

# Livingston: "Occorre ottimizzare"

Con un mercato quasi insostenibile l'a.d. Celani dice no alla dispersione delle rotte, e punta ai diretti da Malpensa bypassando Roma

di Mariangela Traficante

**R**incaricare fuel e concorrenza non stanno rendendo la vita facile alle compagnie aeree. Lo sanno anche in casa Livingston, dove non si fa mistero del fatto che, se la tendenza del comparto continuerà ad essere questa, saranno necessarie delle razionalizzazioni.

Ma la compagnia dell'orbita Ventaglio si trova a fronteggiare anche altri ostacoli: quelli dell'Unione Piloti, da qualche settimana sul piede di guerra a mezzo stampa, che lamenta impegni contrattuali non onorati e minaccia dissensi per la stagione estiva.

Ma Giancarlo Celani, presidente e amministratore delegato del vettore, preferisce non alimentare le polemiche: "L'azienda è qui - dice - aperta a qualunque confronto. Noi pensiamo ad andare avanti nel miglior modo possibile in questo momento difficile del mercato, naturalmente anche tutelando i dipendenti, che è poi quello che dovrebbe fare anche il sindacato".

**Gv: Che quadro si può tracciare dell'andamento attuale del business?**

"I primi sei mesi invernali sono allineati con il budget che ci eravamo prefissati, segniamo una lieve flessione ma posso dire che siamo stati anche fortunati visto il momento che sta attraversando il mercato".

**Gv: Tra concorrenza e caro-petrolio la situazione**

**per molti vettori non sembra positiva. Voi che ripercussioni avete avuto?**

"Abbiamo accusato dei rincari legati al carburante che abbiamo finora trasferito al mercato, ma la situazione sta diventando insostenibile. Se la tendenza continuerà ad essere quella registrata nelle ultime settimane ci sarà un problema serio da affrontare, ma andrà fatto a livello di sistema, non se ne può fare carico una singola azienda".

**Gv: Quanto ha pesato per voi l'aumento del carburante?**

"A maggio, giugno e luglio registriamo un incremento del costo carburante tra il 15 e il 18% rispetto a quanto preventivato e contrattualizzato. Oltre a questo, registriamo incrementi anche da parte di altri fornitori. La situazione non è facile, è vero che abbiamo beneficiato del cambio favorevole euro/dollaro, ma ciò ha compensato solo in parte".

**Gv: Cosa succederà nei prossimi mesi?**

"Occorre capire fino a che punto il mercato (agenti, tour operator, pubblico) è in grado di sostenere un passaggio aereo che oggi ha un costo nuovo, che ha subito una percentuale di incremento davvero significativa. Speriamo che questo incremento si arresti, altrimenti il comparto si ritroverà a vendere un prodotto non più acquistabile".

**Gv: Come si può ovviare?**

"Si deve cercare di recuperare su altre aree, ottimizzando i processi produttivi. Sul fronte carburante noi lo facciamo ormai da almeno due anni con la nostra fuel policy, e un grosso ruolo lo gioca la flotta con aeromobili moderni ed efficienti".

**Gv: E altre aree di azione, oltre al fronte carburante?**

"Cercheremo di razionalizzare l'offerta, magari senza voli su troppi continenti e destinazioni. Giocano a nostro favore le dimensioni e la flessibilità dell'azienda, monitoriamo i costi su base settimanale".

**Gv: Quali i prossimi step della vostra attività, divisa tra charter e linea?**

"Sono confermati i diritti di linea lungo raggio sulle nostre destinazioni storiche. Sul corto-medio raggio ribadiamo la concentrazione sul business charter classico.

Altri vettori hanno deciso di perseguire politiche commerciali alternative, virando sul low cost ad esempio. Ma noi no. Più fanno così, migliore è la situazione per noi. Inoltre, abbiamo siglato un accordo per un altro Boeing 757 su Malpensa, impegnato su Spagna, Tunisia e Grecia, per tutta l'estate fino a ottobre. In termini di richieste, quest'anno registriamo una forte ripresa sull'Egitto e sul Mar Rosso".

**Gv: Parlando ancora di prodotto, come si evolverà la vostra strategia di vendita solo volo?**

"La percentuale media di posti a vendita diretta è del 10% della capacità, natural-

mente modulato in base a picchi e stagionalità, ad esempio può chiaramente essere più bassa a luglio e agosto o più alta a maggio, giugno o settembre. E posso affermare che questa quota di posti rimarrà comunque invariata".

**Gv: Come procedono i vostri voli lanciati più di recente?**

"Il terzo volo su Boavista, collegata da Milano, Venezia e Roma, rappresenta per noi un'attività importante.

Il Marocco, invece, è rimandato alla prossima stagione summer (causa Saidia, ndr): non è stato però un problema, la capacità verrà destinata su altre destinazioni, principalmente sulla Grecia. E' andato poi abbastanza bene il collegamento in Cambogia, finito a metà maggio".

**Gv: Qual è invece la situazione in Kenya, ora che il Paese sembra si stia riprendendo?**

"Torniamo la prima settimana di luglio. L'idea è operare tre frequenze alla settimana come abbiamo sempre fatto negli ultimi 5 anni, ma bisogna ammettere che stiamo registrando un netto calo nelle vendite rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso (di solito il volo iniziava addirittura a giugno). Valuteremo, intanto però posso dire che ritengo la stagione estiva compromessa, occorre attendere quella invernale".

**Gv: Torniamo all'ottimizzazione: questa ci sarà an-**

**che in termini di aeroporti di partenza dall'Italia?**

"Concentreremo gli sforzi su Malpensa, che è poi la nostra casa, e dove comunque siamo pronti a cogliere

le opportunità offerte. Nell'ottimizzazione dei processi operativi rientra anche questo. Se ciò comporterà la chiusura di altri aeroporti di partenza? Se si può evitare,

meglio, però non è da escludere una razionalizzazione. Ad esempio, invece che volare da Milano a Cancun via Roma, puntiamo ai collegamenti diretti.

Non dico che Roma non sia importante, ma magari lo è per compagnie che sono lì posizionate.

Voli diretti da Malpensa è quello che stiamo cercando, e posso dire che sono in atto iniziative in tal senso". ■

