La nuova Ryanair va anche sul Financial Times

Lo abbiamo scritto più volte; **Ryanair** sta cambiando pelle. Diventando sempre di più una compagnia "normale". Una cura che fa bene ai conti del vettore guidato da **Michael O'Leary** (leggi: Essere friendly conviene: Ryanair rivede le stime 2014 all'insegna del rialzo) e che quindi ha deciso di continuare a introdurre nuovi servizi per i clienti, come quello riportato questa settimana dell'introduzione dell'intrattenimento a bordo dei B737 con la lira sul timone di coda (leggi: Ryanair, entro il 2015 arriva l'intrattenimento di bordo). Ecco quindi la caduta di un altro tabù, ovvero l'inserimento di messaggi pubblicitari sulla bibbia dei giornali finanziari europei, ovvero il giallo **Financial Times**, da parte dell'(ex) low cost più estrema.