

Trasporto aereo - Il low cost alza il prezzo addio tariffe stracciate. Per il caro-carburante è sempre più difficile volare con pochi euro. «Crisi? No, solo un lieve calo»

ROMA C'è stato un tempo in cui il viaggiatore scaltro poteva trovare un biglietto aereo di andata e ritorno per una bella città d'Europa al costo di pochi centesimi. C'è chi favoleggia di un Forlì-Dublino a un centesimo nel 2007. Ma quell'epoca è tramontata. Il viaggio aereo low cost, nato poco più di dieci anni fa, si è trasformato, è diventato più complesso e con costi mediamente più alti. È già il momento allora di parlare di crisi, di fine? La notizia di questi giorni riguarda la compagnia aerea low cost per eccellenza, l'irlandese Ryanair, per la quale si è sentito il termine «profit warning». L'amministratore delegato Michael O'Leary ha annunciato che per marzo 2014 Ryanair prevede di guadagnare non più di 550 milioni di euro, rispetto ai 600 previsti. Il titolo è crollato in Borsa. Ma il fatto è che la compagnia in questi ultimi anni ha spesso guadagnato i titoli di giornali con notizie e pettegolezzi esagerati: dai piloti «troppo stanchi per riuscire a stare svegli» secondo articoli poi smentiti, alla lotta per le carte d'identità con l'Enac (che chiedeva di accettare anche tesserini ferroviari e licenze di caccia), fino alla battaglia degli aeroporti: a Roma torna d'attualità il caso di Ciampino, da cui i residenti vorrebbero cacciare i rumorosi voli low cost. Anche l'ultimo annuncio di O'Leary è stato rilanciato con fin troppa enfasi: in realtà non si parla affatto di perdite, bensì di una riduzione degli utili. E la previsione di crescita dei passeggeri si è solo ridimensionata.

LA CONCORRENZA

È crisi questa? Sembra proprio di no, visto che in realtà gli utili continuano ad esserci e soprattutto Ryanair continua a beneficiare di un margine sui ricavi di circa il 12%. Un risultato ottimo. Per di più il settore del trasporto aereo continua a crescere. La Iata ha annunciato una previsione di più 5% per quest'anno a livello planetario, mentre in Europa si parla di più 3,7% a luglio. È l'effetto della concorrenza: mentre Ryanair è stata il pioniere, e mantiene il primato tra le low cost in Europa con 81 milioni di passeggeri l'anno, ora deve subire il pressing di tanti altri attori. Easyjet le sta con il fiato sul collo: nell'ultimo anno ha trasportato 58 milioni di passeggeri e ha incrementato i propri profitti. In questo caso nessun calo, la previsione per l'anno fiscale 2013 è tra i 530 e i 570 milioni di euro. Dietro c'è un'altra trentina di compagnie low cost in Europa. E tutte vanno bene, anche se negli anni il mercato ha operato una spietata selezione naturale.

Che cosa è successo? Un comune passeggero lo potrebbe spiegare in base alla propria esperienza: l'entusiasmo per il volo a pochi euro si incrina durante il lungo viaggio in autobus da un aeroporto molto lontano dal centro città; gli orari di decollo e di arrivo notturni spesso sono defatiganti; e l'ultimo sorriso si spegne a volte durante la corsa per la conquista del posto a bordo. Se poi si finisce in fondo vicino ai bagni c'è chi rimpiange di non aver speso qualcosa di più per avere una sistemazione migliore. Altre compagnie infatti offrono una maggiore possibilità di scelta ai passeggeri: pure se low cost, c'è chi garantisce l'arrivo in aeroporti meglio collegati, più disponibilità di orari, un bagaglio da non pesare con il bilancino, e la possibilità di scegliere i posti in anticipo. Ma tutto questo ovviamente si paga.

IL BIGLIETTO

I prezzi del low cost, infatti, negli ultimi anni sono saliti. A causa degli optional, ma anche a causa dei prezzi del carburante. Oggi il costo medio di un biglietto aereo su un volo Ryanair è di 42 euro. Per le altre quasi il doppio. Come se non bastasse, ci si sono messe anche le compagnie tradizionali. Le grandi continuano a dominare il mercato ricco, il «business», ma viaggiare con un aereo mezzo vuoto non fa piacere più a nessuno, e le compagnie di bandiera in questi anni hanno dovuto affrontare crisi spesso epocali (come Alitalia, per la quale oggi si parla di ricapitalizzazione) o come Air France e British Airways, che hanno spesso chiuso i bilanci in rosso. Anche loro offrono sconti e prezzi particolarmente

bassi. Quindi la concorrenza e le esigenze di viaggiatori meno avventurosi hanno fatto salire i prezzi del low cost, che oggi offre di più ai propri clienti. Viceversa, la stessa forza della concorrenza, ha spinto le compagnie «dei ricchi» a tentare la conquista del viaggiatore risparmiatore. I cambiamenti in questo caso decretano il successo della formula. Insomma, se il vecchio low cost è morto, il nuovo low cost è più vivo che mai.

«Crisi? No, solo un lieve calo»

ROMA Ryanair, il simbolo dei voli low cost, ha ammesso un calo degli utili. E' un segnale di crisi di tutto il settore?

«No, assolutamente no. Parliamo di un calo di utili, ma di una compagnia che fa sempre guadagni. E di un mercato che è cresciuto ininterrottamente negli ultimi 10 anni», dice Andrea Giuricin, economista dell'Università di Milano Bicocca e collaboratore dell'Istituto Bruno Leoni.

E allora, che cosa vuol dire questo rallentamento, il crollo in Borsa, il "warning"?

«Vuol dire che il mercato è diventato molto concorrenziale, si è allargato e differenziato. Ryanair ha ormai dei competitor che hanno guadagnato fette di mercato. Ma non parlerei di crisi»

Le compagnie aeree tradizionali in questi anni hanno sofferto. E' cambiato il mercato anche per loro?

«Sì, ci sono stati molti alti e bassi per le grandi compagnie di bandiera. Dal 2009 i "bassi" sono stati molti e anche queste compagnie hanno dovuto modificare la loro politica dei prezzi e diversificare. Ormai c'è la possibilità di trovare biglietti con Alitalia o con British a prezzi quasi da low cost. Al tempo stesso le compagnie low cost hanno conquistato fette della clientela business. Anche le aziende devono risparmiare».

Lei ha mai viaggiato a un euro?

«Sì anche meno. Mi ricordo, quando ero studente, una volta ho comprato un volo Milano-Parigi andata e ritorno a 2 centesimi! Però quel tipo di offerte ora non c'è più».

Adesso qual è il prezzo minimo di un low cost?

«A 10-12 euro si può trovare qualcosa, magari nei periodi di bassa stagione, dopo le feste di Natale».

Il viaggiatore viene attirato da un prezzo iniziale basso e poi si ritrova a pagare di più.

«Bisogna essere informati. Chi viaggia poco e non è abituato, non conosce tutte le regole, per esempio sul peso del bagaglio o sulle dimensioni del bagaglio a mano, va incontro a delle sorprese e ha l'impressione di aver preso una mezza fregatura».

Qual è il più grande problema dei biglietti low cost?

«La flessibilità quasi nulla. A meno che non paghi di più».

Che consiglio darebbe a chi vuole risparmiare?

«Informarsi bene e non prenotare troppo all'ultimo momento ma nemmeno troppo in anticipo. Il momento ideale è intorno alle tre settimane prima del viaggio»