

Alitalia, scatta l'operazione "tariffe low cost"

ROMA Tariffe low cost anche per Alitalia. Ma, per favore, non chiamatele così perchè «non saremo mai una compagnia low cost», precisa l'amministratore delegato, Rocco Sabelli. E soprattutto perchè le tariffe ridotte verranno applicate - sui voli nazionali soprattutto, ma anche su quelli internazionali - soltanto nella fascia orario dalle 10-11 del mattino fino alle 16-17. E poi saranno circoscritte a un numero limitato di posti. La nuova campagna biglietti a prezzi stracciati scatterà il 13 maggio, l'offerta partirà il 20 e durerà fino al 31 luglio. «Ma se otterrà buoni riscontri, potrà essere ripetuta in futuro», promette Sabelli.

In sostanza, la nuova Alitalia si accinge a ripercorrere la rotta già imboccata dalle Ferrovie con le agevolazioni tariffarie applicate sul "Freccia rossa". La guerra è guerra: i due vettori la stanno combattendo con le armi in dotazione da sempre, treni ed aerei, ma anche con i biglietti scontati. Pure se, verosimilmente, come accade già per il "superveloce" ferroviario, non sarà così facile trovare i biglietti aerei low cost perchè il numero di essi sarà contingentato. Limite top secret comunque non amplissimo e variabile in base alla gamma dei collegamenti.

Un'operazione che rientra nel progetto più ampio dei dioscuri Colaninno-Sabelli di ottimizzare il servizio. Nel senso di riempire gli aerei e allo stesso tempo arginare le anomalie (leggi spese, persino sperperi) che furono una incontestata peculiarità della vecchia compagnia di bandiera. Colaninno e Sabelli ieri erano a Venezia per firmare con i vertici degli enti locali (Galan e Cacciari) e il presidente di Save (la società che gestisce lo scalo Marco Polo) Enrico Marchi un'intesa per valorizzare l'impianto del capoluogo veneto sui quali Alitalia punta molto. «Qui - ha sottolineato il presidente Colaninno - vogliamo aprire una nuova stagione». Il Marco Polo sarà il terzo aeroporto di Alitalia, primo delle quattro cosiddette "basi periferiche" che comprendono anche Torino, Catania e Napoli. «A Venezia - ha precisato Sabelli - tre mesi fa siamo partiti con una quota di mercato del 54% ed abbiamo guadagnato un buon 10%. Dovremmo chiudere l'anno con il trasporto di un milione di passeggeri da e per lo scalo Marco Polo». Nel periodo gennaio-aprile 2009, da e per Venezia, Alitalia ha trasportato circa 300.000 persone con una quota di mercato pari al 20% sul totale dei posti offerti, che raggiunge il 31,7% comprendendo i collegamenti di Air France. Con l'orario estivo le frequenze nazionali da Venezia sono state aumentate da 92 a 115.