

Easyjet lancia la pre-assegnazione dei posti. Sarà introdotta in fase di prenotazione su tutti i voli in partenza da novembre 2012

Niente più corse sulla scaletta, niente più discussioni tra passeggeri per il posto considerato migliore. Easyjet introduce la pre-assegnazione dei posti: sarà gratuita e partirà da novembre. Dopo aver lanciato una sperimentazione lo scorso aprile su 6.000 voli, la compagnia low cost si è resa conto che il 70% dei passeggeri «ritiene l'assegnazione dei posti, un sistema di imbarco migliore e più confortevole». Non solo. «Il livello di soddisfazione - ha fatto sapere il vettore britannico - è confermato dal 60% degli intervistati che dichiara, grazie a questa novità, una maggiore propensione a volare easyJet in futuro».

I MOTIVI - La low cost, che opera più di 600 rotte tra 133 aeroporti in 30 diversi Paesi, si è resa conto quindi che il vecchio sistema di imbarco (chi primo arriva meglio alloggia) era considerato dai clienti una potenziale fonte di stress. E ha scelto di cambiare. Come funzionerà di preciso? A tutti i passeggeri verrà assegnato gratuitamente un posto in fase di check-in, ma chi vorrà, potrà scegliere una fila in particolare pagando un extra: 15 euro per viaggiare davanti o nelle file corrispondenti alle uscite di emergenza, fino a 4 euro per acquistare ogni altro posto specifico. Posti vicini (se possibile) a tutti i passeggeri inseriti nella stessa prenotazione.

PRECEDENTI - Non è la prima volta che un vettore low cost introduce il sistema di scelta del posto: lo ha fatto in passato anche l'irlandese Ryanair (a pagamento). «È un esempio concreto - ha detto Carolyn McCall, Chief Executive di EasyJet - del nostro impegno nel rendere l'esperienza di viaggio facile e accessibile per i passeggeri». Ma è anche un segno dei tempi. Se le compagnie di linea negli ultimi tempi hanno "adottato" alcune pratiche low cost (ad esempio lo snack a bordo a pagamento), ora sono i vettori a basso costo ad adeguarsi. I posti liberi sono stati per anni, sin dalla nascita di queste compagnie, la metafora del modello di business adottato dai vettori low cost. Il messaggio dato ai passeggeri è sempre stato lo stesso: noi ti diamo il volo a un prezzo stracciato, tutto il resto lo paghi. Qualcosa sta cambiando.