Bolla, Ryanair: "E' venuto il momento di fare di più con il trade"

mauro-bolla-ryanair-70584c6f

"L'Italia è il secondo mercato del network, è uno dei motivi per cui la compagnia mi ha scelto come country manager dopo anni che non esisteva una figura simile nel Paese".

A dirlo è **Mauro Bolla**, numero uno di Ryanair nella penisola, da ormai quattro mesi numero uno del vettore low cost in Italia tracciando le linee guida dello sviluppo di un vettore che può già **contare su 17 basi e 29 aeroporti**. "*Sono pochissimi gli aeroporti dai quali non operiamo, ma sono in corso trattative ancora un paio di aeroporti*", racconta Bolla che parla della scommessa di trasformare il vettore da compagnia straniera a vero e proprio vettore nazionale.
"*Siamo i numeri uno, un'azienda che in Italia porta al territorio dei benefici concreti. Quest'estate avremo il **35% di share nell'offerta** con una flotta di 90 aerei, 3mila dipendenti diretti e 40mila con l'indotto*".
Ma in attesa di tornare ai livelli pre-pandemici di traffico - "*ci vorranno 3 anni dicono le principali ricerche*" - la compagnia irlandese continua nella sua battaglia per l'abolizione dell'addizionale ("*un'anomalia solo italiana*") e punta con decisione sul **b2b**. "*Siamo convinti che le agenzie hanno un grande ruolo nei viaggi più complicati da organizzare. In più lavoriamo con i gruppi e, soprattutto, siamo presenti sui gds, Sabre e Travelport. Ma ciò non toglie che anche le agenzie non Iata abbiano la possibilità di acquistarci*", continua Bolla.
Per quanto riguarda la programmazione, per l'inverno l'obiettivo è di allargare ulteriormente il network italiano con un **focus sul sud** e le isole.