



# Alitalia, biglietti low cost per conquistare gli studenti Erasmus

Sfida a Ryanair: prezzi sotto i 40 euro per i voli in Europa

**T**ra i nuovi clienti di Alitalia potrebbe presto esserci una nuova categoria di viaggiatori, quella degli studenti Erasmus che hanno preferito finora volare per tutt'Europa sulle più economiche low cost. L'ex compagnia di bandiera sta mettendo a punto un nuovo modello di business che possa competere con le compagnie a basso costo, oggi gettonate tra i più giovani e non solo: i manager di Alitalia stanno lavorando sui nuovi prezzi dei biglietti, quelli più economici si aggirerebbero intorno ai 40 euro e per alcune tratte il costo potrebbe perfino essere inferiore. Una sterzata rispetto al passato della compagnia, le cui tariffe erano scoraggianti per quel target di viaggiatore.



ANSA

Il modello a cui guarda l'amministratore delegato Cramer Ball è quello di «compagnie ibride», come l'irlandese Aer Lingus, che offrono cioè diverse tipologie di biglietto. Di fatto Alitalia vuole creare un doppio modello di business: uno per le tratte a lungo raggio dove verranno mantenuti gli attuali alti standard, di cui la compagnia è soddisfatta, e un altro per i voli nazionali ed europei per i quali è prevista molta più flessibilità. Per queste tratte ci saranno infatti tre tariffe: da quella business col tutto incluso a quella base, passan-

do per il biglietto intermedio. Il biglietto più economico costerà il prezzo nudo della poltrona, con un costo che potrà scendere anche sotto ai 40 euro, il tutto dipenderà dalla meta e anche dal periodo di viaggio, come d'altronde funziona già con le low cost. In questo modo Alitalia vuole attrarre nuovi passeggeri e riempire gli aerei, vero problema della compagnia negli ultimi anni.

Quello su cui poi i vertici pongono attenzione è la «trasparenza», far pagare cioè al cliente quello che chiede senza altri costi aggiuntivi che alla fine dell'iter di acquisto di un biglietto online fanno lievitare spesso i prezzi.

L'intento di Alitalia è quello di costruire biglietti su misura del cliente attraverso le «ancillary», cioè gli extra che sarà possibile acquistare su internet

o una volta saliti sull'aereo. Un sistema che permette al passeggero di pagare ciò che ha, senza snaturare in questo modo la compagnia. Chi acquisterà il biglietto base o quello intermedio avrà la possibilità di comprare diversi extra, come la scelta del posto, un sedile più largo, il fast track (l'ingresso più rapido in aereo), l'accesso alla lounge, un bagaglio in più, oltre a cibo e bevande a bordo. Ad oggi i passeggeri Alitalia pagano in media sei euro in «ancillary», l'obiettivo è triplicare la cifra per aumentare i ricavi. Aer Lingus ad esempio arriva fino a 20 euro per passeggero.

La nuova strategia per il rilancio di Alitalia è contenuta nelle 158 pagine stilate da Ball, anche ieri a lavoro a Fiumicino con gli advisor. Il piano sarà probabilmente presentato agli azionisti la prossima settimana, per poi passare sul tavolo di governo e sindacati. Per lunedì è intanto previsto un incontro tra i ministri Delrio, Calenda, Poletti e i rappresentanti dei lavoratori, preoccupati per i tagli e già pronti allo sciopero del 23 febbraio.

© BYN/CND/ALCUNI DIRITTI RISERVATI

500

È quanto perde al giorno la compagnia aerea Alitalia

23

febbraio il giorno in cui è stato proclamato lo sciopero di hostess e piloti Alitalia

**Il tentativo di rilancio di Alitalia cerca il riscatto con i voli low cost ma sarà difficile sfidare concorrenti agguerriti come Ryanair ed Easyjet**

