



AIR CANADA

[Quoi de neuf?](#)

Mark Galardo, vice-président - Planification du réseau d'Air Canada, se taille une place au prestigieux palmarès des 40 Canadiens performants de moins de 40 ans (Canada's Top 40 Under 40 list)



Jun 1, 2019



Au fil de ses 15 ans de carrière, il a mené de front l'élaboration, la mise en œuvre et l'expansion rentable du réseau mondial d'Air Canada. Il a contribué à la croissance de trois plaques tournantes internationales compétitives (Toronto, Vancouver et Montréal), et il a joué un rôle clé dans la décision de la Société d'acheter l'A220-300 d'Airbus, un avion à la pointe de la technologie construit au Canada.

Tout cela, Mark Galardo l'a accompli avant son 36e anniversaire.

Fort de ces réalisations et de bien d'autres, le vice-président - Planification du réseau d'Air Canada a été nommé au prestigieux palmarès des 40 Canadiens performants de moins de 40 ans (*Canada's Top 40 Under 40 list*) qui souligne les grandes réussites de ces gens exceptionnels.

« Être considéré comme un futur leader à Air Canada est un véritable honneur. Ma passion pour l'aviation est née quand j'étais assez jeune. Je passais alors probablement plus de temps à étudier les horaires des transporteurs aériens qu'à faire mes devoirs. Ayant grandi à Montréal, j'ai toujours rêvé de travailler à Air Canada. De nombreuses années plus tard, je suis vraiment fier de faire partie de cette organisation, et je suis extrêmement privilégié d'être entouré d'une équipe aussi talentueuse », a déclaré Mark.



Mark est un membre essentiel de la direction au siège social à Montréal; il supervise l'expansion et le rendement du réseau mondial d'Air Canada comprenant plus de 1 500 vols quotidiens pour près de 220 destinations.

« Mark s'est rapidement imposé en tant que membre clé de notre équipe de direction après avoir progressé à un bon rythme à Air Canada en occupant des postes de responsabilités croissantes. Il sait bien exprimer sa vision et mobiliser son équipe pour qu'elle atteigne ses objectifs. Mark a piloté des initiatives de poids, notamment les changements spectaculaires apportés à notre structure de liaisons ainsi qu'une stratégie novatrice en matière d'utilisation de nos appareils et de notre réseau », a précisé Calin Rovinescu, président et chef de la direction d'Air Canada.

Arielle Meloul-Wechsler, première vice-présidente - Employés, Culture et Communications d'Air Canada, a décrit Mark comme un leader talentueux, motivé et compétent.

« Il sait parfaitement bien exprimer et présenter sa vision, ainsi que mobiliser les autres pour assurer l'atteinte de nos objectifs. Il excelle à visualiser les enjeux tant du point de vue de la Société que du client afin d'appuyer nos décisions sur nos responsabilités sociales », a-t-elle ajouté.

« Mark est manifestement l'un des experts en planification de réseau aérien les plus qualifiés de notre industrie. Sa passion et son savoir-faire ont joué un rôle de premier plan dans la croissance de notre réseau et l'élargissement de notre portée, tous deux déterminants dans la transformation fructueuse de notre entreprise, a déclaré Lucie Guillemette, vice-présidente générale et chef des Affaires commerciales d'Air Canada. Les efforts considérables de Mark dans l'élaboration et l'expansion de notre plaque tournante de Montréal ont produit d'importants résultats pour Air Canada. »

Mark a su diriger de main de maître l'inauguration de 60 nouvelles liaisons au cours des deux dernières années, et il a supervisé la renaissance de Montréal en tant que plaque tournante clé d'Air Canada, la capacité y ayant augmenté de près de 80 % ces cinq dernières années. Il a contribué au lancement de vols sans escale au départ de Montréal pour des destinations internationales comme Tokyo, Shanghai, Beijing, Tel-Aviv, Lyon, Lisbonne et, à compter de décembre, São Paulo.

« J'ai toujours su que Montréal pouvait être une plaque tournante stratégique d'Air Canada, a soutenu Mark. Après le transfert des vols de Mirabel à Dorval, j'étais encore persuadé que Montréal était sous-estimée et qu'Air Canada avait le pouvoir de transformer l'aéroport de Montréal en une plaque tournante du même calibre que celle de Toronto, mais qui se concentrerait principalement sur les destinations de la francophonie. La stratégie a pris son envol avec Genève, en 2009. Depuis, nous avons lancé près de 30 nouvelles liaisons. Aujourd'hui, Montréal est une plaque tournante concurrentielle qui continuera de se démarquer en Amérique du Nord. »

Mark attend avec impatience l'A220 d'Airbus, dont l'arrivée est prévue d'ici la fin de l'année. Il ne fait aucun doute selon lui que ce biréacteur changera la donne pour Air Canada.

« Grâce à cet appareil, a fait valoir Mark, nous pourrions développer nos liaisons actuelles, en envisager de nouvelles et conserver notre avantage concurrentiel dans le marché nord-américain. »

En dehors du travail, Mark est un père et un mari dévoué, un passionné de sports et un voyageur assidu.

« Notre fille est née il y a presque deux ans, et, sans la moindre hésitation, c'est la meilleure chose qui nous soit arrivée, à ma femme et à moi. J'adore passer les fins de semaine à flâner ensemble en famille », a conclu Mark.

MEMBRE DU RÉSEAU STAR ALLIANCE

