Air Canada: il mercato italiano nel 2015 a +36%

Crescita a doppia cifra sul **mercato italiano** per la compagnia canadese **Air Canada**: superando le aspettative, i risultati del primo semestre 2015 segnano **un incremento medio del +36%** rispetto allo stesso periodo del 2014. Da gennaio a giugno 2015 il dato delle vendite registra una crescita del +36%, mentre più lusinghiera è la performance del volato che, nello stesso periodo, si incrementa del +48% rispetto all'anno precedente, con un incremento anche nella quantità di voli offerti, specialmente nel periodo invernale. Crescono in particolare il canale delle OLTA e della vendita diretta, oltre a quello tradizionale del BSP (agenzie IATA). E la classe di volo più richiesta è stata la Premium Economy. Fra le destinazioni più gettonate, oltre il Canada con Toronto e Montreal, Los Angeles, San Francisco e Havana.

"Sebbene la congiuntura economica non sia ancora positiva per il nostro Paese ed il rapporto euro/dollaro sia andato a favore della moneta statunitense, sono lieto di vedere che la risposta del mercato italiano, dei passeggeri come del trade, è stata puntuale ed ha premiato Air Canada rispetto ad altri vettori – commenta **Umberto Solimeno**, direttore generale Italia di Air Canada -. La crescita del primo semestre 2015 è considerevole, la compagnia è sempre più radicata nel mercato italiano. Quanto alla prossima estate i dati sono comunque favorevoli, con il trend dei forward bookings che indica un riempimento medio degli aerei che partono da Milano Malpensa, Venezia e Roma Fiumicino per Montreal e Toronto già attestato tra l'80 e il 90%". E l'offerta è in ulteriore aumento: "Adesso stiamo lavorando al prossimo inverno che presenta un'offerta ulteriormente in crescita poiché, per la prima volta nella storia della nostra compagnia, avremo da Roma 6 voli settimanali (3 Montreal e 3 Toronto). Questo ci rende molto orgogliosi e, al tempo stesso, consapevoli della sfida che andremo ad affrontare puntando sempre più sulla qualità dei servizi ed una politica dei prezzi competitivi".