

Alitalia, torna MilleMiglia validità estesa a gennaio 2020

► La compagnia ha riacquisito da Etihad il 75% del "programma" a un prezzo di circa 18 milioni

LA VALORIZZAZIONE

ROMA Alitalia si riappropria del controllo del programma MilleMiglia, il piano di fidelizzazione dei clienti della compagnia. Alitalia e Global Loyalty Company LLC, società controllata da Etihad Aviation Group, hanno definito un accordo in base al quale la società degli Emirati arabi ha ceduto alla compagnia italiana il 75% di Alitalia Loyalty, la società che gestisce il programma di fidelizzazione dei clienti. Con all'acquisizione dell'intera partecipazione, Alitalia ha esteso la validità delle miglia al 31 gennaio 2020. Prezzo pagato: 18 milioni circa che è il saldo tra i 50 milioni nominali e i 32 milioni in cassa. Ad agosto 2014 Etihad pagò il 75% 120 milioni.

«Il rientro di Loyalty nel perimetro Alitalia contribuisce in modo rilevante alla migliore valorizzazione del complesso degli asset aziendali. Si tratta infatti di un'attività indispensabile per una compagnia aerea che deve avere come obiettivo primario la soddisfazione e il gradimento dei propri passeggeri. Anche per questo, l'impegno immediato sarà quello di avere un programma sempre più vicino alle esigenze della nostra clientela», ha etto

Daniele Discepolo, neo commissario straordinario di Alitalia e presidente di Alitalia Loyalty.

Con oltre 5 milioni di soci, MilleMiglia è uno dei programmi di fidelizzazione più estesi in Italia. Il patrimonio derivante dal database dei clienti, il potenziale sviluppo di partnership commerciali e le opportunità di marketing associate alla raccolta delle miglia, inoltre, rendono Loyalty un asset strategico per le prospettive di sviluppo del vettore italiano. Alitalia potrà inoltre continuare ad avvalersi delle competenze e della professionalità del personale attualmente impiegato in Alitalia Loyalty. «In questi anni - ha detto Gavin Halliday, managing director Global Loyalty Company di Etihad Airways - Etihad si è impegnata, collaborando con Alitalia per incrementare i servizi e i benefici per i soci MilleMiglia, a vantaggio della compagnia aerea italiana. Questa operazione garantirà ai milioni di soci MilleMiglia di continuare a usufruire di tutti i vantaggi del rinomato programma fedeltà».

Inoltre Alitalia è diventata partner di [Booking.com](https://www.booking.com), piattaforma online leader globale nell'offerta di strutture ricettive. L'obiettivo della collaborazione

commerciale è quello di offrire ai clienti Alitalia, anche per quanto riguarda l'offerta di servizi aggiuntivi al volo, un'esperienza di viaggio sempre più completa e digitale grazie all'integrazione nel sito Alitalia.com del motore di ricerca e prenotazione alloggi di [Booking.com](https://www.booking.com).

I passeggeri Alitalia, non appena completato l'acquisto di un volo su Alitalia.com, potranno quindi prenotare direttamente sul sito anche la struttura preferita tra gli oltre 29 milioni di hotel e altri posti unici dove soggiornare, proposti da [Booking.com](https://www.booking.com) in oltre 144.000 destinazioni in 229 Paesi e territori.

I soci del programma MilleMiglia continueranno ad accumulare 3 o più miglia per ogni euro speso semplicemente prenotando l'alloggio attraverso la piattaforma di [Booking.com](https://www.booking.com) integrata nel sito Alitalia.

A. Fons.

IL COMMISSARIO DISCEPOLO: «IL RIENTRO DI LOYALTY CONTRIBUISCE ALLA MIGLIORE VALORIZZAZIONE DEGLI ASSET AZIENDALI»