

Viaggi del Mappamondo: da 50 anni una storia di eccellenza e di passione per il viaggio

Mar 3, 2026



Nella prestigiosa location del Forum Theatre di Roma, sabato 28 febbraio, Viaggi del Mappamondo ha festeggiato il 50° Anniversario della sua attività, in una serata ricca di suggestioni, ricordi, amici e partner commerciali che ogni giorno, da 50 anni, affiancano l'azienda in un percorso di crescita orientato al valore.

Il Forum Theatre è più di un semplice teatro: è parte dei leggendari Forum Studios fondati dal maestro Ennio Morricone, dove sono nate le colonne sonore che hanno fatto la storia, da *Il Postino* a *La Vita è bella*, da *Il Tè nel deserto* a *C'era una volta in America*. Respirare l'atmosfera di questi studi significa entrare in contatto con un'eredità artistica profonda. "Qui hanno registrato dal 1970 i più grandi artisti mondiali ed abbiamo voluto scegliere il cinema come compagno di viaggio della nostra serata perché crediamo che un viaggio, così come un film, può emozionare, può stupire, o può deludere, ma è capace sempre di sorprendere" – ha spiegato agli ospiti dell'evento Andrea Mele, il Ceo di Viaggi del Mappamondo che ha voluto ripercorrere tutte le tappe salienti che hanno scandito la storia del tour operator, per raccontare un cammino fatto di sfide, successi e visioni che hanno caratterizzato il percorso di un'azienda oggi orientata alla qualità, e mai ai numeri.

"Era il 1976 quando uscì il primo catalogo Fantastico Oriente a marchio I Viaggi del Mappamondo con una programmazione su Bangkok, Bali, Singapore ed Hong Kong – ha raccontato Mele -. Era un catalogo rappresentativo dell'attività di tour operating della Ital Atlantic Express, una delle più grandi agenzie di viaggi di Roma, ed erano gli anni, quelli, in cui nascevano i grandi tour operator che hanno fatto la storia, gli anni in cui arrivarono i primi Jumbo 747 che iniziarono a collegare l'Italia alle destinazioni di lungo raggio, fino a quel momento difficili da raggiungere. Viaggi del Mappamondo (senza la i) nacque nel 1989 da una cessione di ramo d'azienda della Ital Atlantic Express, il 1991 vide poi l'apertura della filiale di Milano che tutt'ora opera nel segno della continuità, ed il 1994 l'ingresso in Atoi, oggi Astoi, all'epoca sotto la presidenza Franco Rosso, dove oggi io ricopro la carica di vicepresidente vicario. Nel 2004 io e Marco Cifani finalizzammo l'acquisto dell'intero pacchetto azionario di Mappamondo e cominciammo una nuova grande avventura che ci vide rilevare poi nel 2014 l'attività di due marchi storici del turismo come Dimensione Triade ed Igiesse, consentendoci di estendere l'attività su nuove destinazioni lungo raggio come l'Australia, il Pacifico, l'Africa Australe e l'America Latina. Nel gennaio 2024 – ha ricordato ancora Andrea Mele -, arrivò anche Shiruq, in seguito all'acquisizione del marchio e delle attività di un piccolo tour operator di Milano specializzato in viaggi culturali. Un'operazione che ci ha permesso di entrare in punta di piedi in un segmento di mercato totalmente nuovo per noi ma coerente con il nostro modo di lavorare. Un prodotto veramente diverso, confezionato, unico e difficile da imitare, che oggi propone viaggi in 30 Paesi ed ha un grande potenziale di sviluppo".

Il futuro

"Se siamo arrivati fin qua è perché la nostra politica è sempre stata chiara: abbiamo sempre focalizzato tutti i nostri sforzi sul prodotto, e non sull'effimero, e dato priorità al valore, non ai volumi e ai fatturati – ha detto Andrea Mele -. A guidare Mappamondo verso il futuro ora ci sono persone estremamente valide che lavorano con noi da molti anni e che hanno pienamente assimilato la nostra visione. Una squadra di manager e collaboratori che saranno in grado di portare l'azienda chissà dove".

Turismo ponte di pace

Ad accompagnare la serata di celebrazione del 50° Anniversario di Viaggi del Mappamondo, è stato un quartetto d'archi dell'Orchestra Italiana del Cinema che ha portato in scena le emozioni dei grandi film attraverso la potenza della musica dal vivo. Musica che, come il turismo, rappresenta da sempre uno degli strumenti più potenti per promuovere la pace nel mondo:

Mappamondo, 50 anni nel segno del prodotto. Il valore prima dei volumi

02/03/2026



Cinquanta anni e una linea guida rimasta intatta: mettere il prodotto al centro. È questo il messaggio che Viaggi del Mappamondo ha lanciato dal palco del Forum Theatre di Roma, location simbolica scelta per celebrare un traguardo che va oltre la ricorrenza e diventa dichiarazione di posizionamento.

“Non abbiamo mai inseguito i numeri per il gusto di farli crescere – ha affermato il ceo Andrea Mele -. Abbiamo sempre preferito costruire valore, anche quando questo significava crescere più lentamente”.

Nel cuore dei Forum Studios fondati da Ennio Morricone, dove sono nate colonne sonore iconiche del cinema italiano, Mele ha ripercorso le tappe di un percorso imprenditoriale che attraversa cinque decenni di evoluzione del tour operating italiano. “Un viaggio, come un film, può emozionare, stupire, sorprendere. Ma soprattutto deve essere scritto bene, curato nei dettagli, perché il cliente finale e l'agenzia se ne accorgono”.

Dalle origini all'espansione

Dal primo catalogo Fantastico Oriente nel 1976, negli anni del boom del lungo raggio, il marchio prende forma nel 1989 con la nascita di Mappamondo dalla cessione di Ital Atlantic Express. Nel 1991 apre la filiale di Milano e nel 1994 entra in Astoi Confindustria Viaggi, di cui oggi Mele è vicepresidente vicario. La svolta arriva nel 2004 con l'acquisizione da parte di Mele e Marco Cifani. “Quella è stata una scelta di responsabilità e di visione – ha ricordato il ceo -. Volevamo dare continuità al marchio ma anche prepararlo a una nuova fase di sviluppo”.

Nel 2014 l'ingresso di Dimensione Triade e Igiesse rafforza il lungo raggio su Australia, Pacifico, Africa Australe e America Latina. Più recente, gennaio 2024, l'operazione Shiruq. L'acquisizione di un operatore milanese specializzato in viaggi culturali ha consentito a Mappamondo di entrare in un segmento nuovo ma coerente con la propria filosofia. “Siamo entrati in punta di piedi in un mercato per noi inedito ma con un prodotto perfettamente in linea con il nostro modo di lavorare: costruito, distintivo, non replicabile”, ha sottolineato Mele. Oggi Shiruq propone viaggi in 30 Paesi e rappresenta un'area a forte potenziale di sviluppo.

Qualità, non volumi

Il filo rosso che lega le diverse fasi di crescita è dichiarato senza ambiguità: priorità al valore, non ai volumi. In un mercato sempre più orientato alle performance quantitative e alla pressione sui margini, Mappamondo ribadisce una scelta controcorrente, puntando su specializzazione, costruzione sartoriale dell'offerta e relazione con il trade.

“Il nostro interlocutore resta l'agente di viaggi – ha evidenziato Mele -. Se mettiamo l'agenzia nelle condizioni di proporre qualcosa di realmente diverso, costruiamo valore per tutta la filiera”. “Abbiamo sempre focalizzato i nostri sforzi sul prodotto, non sull'effimero – ha aggiunto, indicando nella squadra manageriale interna, cresciuta nel tempo e allineata alla visione aziendale, la vera garanzia di continuità -. La forza di Mappamondo oggi è nelle persone. Sono loro che porteranno l'azienda nei prossimi decenni”.

Il turismo come ponte

La serata, accompagnata da un quartetto dell'Orchestra Italiana del Cinema, ha ribadito un altro concetto caro all'operatore: il turismo come strumento di dialogo. “In un mondo attraversato da tensioni e conflitti, il nostro lavoro significa creare ponti culturali – ha concluso Mele -. Ogni viaggio ben costruito è un piccolo contributo alla conoscenza e al rispetto reciproco”.

Fare meglio, non di più

A 50 anni dalla nascita, Mappamondo non celebra solo il passato. Riafferma un'identità precisa in un mercato che cambia: meno numeri, più sostanza. E una direzione chiara per il futuro. “Il nostro futuro non sarà mai legato alla corsa ai volumi, ma alla forza del prodotto – spiega Mele -. Continueremo a fare scelte coerenti con la nostra identità, rinunciando a ciò che non ci rappresenta e investendo su ciò che ci rende unici. Shiruq apre nuove opportunità, ma sempre nel segno della qualità e del viaggio su misura. Con radici profonde, rapporti consolidati nel mondo e cinquant'anni di esperienza, il nostro obiettivo non è fare più numeri degli altri, ma fare meglio degli altri. Finché manterremo questa coerenza, il futuro non ci spaventa”.

Viaggi del Mappamondo, cinquant'anni di visione

2 marzo 2026



Al Forum Theatre di Roma, Viaggi del Mappamondo ha celebrato il suo cinquantesimo anniversario, scegliendo di ripercorrere le decisioni che ne hanno definito l'identità e di condividere la direzione che continua a guidarne il cammino. Un racconto che ha attraversato le tappe decisive della sua storia, con il tono di chi guarda indietro senza nostalgia e avanti senza esitazioni. La scelta del luogo racconta molto: il Forum Theatre nasce all'interno degli storici studi fondati nel 1970 da Ennio Morricone insieme ad Armando Trovajoli, Piero Piccioni e Luis Bacalov, uno spazio in cui la musica ha dato struttura alle immagini e accompagnato alcune tra le colonne sonore più intense del cinema italiano e internazionale.

In questa cornice, il cinema è diventato la chiave narrativa della serata. Come un film, anche un itinerario prende forma molto prima di essere vissuto. Nasce nella scrittura, nella selezione, nella regia invisibile che tiene insieme tempi, luoghi e relazioni. La qualità si misura nella solidità delle scelte che lo precedono.

È da questa prospettiva che Andrea Mele, presidente e amministratore delegato, ha ripercorso le tappe dell'azienda. Sullo schermo è apparso un cinegiornale del 1955 che raccontava una fabbrica londinese di mappamondi: cento geografi al lavoro, sessantamila globi prodotti ogni anno. Mani, competenze, concentrazione.

Il parallelismo era evidente: "anche noi siamo questo", ha spiegato Mele, richiamando l'idea che il viaggio nasce dall'incastro di professionalità diverse, dall'equilibrio tra visione e tecnica.

La frase conclusiva di quel servizio — "mentre il resto dell'umanità fa del suo meglio per far traballare il mondo, a loro piace costruirne uno nuovo" — è risuonata come una sintesi involontaria di cinquant'anni di lavoro.

In un'epoca attraversata da conflitti e tensioni, Mele ha ribadito la funzione del turismo come spazio di relazione tra culture diverse. La costruzione di itinerari nel lungo raggio implica responsabilità nella selezione dei partner, nella tutela dei viaggiatori, nella qualità dell'esperienza proposta. Un'impostazione che negli anni ha privilegiato la solidità del prodotto rispetto alla mera espansione dei volumi.

Il cammino si sviluppa lungo alcune tappe decisive: dalla nascita negli anni dei primi voli intercontinentali con il Boeing 747 alla specializzazione sull'Oriente, dall'Australia a Cuba, dagli Emirati all'America Latina, fino all'acquisizione nel 2014 di marchi come Dimensione Triade e Igiesse e, nel 2024, all'ingresso di Shiruq nel segmento dei viaggi culturali, ogni scelta è stata guidata da una visione precisa: offrire un prodotto distintivo, strutturato e riconoscibile. Nel suo intervento, Mele, affiancato dal direttore generale Marco Cifani, ha guidato la platea attraverso cinquant'anni di storia con un tono diretto, personale, a tratti intimo. Il racconto è tornato alle origini, al primo catalogo del 1976, alle destinazioni pionieristiche in Oriente, alle persone che hanno costruito l'identità dell'azienda e alla capacità di guardare più in là quando il mercato chiedeva altro. Un percorso segnato da passaggi chiave: l'ingresso nel 1994 in Atoi, oggi Astoi Confindustria Viaggi — dove Andrea Mele ricopre attualmente la carica di vicepresidente vicario —, l'evoluzione tecnologica già nei primi anni Duemila, il 2004, quando Mele e Cifani rilevarono l'azienda diventandone proprietari e assumendone direttamente la responsabilità imprenditoriale. Poi i capitoli che nessuno ama rievocare ma che, quando un'azienda arriva a 50 anni, diventano la misura del carattere: gli shock geopolitici, le emergenze sanitarie, le tragedie che hanno colpito destinazioni iconiche del lungo raggio. Momenti in cui il turismo mondiale si è fermato, talvolta azzerato.

Nel racconto di Mele ha trovato spazio la rivendicazione di una linea coerente: non arretrare sul valore delle persone, non ridurre lo staff nei momenti più difficili, mantenere coerenza nella scelta delle destinazioni e nella qualità del prodotto. Sono dettagli che spiegano come si arriva a un anniversario così: continuando a scegliere una direzione anche nei passaggi più complessi.

La serata è stata accompagnata dall'Orchestra Italiana del Cinema, che ha eseguito dal vivo alcune delle colonne sonore legate a Morricone. Le note hanno attraversato la sala con una forza composta, ricordando quanto cinema e viaggio condividano la stessa promessa: quella di condurre altrove, pur restando seduti.

Si può leggere, programmare, studiare ogni dettaglio. È l'esperienza a dare senso al progetto.

Più che una celebrazione, quella del Forum Theatre è stata una dichiarazione di continuità. Cinquant'anni nel turismo organizzato rappresentano la conferma di una traiettoria mantenuta nel tempo, capace di attraversare trasformazioni tecnologiche e mutamenti geopolitici senza perdere riconoscibilità.

Il sipario si è chiuso con la misura che ha accompagnato l'intera serata. Nessuna enfasi, nessuna retorica. Rimaneva una consapevolezza chiara: il viaggio di Viaggi del Mappamondo continua lungo una rotta definita, sostenuto da una squadra cresciuta dentro una visione e un metodo, orientata da coordinate precise — specializzazione, coerenza, solidità. Come accade nei film costruiti con cura, il finale non è una conclusione, ma l'inizio della scena successiva.