13 gennaio 2024

Gattinoni dopo i 40 anni punta al miliardo di ricavi

Storie d'impresa
Parla il fondatore

Crescere sempre e cogliere tutte le opportunità che si presentano. È questa una delle regole chiave che hanno scandito la vita di Franco Gattinoni, fondatore e presidente di Gattinoni group nonché a capo della Federazione turismo organizzato (Fto) di Confcommercio. Una crescita che si declina con il verbo "lavorare" e che si coniuga con la volontà di raggiungere sempre nuovi traguardi. Fin da quando, giovanissimo, nel 1983 aprì la sua prima agenzia di viaggi a Valmadrera, in provincia di Lecco.

L'obiettivo del miliardo

Lo scorso anno Gattinoni Group ha compiuto 40 anni e ora si proietta verso un traguardo significativo: il miliardo di ricavi da raggiungere entro la fine del 2026, al termine del piano industriale. Un sogno che può diventare realtà, visto che il gruppo - con uffici a Milano, Lecco, Monza, Torino, Bologna, Treviso, Rimini e Roma - spazia in molti ambiti: dal segmento Travel (che comprende le linee di prodotto e oltre 1.500 agenzie viaggi, 120 di proprietà e il resto affiliate) al Business travel, con servizi a valore aggiunto per le imprese, alla divisione Events, che crea e realizza chiavi in mano "momenti unici" spettacolarizzando attività di team building, convention, lanci di prodotto, viaggi incentive e altro. «Oggi il nostro è un gruppo italiano tra i leader nel settore del turismo, del business travel e degli eventi, con grandi potenzialità di crescere ancora - racconta Franco Gattinoni -. Il segreto del successo è essere orientati al miglioramento continuo, al rispetto dei partner e al guardare sempre verso chi è più bravo». mondo». Di giorno lavora e la sera studia Ragioneria. Rapida la scalata «fino al gradino al di sotto del direttore d'agenzia». Arriva poi la proposta inaspettata: «diventare direttore di una agenzia di viaggi di Udine; accetto e a 21 anni salgo in treno con un groppo alla gola perché mi allontanavo dagli affetti». A 24 anni già guida una rete di cinque filiali. Segue il rientro a Lecco. «Nel 1983 ho investito i miei risparmi, erosi però dall'inflazione alta di quegli anni, nell'apertura della mia agenzia a Valmadrera, l'unico Comune in cui era possibile ottenere la licenza», spiega. L'insegna era Boeing viaggi e la scelta chiave è stata puntare sul mercato aziendale. «Il primo cliente? Un gruppo attivo nel commercio di articoli di termoidraulica, che tuttora collabora con noi; gli spiegammo come fidelizzare i suoi clienti con i viaggi incentive».

Si sviluppa poi il percorso per fare crescere il business, anche rilevando agenzie in difficoltà. Dopo 13 anni arriva la decisione, quasi obbligata, di cambiare la ragione sociale, per evitare confusioni con il colosso di Seattle, e di usare il proprio cognome. Nella compagine azionaria entra anche Hotelplan con una quota del 34%. Ma poi, a seguito dell'acquisizione di quest'ultima da parte della marchigiana Eden Viaggi, Franco Gattinoni nel 2016 ricompra le quote: da lì inizia la crescita continua del network.

Tra il 2008 e il 2010 il settore viaggi è scosso da grandi cambiamenti, alla ricerca di nuove economie di scala. Gattinoni favorisce la nascita

FRANCO GATTINONI
Il presidente del Gruppo Gattinoni, da lui fondato nel 1983

Un milione di clienti

La soddisfazione dei clienti - siano essi privati o grandi imprese della finanza, dell'automotive o dell'industria (a partire da quella farmaceutica) - è la stella polare, da raggiungere garantendo «esperienze da vivere», come recita il payoff del gruppo. Altri valori chiave sono la creatività (premiata dagli award di settore), l'innovazione (di rilievo la piattaforma ecommerce che incorpora intelligenza artificiale con avanzati tool) e la professionalità, necessaria per pianificare viaggi in ogni dettaglio.

Non mancano i servizi tecnologici e l'impegno solidale, che si realizza soprattutto attraverso la onlus Un mondo di amici, che ha operato in Uganda a favore della popolazione locale e che ora sostiene progetti di formazione, inclusione e mobilità. La strategia di sostenibilità spazia dall'impegno a diventare carbon neutral, assistiti da Up2You, all'offerta di viaggi, trasferte ed eventi che implichino fornitori sostenibili o politiche di compensazione. La crescita del gruppo testimonia il gradimento verso un'offerta così articolata, «mossa dalla passione e dalla cura di ogni dettaglio», spiega Gattinoni. A quarant'anni dalla fondazione, il suo gruppo brinda al milione di viaggiatori all'anno e oggi conta più di 850 collaboratori.

Una storia da self-made man

Il viaggio di Franco Gattinoni verso questi risultati parte dalla provincia lombarda. «Da bambino vivevo alle pendici del Resegone, nel Lecchese», racconta il presidente. Rimasto orfano del papà, il giovanissimo Franco alterna per anni scuola e lavoro, «sempre evitando di lavorare come tanti altri nell'industria metalmeccanica o in banca, che non mi attraevano». Ecco la terza via: un'agenzia di viaggi di Lecco, che cerca un fattorino. «Non ho avuto dubbi: avevo voglia di esplorare il di un nuovo polo distributivo. Arriva poi il boom del turismo online e delle grandi piattaforme digitali, Booking e Airbnb fra tutte. Molti big del turismo passano di mano o sono scossi da crisi. Ma Gattinoni resiste.

Investimenti continui

Alla convention del 2019, intitolata «Il coraggio di osare», Franco Gattinoni annuncia ulteriori investimenti, dichiarando «adesso tutti vendono vacanze, dai supermercati ad Airbnb; io credo nel fare rete: solo la coesione fra produzione e distribuzione può portare benefici al sistema e ai singoli».

Gli investimenti "controcorrente", quindi coraggiosi, non si fermano nemmeno durante il periodo più difficile di sempre: la pandemia da Covid 19 e il conseguente lockdown. Gattinoni sviluppa una propria piattaforma - fornita a tutte le agenzie di viaggi di proprietà e partner - e il sito ecommerce gattinonitravel.it. Investe anche nelle risorse umane, con piani importanti di nuove assunzioni. La svolta digitale viene completata, fino alla recente introduzione di strumenti di intelligenza artificiale nella piattaforma web. La strategia si rivela vincente ed è coronata nel 2022 dall'acquisizione di Robintur travel group.

Il 2023 si è concluso in crescita, spinto da un ottimo primo semestre: +41% di fatturato sull'anno precedente, ben oltre il budget. «Tutti gli investimenti realizzati negli anni passati stanno generando risultati - spiega il presidente -. E continueremo a investire, ad esempio in ambito Travel, con l'apertura di nuove agenzie di proprietà e l'implementazione della nuova piattaforma B2B2C. In tutto ciò per noi restano centrali le persone: imprescindibili per crescere e affrontare le sfide del mercato».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il Sole 24 Ore Venerdì 12 Gennaio 2024 – N. 11

Dossier
Come evolve il turismo