

I voli a basso costo rimangono in costante crescita. Bene anche il comparto dei charter

Il low-cost sale sempre più in alto

Ma attenzione: non tutti i biglietti sono a prezzi stracciati

DI ANTONIO O. CIAMPI

Il fenomeno low-cost è una bolla destinata a sgonfiarsi, o peggio a esplodere, prima o poi? Molto probabilmente no, perché si tratta di un fenomeno di successo, costruito per una missione (il medio raggio, in pratica i voli continentali di non oltre due ore) e un target (chi considera il viaggio in aereo solo un apostrofo rosa tra partenza e arrivo e non lo vuole pagare più del treno o della corriera) che si sono dimostrati paganti. Facciamo due conti: un'ora di volo per un aereo di medio raggio (diciamo un B 737) costa circa 2.500 euro (ammortizzo aereo, costo equipaggio, manutenzione, assicurazione ecc.) più, ai livelli attuali, 1.200 euro di carburante, 500 euro di tasse di navigazione e diciamo un migliaio di euro di handling aeroportuale (ma in questo caso i vettori low-cost notoriamente abbattano i costi con accordi e tariffe preferenziali concordate con gli scali). Nella peggiore delle ipotesi 5.200 euro all'ora. Divisi per una media di 180 passeggeri, fanno 29 euro per biglietto. Naturalmente, gli aerei low-cost sono quasi sempre pieni, hanno rotazioni (il tempo tra un volo e l'altro) molto più veloci di quelli delle compagnie tradizionali (circa 25-30 minuti, e più l'aereo vola più genera profitti), costi vivi minori, flotte monotipo, che consentono risparmi in manutenzione, addestramento, ricambi, personale all'osso. Il biglietto è tutto escluso. Dalla scelta del posto a bordo al bagaglio in stiva, agli snack a bordo, alle

tasse aeroportuali. In più, anche se ci sono spesso mega-offerte promozionali (1 milione di posti a 0 euro!) non è che «tutti» i biglietti siano venduti allo stesso prezzo. Prenotare su una compagnia low cost all'ultimo minuto può spesso voler dire pagare una tariffa analoga (o a volte superiore) a quella di una compagnia di linea, perché man mano che la data del volo si avvicina e l'aereo si riempie, il computer del vettore alza il

prezzo. E quindi la media dei sedili venduti non è di 29 euro, ma molto più alta.

Da qui il successo commerciale della filosofia low-cost, cui si somma anche un'estrema flessibilità operativa: se una

rotta non funziona, semplicemente la si taglia e se ne crea un'altra. Che poi non tutte le compagnie low cost si siano dimostrate un successo è un fatto. In Europa sembra inarrestabile la corsa di Ryanair (50 milioni di passeggeri, 12 milioni in Italia, secondo vettore dopo Alitalia) e di easyJet; vanno bene Myair (vettore basato a Orio e Venezia e nato dal management del gruppo Volare) e vettori nord-europei come GermanWings, Centralwings, Transavia.com, Tuifly.com.

Molte hanno saputo ritagliarsi una nicchia di mercato affezionata e un prodotto innovativo, come Vueling, la low-cost spagnola che vuole unire a biglietti economici servizi da compagnia tradizionale. Certo nessuna

low-cost ha ancora affrontato il discorso dei voli a lungo raggio, proprio per la loro stessa filosofia

operativa. Michael O'Leary, ceo di Ryanair, ha più volte annunciato di volersi cimentare sulle tratte intercontinentali. Ma con una compagnia ad hoc. Perché riciclare un low-cost al di fuori della sua filosofia non si è mai dimostrato pagante.

Anche il mercato charter si presenta interessante. **Livingston**, la compagnia aerea italiana per i collegamenti leisure, sia di linea che charter, di proprietà del gruppo **Ventaglio**, conferma per la stagione estiva 2008 tutte le destinazioni «storiche». Inoltre, viene riproposto, a partire da giugno, il collegamento no-stop Milano Malpensa-San Salvador (El Salvador), a seguito dei più che soddisfacenti risultati, in termini di load factor, fat-

ti registrare nel corso della passata stagione autunnale. In merito al charter di cort-medio raggio, invece, le novità riguardano Marsa Matrouh (Egitto Mediterraneo), Lanzarote (Isole Canarie) e Oujda (Marocco), raggiunte con voli settimanali in partenza da Malpensa e Verona.



Low cost, un fenomeno in continuo aumento

