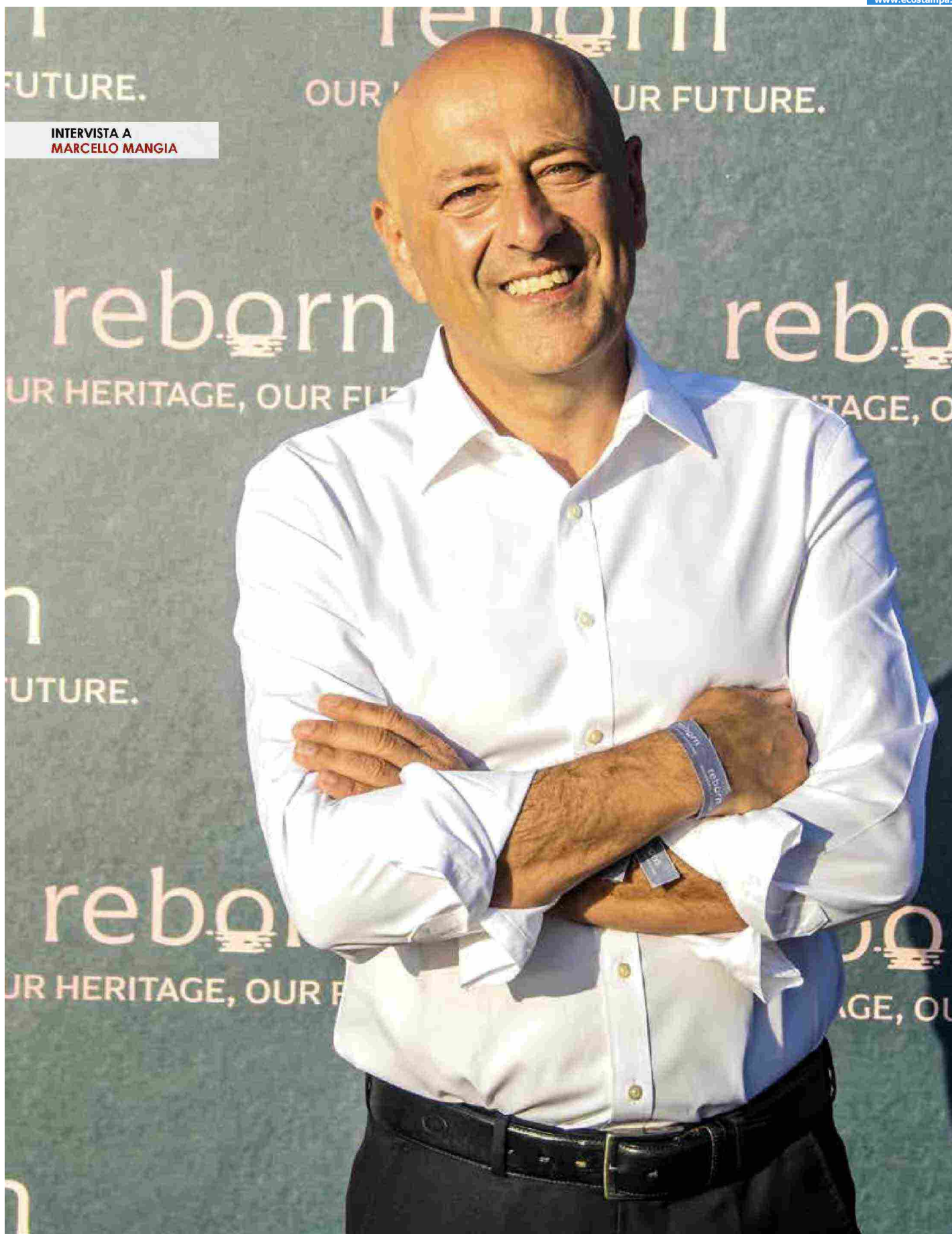


**INTERVISTA A  
MARCELLO MANGIA**



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

146176

INTERVISTA

**AEROVIAGGI STIMA QUEST'ANNO UN FATTURATO DI 75 MLN DI EURO E 110 MLN NEL 2023. CON BLACKSTONE, L'OBIETTIVO È ARRIVARE A 18 STRUTTURE NEL 2025-26 E ALLA NASCITA DI DUE BRAND: OMNI E MOMENTO.**

## UN'ANIMA IN TANTI CORPI

di Stefano Bonini

**N**el lontano 1973 a Palermo **Antonio Mangia** fonda un'agenzia viaggi che in pochi anni diventa uno dei principali tour operator siciliani e si afferma come riferimento per il turismo integrato all-inclusive. Le radici sono gettate, **Aeroviaggi** comincia a crescere. Diventa società per azioni, avvia la divisione di management alberghiero e si avvia alla conquista commerciale del mercato francese, sul quale è tuttora player incoming di primo livello. Con gli anni arriva anche l'allargamento alla Sardegna e il consolidamento come primo charter operator delle due isole maggiori. Oggi dopo quasi mezzo secolo di attività, Aeroviaggi, che rimane orgogliosamente un'azienda di carattere familiare, è uno dei più importanti operatori del settore turistico italiano: con 13 strutture tra premium resort e club, 3.240 camere e 1.200 dipendenti. Ma soprattutto è uno dei top brand dell'hospitality industry italiana anche per il nuovo marchio globale nato nel 2021 **Mangia's Resorts by the Sea by Aeroviaggi**. Delle strategie del gruppo parla **Marcello Mangia**, presidente e CEO di **Mangia's - Aeroviaggi**.

**Partiamo da un commento sull'importante partnership siglata con Blackstone.**

La joint venture con Blackstone è per noi un grandissimo risultato, su cui abbiamo lavorato per lunghi mesi. Cercavamo un investitore finanziario di questo tipo, che ci aiutasse a

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

146176



Dall'alto, particolare della spiaggia di Brucoli Resort, ad Augusta (Sr); veduta aerea di Cala Blu Premium Resort a Santa Reparata (Ss); piscina di Pollina Resort a Pollina (Pa)

consolidarci ulteriormente e a guardare al futuro con ancor più dinamismo. Il risultato nei fatti è la newco Insulae, a cui abbiamo conferito sei strutture del nostro brand Mangia's (il Cala Blu e il Marmorata di Santa Teresa Gallura e l'Agrustos di Budoni, in Sardegna, nonché il Brucoli vicino Siracusa, il Costanza a Selinunte e il Pollina a Cefalù, in Sicilia) per un totale di oltre 1.900 camere. Noi abbiamo il 25% delle quote mentre il restante 75% è in mano ad Hotel Investment Partners, la controllata di Blackstone già presente in Spagna, Grecia e Portogallo con un totale di 67 strutture e oltre 19 mila camere. Il ruolo di presidente di Insulae è ricoperto da Andrea Mangia, CFO di Aeroviaggi, mentre io e l'altro mio fratello Marco sediamo nel cda. Una garanzia per il nostro business model che è solido e affidabile.

### Come sono i rapporti con Blackstone e quali i progetti futuri?

I rapporti sono eccellenti. Blackstone ci ha confidato di aver trovato in noi il soggetto giusto per sviluppare al meglio il proprio business nel segmento del luxury resort, tanto che investirà nell'operazione 85 milioni di euro entro il 2024 per rinnovare e far crescere ulteriormente in termini di qualità, standard e servizi, le strutture individuate nell'accordo. Noi d'altra parte investiremo come Aeroviaggi, che resta il gestore di tutti i resort grazie ai contratti di management stipulati, altri 25 milioni di euro sui restanti resort per riposizionarli nel segmento 4-5 stelle grazie anche a nuovi contenuti legati all'entertainment (con professionisti e performer esterni), a moda e cultura (sfilate e mostre), e al food&wine (più opzioni ristorative in ciascun resort) per raccontare il territorio e l'italian lifestyle.

Con Blackstone stiamo pensando anche ad un ulteriore sviluppo del segmento hospitality attraverso l'acquisizione di nuove strutture, con l'obiettivo di triplicarle e arrivare a 18 strutture nel 2025-2026. Abbiamo già avviato un'attività di scouting in diverse destinazioni italiane, non solo al sud ma anche in alcune città e località di montagna. Nell'ottica della differenziazione nasceranno anche due brand che distingueranno i Mangia's resorts: Omni più family oriented, e Momento più dedicato a coppie e adulti.

INTERVISTA

**Dopo due anni di pandemia qual è la performance economico-finanziaria del gruppo?**

Dopo un 2019 molto positivo con un ebitda di 14,5 milioni di euro, seguito da due anni molto complessi, il gruppo Aeroviaggi raggiungerà quest'anno un fatturato di 75 milioni di euro: 54 generati dal brand Mangia's Hotel e 21 dal brand Mangia's Travel legato alla componente charter. E che nei prossimi 2/3 anni si contrarrà ulteriormente a favore della parte alberghiera, su cui ci stiamo concentrando come business model, che arriverà a rappresentare il 90% circa del fatturato totale. Per il 2023 c'è un'ulteriore novità nell'ambito dell'accordo con Blackstone, diventeremo infatti general contractor della joint venture trasferendo così la nostra expertise consolidata, quella di acquisire strutture, ristrutturarle e rilanciarle, anche alla partnership con il fondo americano. Questa attività, che si chiama Mangia's Build It, arriverà a generare circa 30 milioni di euro di ricavi, unit che porterà il fatturato del 2023 a circa 110 milioni. E qui sta l'unicum dell'accordo con Blackstone perché Aeroviaggi è in grado di offrire qualcosa di molto verticale: il resort, la ristrutturazione dello

stesso e la successiva gestione comprensiva di tutta la parte amministrativa e burocratica.

**Investire sulle strutture è importante, ma nel settore hospitality altrettanto centrale è il capitale umano. Avete progetti a riguardo?**

Certamente, e il fatto di avere un indice di gradimento elevatissimo (al 96%, tra i più alti all'interno di tutto il gruppo Blackstone) da parte dei nostri ospiti ci spinge a continuare ad investire sulle risorse umane. Abbiamo lavorato per riportare in Italia giovani professionisti reduci da importanti esperienze internazionali e l'età media dei nostri manager è di circa quarant'anni anche in ruoli chiave. Continuiamo ad investire nella formazione con il progetto Mangia's Academy: con Luiss Business School abbiamo lanciato la prima edizione dell'Antonio Mangia Study Grant, per promuovere talenti e formare la prossima generazione di Tourism & Travel Manager; con Cast Alimenti abbiamo siglato una partnership strategica che prevede la formazione e l'aggiornamento professionale del personale Mangia's in ambito enogastronomico.



Uno scorcio di Favignana Resort a Favignana (Tp)

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

146176