

Cento voli a meno di un euro

Pubblicato: Mercoledì 10 Novembre 2004

La crisi nera della Volare non deve trarre in inganno. Il business del low cost, ovvero i voli aerei a basso costo tira eccome. Ottanta milioni di passeggeri su 420, un volume di affari superiore ai 630 milioni di euro. Negli ultimi quattro anni il settore aereo ha subito una trasformazione radicale. Le grandi compagnie hanno progressivamente perso quote di mercato passando dal 90% del 2000 al 75% del 2004 e la situazione non sembra destinata a cambiare. Le compagnie low cost hanno quintuplicato il loro peso passando dal 4% al 19% della quota di mercato.

Ormai le iniziative editoriali e non si sprecano. Non passa giorno che sfogliando un giornale non si legga di offerte incredibili. Si vola a Londra con 1 centesimo, a Londra con 99 centesimi, ad Amsterdam, rotta sempre carissima, con 25 euro. Che il fenomeno avesse assunto caratteristiche interessanti lo si poteva notare già da un paio d'anni, ma quando mesi fa Bella Europa del gruppo editoriale Giorgio Mondadori dedicò un inserto speciale alle low cost, era ormai chiaro che non si trattasse più di un fatto episodico. Per chi ha ancora qualche dubbio basta collegarsi a Volaregratis.com per vedere come si sta muovendo questo mercato. Cento offerte di diverse compagnie sotto 'euro e con le destinazioni delle più diverse. Un servizio vero perché collega ai voli alberghi, noleggio auto e altro.

La forza dei portali delle dot com più forti e conosciute come last minute, e-dreams e travelprice iniziano a non poter più ignorare questo fenomeno.

Di questo se ne sono rese conto da un paio d'anni anche le agenzie di viaggio tradizionali. Il fai da te grazie al web è ormai un dato incontrovertibile almeno per le rotte più semplici.

Le low cost attive sono una cinquantina, in prevalenza europee hanno nella Ryanair la capostipite. La compagnia irlandese vanta ormai numeri da record per ogni genere di indicatore, dal numero di passeggeri, al numero di voli, all'efficienza, fino ai premi per organizzazione e altro. Ma quel che più conta sono gli aspetti economici. Profitti a non finire.

Se la situazione è questa come mai Volare rischia il fallimento? Le ragioni sono diverse e complesse, ma tra queste una, meno nota a tanti balza agli occhi. Volareweb è stata la prima compagnia low cost italiana. Peccato che nella sua organizzazione non è stata attenta da subito al mezzo che voleva utilizzare. Si è subito imposta differenziando il suo canale di vendita. All'inizio si poteva acquistare un biglietto attraverso un call center, in agenzia e su internet. Si tenga conto che Ryanair ha il 97% delle prenotazioni solo via web. Volare invece ha mantenuto per diverso tempo una pluralità di canali con costi alti e senza risultato. Prima inversione fu quella di tornare a puntare molto sul web, ma senza crederci fino in fondo. A differenza della sua maggiore concorrente il management della società italiana non ha investito a sufficienza su internet. Poca pubblicità, poco marketing e poca interattività con il turista o viaggiatore per affari.

Se a questo si lega il fatto di avere un'organizzazione molto diversa e più costosa (una flotta non omogenea, scali con costi molto maggiori, maggiore personale), si capisce perché questa esperienza tutta italiana, come la sorella maggiore Alitalia, sia in profonda crisi.

Questo non può che amareggiare profondamente soprattutto se si rivelasse vera la previsione di Mkt Consulting che afferma che la quota di mercato salirà fino al 25% nei prossimi quattro anni.

Il turismo ha vissuto periodi di crisi sempre più grave, ma il settore aereo è uno di quelli che conosce ancora una forte spinta allo sviluppo.

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it

