

Livingston, un ruolo da servizio top

Al via la nuova stagione di Livingston all'insegna dell'eleganza, del servizio top e di grande operatività

di Ester Ippolito

Un inverno all'insegna dell'eleganza - vedi le nuove divise - di una offerta ad alto livello, di forti partnership con il tour operating, di un'ampia rete di collegamenti lungo e medio raggio, e anche del rinnovamento dell'In-flight magazine Energy, in collaborazione con XComunicare (periodico bimestrale di cultura, viaggi e lifestyle). Si apre così l'inverno Livingston, compagnia privata ex gruppo Ventaglio, che fa capo oggi a una nuova compagine azionaria, presidente Massimo Ferrero. "Vogliamo riportare all'attenzione del mercato - esordisce **Giancarlo Celani, ad del vettore** - tanti plus della compagnia che forse nel tempo si erano perduti: un prodotto di qualità, una flotta moderna (Airbus A330-200 e Airbus A321-200) e in fase di potenziamento, l'eleganza del servizio. Ed è in questo che vogliamo investire perché non vogliamo cedere all'appiattimento del mercato che punta al basso. Siamo convinti che il passeggero è disposto a pagare, soprattutto su un volo in-



tercontinentale, in cambio di un servizio adeguato". "Le nuove divise della compagnia - interviene **Silvia Riuscito, marketing e comunicazione** - vogliono essere il biglietto da visita di una compagnia che punta oggi ad identificarsi più con un servizio di linea che con quello charter. Vogliamo essere sobri e rassicuranti per poter intraprendere nuove sfide e siamo inoltre fieri di essere una compagnia made in Italy". Il network invernale è ricco e variegato, confor-

tato inoltre da una serie di partnership strette con nomi di primo livello del tour operating nazionale - da Veratour a Dimensione Triade/ Brazil Fun, a Space Tour... "La nostra nuova dimensione ci consente oggi di allargare molto le nostre partnership con interlocutori validi che conoscono da tempo le nostre performance - spiega Celani a questo proposito. Sul fronte rotte c'è una sostanziale conferma delle rotte storiche quali Repubblica Dominicana (La Romana e Punta Cana), Messico (Cancun), Cuba (L'Avana, Holguin, Cayo Largo), Giamaica (Montego Bay), Brasile (Fortaleza, Macaeo, Natal, Porto Seguro, Salvador de Bahia), Antigua (St. John's), Kenya (Mombasa), Tanzania (Zanzibar), Maldive (Malè) e Sri Lanka (Colombo). Per il charter di corto/medio raggio, Livingston opererà su Sharm e Marsa Alam (Mar Rosso) da diversi aeroporti italiani, e su Boa Vista (Capo Verde), Gambia (Banjul) e Senegal (Dakar) da Milano Malpensa e Fuerteventura e Tenerife (Isole Canarie) da Roma. Per il 2009, la compagnia ha "macinato" 26.905 ore di voli, trasportato 991 passeggeri con un load factor medio dell'80%. E adesso guarda con interesse alla stagione 2009-2010. "La stagione invernale 2009-2010 - commenta Celani - prevede una maggiore concentrazione dei voli, il potenziamento di voli no-stop da Milano e da Roma, con un aeromobile basato nella capitale per offrire anche al mercato del Centro-Sud Italia, un "prodotto volo" di alta qualità. Per quanto riguarda le prospettive vogliamo essere "ottimisti - rimarca Celani - ma per la ripresa vera bisogna aspettare 5/6 mesi." Forte l'attenzione per il mercato agenziale (90% delle vendite) al quale è riservata una commissione del 7%. ■

