Il cielo è sempre più low cost. Parola di Amadeus

Amadeus e Vueling fianco a fianco alla Bmt di Napoli per spiegare agli agenti di viaggi del centro sud quanto il mondo dei voli aerei sia e stia diventando sempre più low cost. Anche se "premium" come sottolinea **il regional manager Italia, Svizzera e Malta del vettore spagnolo Massimo Di Perna**: "Nella zona Wemea (Europa occidentale e Medio Oriente, ndr) le low cost cresceranno del 44% in poco tempo, a 214 a 308 milioni di passeggeri. In Europa contano per il 30% di tutti i voli, ma in Italia sono già al 49%, ditero solo alla Gran Bretagna, al 57%, alla Spagna, al 53% e alla Polonia, al 50% del traffico totale - spiega **Tommaso Vincenzetti, direttore Marketing & Business Development di Amadeus Italia -.** Anche tra gli scali ne abbiamo dove le low cost sono molto importanti; Malpensa è al 9° posto in Europa, dietro Gatwick, Barcellona, Dublino, Stansted, Berlino Tegel, Oslo, Orly e Manchester, con Fiumicino al 12° posto e Bergamo al 13°. Insomma una grande traffico a disposizione non solo del consumatore finale leisure, anche del business travel e del mondo trade". Con Amadeus a offrire sulla piattaforma ben 70 low cost, di cui 15 anche con i servizi ancillary, prenotabili in tre modalità, "**All fares plus** un *addon* rispetto alla piattaforma base di Amadeus, con la possibilità di accedere anche alle tariffe web, **E-ticketing**,con emissione via bsp dei biglietti per i vettori integrati e **Light ticketing,** per quelle compagnie, come easyjet e Ryanair, che non transitano da bsp. La prenotazione è garantita solo dopo aver messo biglietto, i biglietti non sono cancellabili, ma sono cambiabili" spiega Matteo Parravicini Product marketing specialist Amadeus Italia.
E tra queste vi è anche Vueling, che ha fatto "tutto quello che la cosidetta Bibbia di Dallas (leggi Southwest, ndr) diceva di non fare per le low cost - dice Di Perna-. Ad esempio abbiamo *codesharing* con **Iberia e British Airway**s, *accordi di interline* anche con **Qatar e American** e facciamo *cross selling* con la stessa **British e con Hahn Air**. Inoltre abbiamo una vera e propria business class, il 40% del nostro traffico è infatti composto da business traveller, e non una tariffa business e punto. Abbiamo ben tre programmi frequent flyer e facciamo voli in interconnessione, raggiungendo 130 destinazione da Barcellona e quasi 50 Roma. Proprio sul nostro hub di Roma abbaimo fatto viaggiare ben 6,7 milioni in connessione e ben 250 mila via Roma Fiumicino". Insomma qualcosa di più di una semplice low cost: "in più abbiamo un call center per adv non a pagamento, la possibilità di caricare su *Amadeus private fares*, utilizzare *Amadeus ticket charger*, stiamo lavorando sul cambio nome con

la sola fee e....facciamo tutto questo e anche di più".
Non chiamatela quindi più low cost. Altrimenti qualcuno si potrebbe arrabbiare...