

## Gli 'aeroparcheggi' si organizzano

L'Associazione si è resa necessaria per promuovere e favorire le relazioni professionali fra i gestori dei sempre più numerosi parcheggi aeroportuali privati situati in prossimità degli scali e, in alcuni casi, dei porti italiani, distinguendosi per l'alta qualità del servizio unita a tariffe competitive: questo l'obiettivo principale di APAI, Associazione dei Parcheggi Aeroportuali Italiani, costituitasi ufficialmente lo scorso 21 gennaio.

Le Società fondatrici e attuali membri dell'Associazione sono il Gruppo Park To Fly, network nazionale con sedi a: Torino, Milano Malpensa e Linate, Bergamo Orio al Serio, Verona, Bologna, Pisa e Roma Fiumicino, presente anche presso il porto di Genova con un servizio pensato per i croceristi; Travel Parking s.r.l., che ha sedi a Malpensa e Bergamo; Golden Parking s.a.s., grande parcheggio aeroportuale di Milano Malpensa e Fly Parking Group, con parcheggi a Bergamo e Milano Linate.

Durante la conferenza stampa, Maurizio di Lallo, direttore marketing del gruppo Park To Fly e neo Presidente dell'Associazione, ha detto: "Con APAI, vogliamo conferire rappresentatività e carattere istituzionale a una realtà che, soprattutto negli ultimi anni, si è notevolmente sviluppata,

fornendo agli aeroporti un servizio di primaria importanza. Fra le principali attività in programma abbiamo previsto la promozione di iniziative svolte allo sviluppo del settore in cui operiamo, quella della ricerca su tecnologie innovative che consentono di portare soluzioni nell'ambito della sosta e delle attività a essa connesse e la collaborazione con altre associazioni, anche di stati esteri, e con organismi internazionali".

Giancarlo Pessina



Maurizio di Lallo

## Air Berlin potenzia

Air Berlin - la più importante compagnia aerea sulle tratte Italia-Germania, secondo vettore in Germania e quinto a livello europeo - espande la propria presenza sul mercato italiano attraverso una strategia che prevede a partire dall'estate 2010 fino a 320 collegamenti settimanali dalla Germania, dall'Austria e dalla Svizzera verso l'Italia. L'espansione sul mercato italiano sarà accompagnata, per i prossimi due anni, dal trio lirico "Appassionante" che farà da testimonial per la campagna di comunicazione anche attraverso una canzone appositamente scritta per Air Berlin, a testimonianza dello scambio interculturale tra i due Paesi.

Air Berlin, inoltre, ha reso noto i risultati economico-finanziari per l'esercizio 2009, complessivamente positivi grazie anche alla politica di efficienza e di ri-

duzione dei costi messa in atto già prima della crisi economico-finanziaria.

Sono queste, in sintesi, alcune delle principali iniziative annunciate da Joachim Hunold, CEO di Air Berlin, in occasione della presentazione della strategia di espansione della compagnia aerea sul mercato italiano tenutasi a Milano. "L'Italia - ha detto - rappresenta per il nostro Gruppo un mercato estremamente importante, con un potenziale di crescita ancora molto alto. Siamo infatti il vettore leader sulle tratte Italia/Germania con un presidio molto forte dell'offerta rivolta ai viaggiatori privati". Il nuovo piano di voli per l'Italia rientra nell'ambito della strategia di espansione sul mercato italiano che con quasi 3.600 destinazioni finali è il quarto per importanza per Air Berlin dopo Spagna, Gran Bretagna e Turchia.

Da quando a metà gennaio scorso è nata la nuova compagnia di bandiera italiana, Air One e Alitalia hanno avviato il processo di integrazione dei loro network, flotte e strutture. La nuova Alitalia ha rinnovato la propria flotta dotandosi di aerei moderni che uniranno alla migliore qualità del volo minor impatto ambientale. Il network integrato tra le due compagnie italiane conterà 74 destinazioni nel mondo, di cui 25 in Italia, con più di 2.500 frequenze settimanali, e sarà incentrata su sei basi di riferimento: Roma Fiumicino, Milano, Torino, Venezia, Napoli e Catania.

Alitalia punta agli orari come strategia di marketing: gli orari dei collegamenti, vengono studiati per offrire ove possibile viaggi di andata e di ritorno in giornata con le principali destinazioni italiane ed eu-

ropee.

Sono 49 sinora le destinazioni europee ma la Compagnia ha importanti obiettivi di crescita di passeggeri e destinazioni entro il 2012: il raddoppio del numero di passeggeri trasportati su Malpensa, oggi 1,5 mi-

su misura per il passeggero business e per quello leisure, - annunciano i vertici della Compagnia - I modelli adottati sono quelli "dual brand" e "customer hub", per offrire al cliente la possibilità di collegare, nell'ambito dello stesso aeroporto,

ni nazionali, di cui 5 nuove: Brindisi, Lamezia Terme, Trapani, Olbia e Alghero. L'operatività di Alitalia sullo scalo è completata da quattro collegamenti internazionali, tra le quali Palma e Ibiza costituiscono una novità.

## I nuovi obiettivi di Alitalia



lioni. Il piano include anche l'aumento delle destinazioni servite, oggi 20, pressoché 32, e del numero dei voli, che passerebbero dagli attuali 16.770 a quasi 25.000. Il piano triennale di Alitalia, prevede strategie operative e commerciali soprattutto presidiando gli aeroporti milanesi con un'offerta articolata verso target differenti.

Un nuovo volo inaugurerà la prossima stagione estiva: è la tratta Malpensa e Miami, con un volo diretto, l'unico a collegare i due hub. Per i voli intercontinentali come questo Alitalia utilizzerà i nuovi Airbus A330, veivoli, top per la Compagnia, che saranno pronti a giugno. Disporranno di una cabina della classe Magnifica dal restyling completo, con poltrone interamente reclinabili secondo le concezioni più moderne.

"Da Malpensa, il Gruppo Alitalia offrirà un prodotto profondamente rinnovato,

la più opportuna combinazione di voli, prezzi e coincidenze.

Voli a basso costo da Malpensa con Air One. Il 28 marzo, sarà il giorno dell'inaugurazione dei voli del "Smart Carrier" Air One verso 14 destinazioni in Italia e nell'area del Mediterraneo. Questi voli hanno tariffe che partono da 25 euro per destinazioni nazionali e da un minimo di 70 euro per tragitti internazionali; ma i prezzi includono i tradizionali vantaggi per i passeggeri offerti dalle compagnie "non" low cost. Non ci saranno costi aggiuntivi infatti per l'assegnazione del posto, il trasporto della valigia e l'accumulo di punti Mille Miglia, così come per il check-in in aeroporto.

Da Malpensa verranno inoltre intensificati i collegamenti con l'aeroporto romano di Fiumicino e, verso il resto dell'Italia, saranno in tutto 10 le destinazio-

Dall'aeroporto varesino Alitalia vuole la leadership per l'offerta intercontinentale, offrendo 9 collegamenti diretti in tutto, di cui 5 operati in proprio e 4 operati in code share con i partner SkyTeam e con Etihad. Nel 2011 Air One prevede di servire dieci nuove destinazioni internazionali, tra queste operando con voli da e verso Monaco, Varsavia, Budapest, Istanbul e Sofia.

Linate invece è il caposaldo dell'offerta premium di Alitalia, che dall'aeroporto metropolitano raggiunge oggi 24 destinazioni di cui 10 internazionali. Il piano triennale di sviluppo prevede un aumento dei passeggeri trasportati, dai 5,4 ml del 2009 a 6 ml. nel 2012. Il ruolo di questo aeroporto è quello di offrire voli di breve e medio raggio pensati soprattutto per la clientela business verso destinazioni nazionali ed europee.

Margherita Manara

## Flylal Charter Italia prende il volo

Nasce la nuova compagnia aerea "FlyLal Charter Italia", dedicata al Charter: l'iniziativa è frutto della collaborazione tra "Aeroservizi" e "Flylal Charter". La sede commerciale della società è a Milano. Aeroservizi sarà agente di vendita esclusivo per il vettore aereo e acquisirà in proprio la flotta di Flylal Charter messa a disposizione per la nuova società. Ciò significa che sarà Aeroservizi il referente responsabile per la gestione di tutte le attività di trasporto annesso e connesse al viaggio: dal carburante al catering, compreso le assistenze aeroportuali anche per i passeggeri, quindi offrendo, in caso di ritardo ristorazione e pernottamento ai viaggiatori.

La nuova società si doterà, per cominciare, di due B737/300 148Y, considerati, secondo la Compagnia, i velivoli più apprezzati dagli operatori del settore turistico. I Tour Operator hanno sinora premiato il vettore con tangibile apprezzamento di richiesta di servizi, che si è tradotto poi in incremento di fatturato, le prestazioni e la puntualità delle prestazioni offerte da Flylal Charter. E già prevista nel prossimo futuro l'acquisizione di un B757/200 da 218Y.

La collaborazione col vettore Charter ha preso avvio già dal 2006 in modo proficuo. "L'avvio della nuova avventura commerciale italiana è stata pensata nell'ottica di un'espansione operativa del network del Gruppo indirizzata verso l'Europa - spiega Stefano Canessa General Manager di Aeroservizi Air Charter Broker di SGST srl. - Il Gruppo oggi conta al suo attivo società di trasporto aereo nell'Est: Flylal Charters Lituania, Flylal Charters Estonia e Flylal Charters Polonia". Sono ormai 75 le destinazioni servite dal vettore.

Margherita Manara

