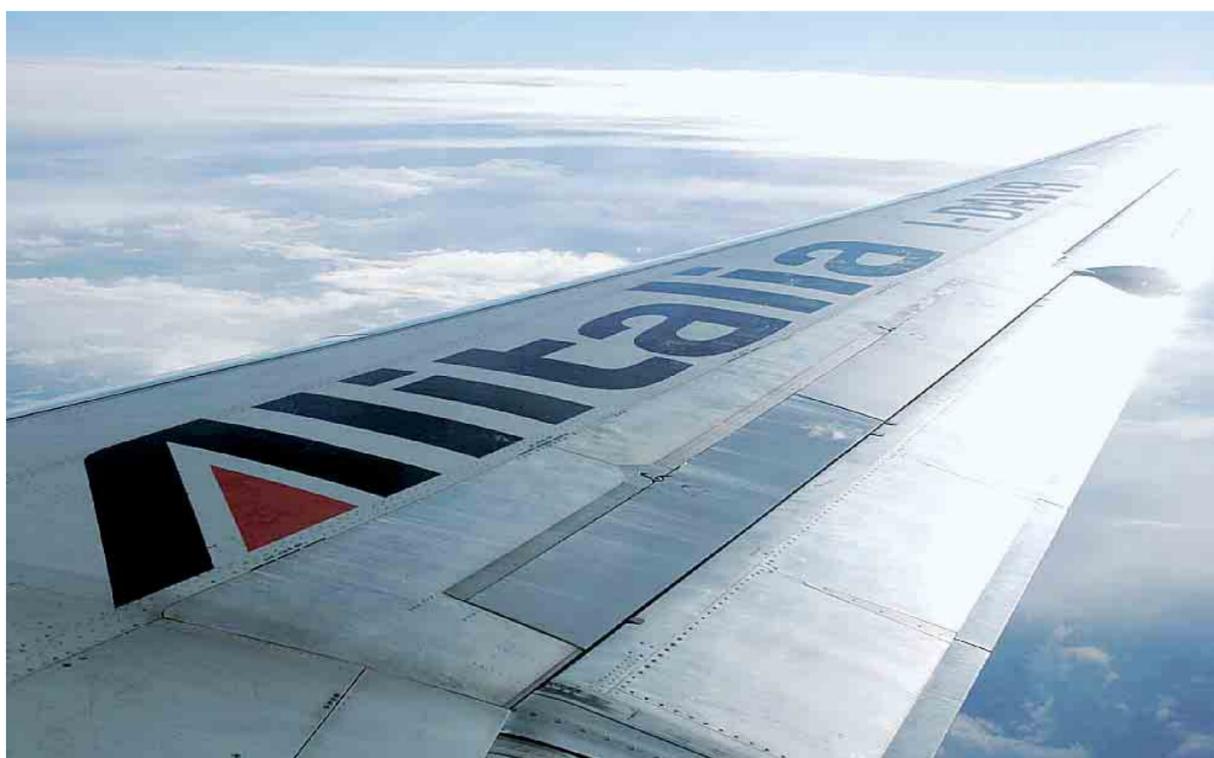
«Il problema non è che siano francesi o di qualunque altra nazione. In questa ennesima crisi Alitalia oggi forse nessuno è in condizione di scegliere chi ci darà i soldi per poter sopravvivere. Non ne farei una questione di nazionalità ma piuttosto occorre che sia qualcuno disposto ad investire fiducia e poi denaro per un definitivo rilancio della Compagnia». Lo afferma il comandante Giovanni Galiotto, presidente dell'Anpac, la principale associazione che raggruppa i piloti professionisti italiani, intervenendo sulla questione riguardante la Compagnia di bandiera, attualmente in profondo rosso e alla ricerca di chi possa risollevarne le sorti. Il numero uno di Anpac ha all'attivo oltre 8 mila ore di volo, in parte in Aeronautica, poi in Alitalia e quindi anche su mezzi antincendio. Grande esperienza di volo che oggi dedica a tempo pieno all'associazione dei piloti e che lo porta a conoscere a fondo i



«IL TURISMO
GRANDE
OCCASIONE»

FOCUS

«Alitalia ha grandi potenzialità anche per il solo fatto di essere uno dei Paesi più visitati al mondo e che perciò può attrarre più passeggeri. Sta ad altri vendere questo "prodotto" ma il fattore Italia è di per sé importante» è il parere di Giovanni Galiotto, presidente dell'Anpac, l'associazione dei piloti dell'aviazione civile.



problemi di piloti e Compagnie. «I risultati parlano da soli - prosegue commentando la situazione Alitalia - : cinque anni fa molte colpe furono attribuite alla cogestione piloti Anpac e management aziendale. I risultati attuali indicano assenza di gestione e atteggiamento conflittuale dell'azienda. Ovvio che c'è la crisi da cui forse oggi comincia ad uscire l'Europa, mentre gli Usa sembrano già un po' più avanti, e i prezzi del petrolio sono alti ma non altissimi. Nel 2009 Alitalia era però partita con contratti rinnovati, 10 mila dipendenti in meno e azzeramento della conflittualità sindacale, estromettendo alcune sigle a piacimento. Un modo di affrontare l'inizio della crisi e la sua fase centrale nella condi-

La critica

«MANAGEMENT INADEGUATO»

Secondo Giovanni Galiotto nel 2009 Alitalia era partita in condizioni tali da affrontare la crisi. «Aveva contratti rinnovati, diecimila dipendenti in meno e la conflittualità sindacale azzerata» ricorda il presidente dell'Anpac, l'associazione dei piloti professionisti. «Ma nonostante i macro fattori positivi il management si è dimostrato non adeguato a superare la crisi». Per questo, insiste: «È necessario che ora qualcuno abbia denaro da investire nella compagnia per garantirle la sopravvivenza e il rilancio».

zioni migliori industrialmente. Ma nonostante questi macro fattori il management si è dimostrato non in grado di affrontarla e non adeguato». Per questo, insiste il leader dei piloti italiani «è auspicabile che qualcuno abbia del denaro da mettere nella Compagnia per garantirle la sopravvivenza e poi il rilancio». A condizione però, sottolinea, «di mantenere l'attuale piano industriale e non stravolgerlo». E per il presidente Anpac le bellezze del nostro paese potrebbero costituire elementi favorevoli: «Alitalia - afferma - ha grandi potenzialità anche per il solo fatto di essere in uno dei Paesi più visitati al mondo e che perciò può attrarre più passeggeri. Sta ad altri "vendere" questo prodotto, ma comunque il

fattore Italia è di per sé importante». Da potenziare poi, per Galiotto, il lungo raggio, «dove i margini di guadagno - dice - sono maggiori rispetto al medio, dove la concorrenza delle compagnie low cost è devastante». E a questo proposito stigmatizza le agevolazioni: «Occorrerebbe che Alitalia e similari Compagnie avessero contratti pari a quelli delle low cost che già di per sé hanno strutture più snelle e costi ridotti. A loro gli aeroporti danno sostanziosi contributi negati ad altri. Occorre garantire a tutte le Compagnie le stesse opportunità. Invece quelle nazionali hanno costi importanti ogni volta che atterrano, quando altri hanno contratti di favore».

DINO FRAMBATI

INFORMAZIONE PUBBLICITARIA

“DAL 1968 UNA AZIENDA CARA AGLI AUTOMOBILISTI”

MALGRADO LA GRANDE CRISI CHE DA QUALCHE ANNO PENALIZZA IL SETTORE AUTO, L'EMPORIO LUBRIFICANTI RESISTE SEMPRE GRAZIE ALLA POLITICA DI SCONTI CHE APPLICA TUTTO L'ANNO ALLA VASTA CLIENTELA.

Era l'anno in cui erano in voga le targhette autoadesive o calamitate con scritto "PAPA' NON CORRERE, PENSA A NOI".

Poi l'accessorio prese sempre più campo, cerchi in lega, volanti HF, marmitte sportive, gomme larghe.

Gli interni delle auto venivano abbelliti con fodere anatomiche e tappetini e le autoradio erano un privilegio per benestanti.

Poi pian piano le auto iniziarono a essere prodotte con certi comfort fino a raggiungere la perfezione.

E allora un pioniere del settore, Caliri Michele, non si arrese alla TECNOLOGIA.

Guardando al futuro creò L'EMPORIO LUBRI-

FICANTI: un gioiello mirato ALLA SOSTITUZIONE IMMEDIATA e SENZA APPUNTAMENTO di OLIO MOTORE PER AUTO BENZINA, DIESEL e MOTO SCOOTER.

ATTIVITA' MOLTO APPREZZATA DAGLI Automobilisti e Motociclisti che possono sostituire OLIO FILTRI E PASTIGLIE RAPIDAMENTE e alla VENDITA anche al MINUTO delle MIGLIORI MARCHE di TUTTI I LUBRIFICANTI.

Creò un AREA ATTREZZANDO L'ATTIGUO PIAZZALE CON 2 PONTI PER AUTO e mettendo a disposizione dei CLIENTI 3 MECCANICI SPECIALIZZATI IN CAMBIO OLIO, FILTRI OLIO, FILTRI ARIA, FILTRI ANTIPOLLINE E FILTRI CASOLIO BOSCH.

Inoltre ricavò UNA SECONDA AREA con 2 PONTI per CAMBI OLIO MOTO e SCOOTER e l'iniziativa ebbe MOLTO SUCCESSO.

ANCHE LUBRIFICANTI E GRASSI per la NAUTICA ARRICCHISCONO L'ATTIVITA'.

I vantaggi per l'automobilista e il motociclista

sono quelli di trovare TUTTE LE MIGLIORI MARCHE di OLIO LUBRIFICANTI RELATIVE A TUTTE LE MARCHE di AUTOVETTURE e di FARE i TAGLIANDI con TIMBRO sul LIBRETTO.

LE ATTIVITA' OGGI SONO OGGETTO DI UNA VASTISSIMA CLIENTELA CHE SPAZIA IN TUTTA LA GRANDE GENOVA, ESTENDENDOSI ALLA RIVIERA LIGURE DEL PONENTE E DEL LEVANTE E AL BASSO PIEMONTE.

LO SLOGAN CHE LANCIÒ TALE SERVIZIO È: "SCEGLI L'OLIO CHE VUOI, TE LO CAMBIAMO SUBITO E SENZA APPUNTAMENTO". DA FINE OTTOBRE INIZIERA' LA STRAORDINARIA VENDITA A PREZZI INGROSSO DI TUTTI I TIPI DI CATENE DA NEVE PER TUTTE LE AUTO PER METTERSI IN REGOLA CON LA LEGGE CHE DAL 1° NOVEMBRE al 31 MARZO OBBLIGA GLI AUTOMOBILISTI AD AVERE A BORDO LE CATENE.

PREZZO MINIMO A PARTIRE DA EURO 30,00.