

Si vola molto low cost, ma non tutto piace

di Maria Grazia Graziani - Extreme - www.web-live.it

I passeggeri negli indici di gradimento mostrano l'esistenza di ampi margini di miglioramento

L'espansione economica delle compagnie aeree low cost non sembra coincidere in pieno con l'indice di gradimento esternato da parte dei passeggeri nei loro confronti. Lo sottolinea il sondaggio europeo online realizzato di recente da TripAdvisor su oltre 9.000 viaggiatori, di cui 3.264 connazionali, per i quali al 17,65% Lufthansa si dimostra essere la compagnia preferita, seguita da Alitalia e Ryanair rispettivamente al 14 e 13%. Emirates, Singapore Airlines e Cathay Pacific sono le compagnie più desiderate da co-

loro che non vi hanno mai viaggiato. Si segnala come per i viaggiatori la qualità dei servizi a terra sia considerata prioritaria rispetto a quella dei servizi usufruiti in volo: lo evidenzia il monitoraggio eseguito per Mark Up da Extreme (vedi box), essendo i primi tema di discussione in internet per il 64% e i secondi solo per il 34%. Tra gli argomenti maggiormente dibattuti in rete - da parte dei viaggiatori - figurano quelli relativi alle problematiche connesse al bagaglio (88%) seguite da quelle in merito alla cura del cliente.

In aeroporto

I voli low cost contribuiscono dunque - attraverso il flusso dei passeggeri - a incrementare le attività aeroportuali collegate, generando valore in termini economici favorendo l'incremento della domanda del lavoro, dei beni, dei servizi e delle infrastrutture di trasporto necessarie per garantire i colle-

gamenti per i residenti, i bacini di utenza, i viaggiatori d'affari e i turisti.

Alla base del successo, c'è l'attuazione di strategie diverse fondate in alcuni casi sull'allineamento dell'organizzazione a quello delle compagnie classiche. In altri si punta al contrario sul rafforzamento di servizi essenziali e standardizzati, tipici del modello originario delle compagnie low cost, in grado di generare ricavi di servizio imputando ai passeggeri costi integrativi non essenziali. Nel caso di Ryanair o Easyjet, queste voci hanno prodotto ricavi fino al 22%, nel primo caso, e al 19%, nel secondo.

I desideri

TripAdvisor sottolinea, però, relativamente agli optional per i quali i passeggeri sarebbero disposti a pagare un sovrapprezzo, che altri desideri sembrano in cima alla lista, rispetto a quelli che le compagnie paiono considerare prioritari. Figurano così in vetta al 71,2% i posti comodi per poter allungare le gambe, per poi scendere fino al 9% per la presenza della tv satellitare. Tra gli aspetti considerati scarsamente tollerabili, il sondaggio segnala al 50,3% i genitori con scarso controllo dei figli in volo, lo scalfare dei bambini sul retro del sedile, il fastidio provocato dalle conversazioni che avvengono a voce elevata. Ma nella lista dei desideri trovano posto anche considerazioni sulla trasparenza informativa di alcune compagnie

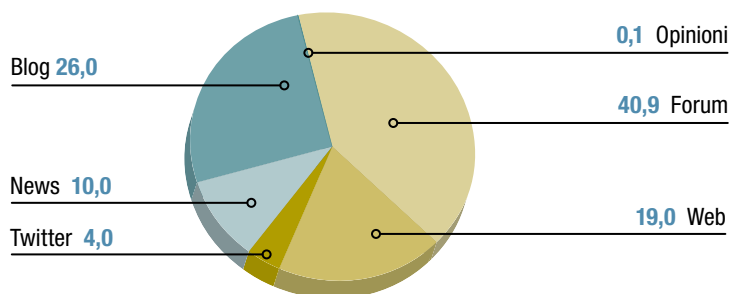


Andamento del mercato

In Spagna le compagnie aeree low cost rappresentano fin d'ora la metà del trasporto passeggeri aereo. Tendenza destinata a crescere e a superare le quote dei voli delle linee di bandiera. Il dato emerge a conclusione della consulenza di Roland Berger Strategy Consultants, realizzata in collaborazione con la Business School di Leipzig (Germania), dalla quale emerge che a livello continentale il segmento low cost è destinato a espandersi rispetto alla quota di mercato attuale, pari al 32%. Tra il 2004 e il 2009 il settore in questione ha contribuito in modo rilevante all'aumento complessivo del traffico passeggeri aereo europeo passando dal 13% al 22% dei posti offerti, con un tasso medio di crescita annuo pari al 18%. L'ascesa del comparto appare confermata dai valori del volume di trasporto registrati dai tre riferimenti di settore Air Berlin (+25%), Ryanair (+18%) ed Easyjet (+12%).

Dove si parla di viaggi?

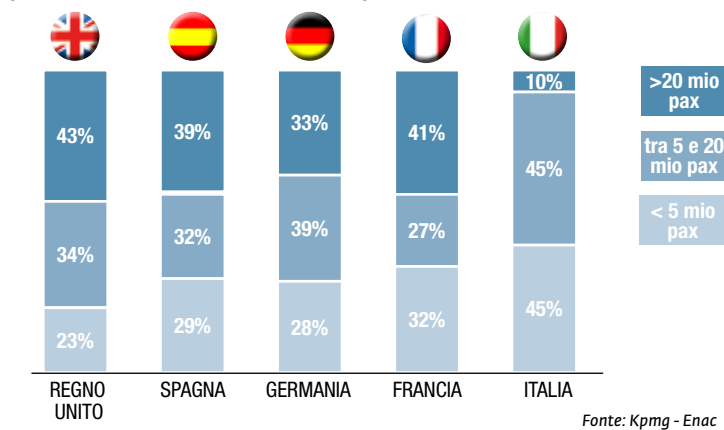
distribuzione delle citazioni online per tipologia di sito



Fonte: Extreme - www.web-live.it

Hub in economia, ma non in Italia

percentuale di traffico low cost per dimensioni di scalo - 2009



low cost. Le quali sembrerebbero non esplicitare abbastanza chiaramente nei confronti dei clienti l'applicazione di costi supplementari nel caso in cui l'acquisto del biglietto aereo avvenga tramite la carta di credito e la prenotazione sia effettuata su un canale alter-

nativo rispetto a quello del sito istituzionale della compagnia con la quale si intende effettuare il volo. La prenotazione attraverso agenzie online implicherebbe, cioè, l'applicazione di commissioni variabili divenendo una voce di spesa significativamente rilevante. Il prezzo di un biglietto aereo acquistato online - da quanto rilevato - varierebbe da quattro a sei euro in più a tratta per passeggero e il costo risulterebbe essere notificato al viaggiatore solo nella fase finale della prenotazione. Tale modalità di addebito è stata reputata ingiustificata dall'Antitrust, che ha multato quattro compagnie per complessivi 285.000 euro. Colpisce che il tema della trasparenza delle tariffe - così rilevante agli sportelli - risulti essere scarsamente trattato nell'ambito del web, riportando una percentuale di presenza esigua pari all'1%.

Regina d'Irlanda

In termini assoluti, Ryanair risulta essere la compagnia aerea low cost di cui principalmente si discute online: a essa si riconducono oltre 1.000 contenuti presi in esame. Meridiana si colloca al secondo posto con 400 contenuti, seguita da Blu Express, Easy Jet e Vueling a livello 200. Colpisce come Twitter sia scarsamente utilizzato (4%) rispetto al tema oggetto

di analisi. Dato presumibilmente riconducibile alla modalità di interscambio informativo che caratterizza questo social network basata sulla trascrizione di commenti "fast" per cui probabilmente poco congeniale rispetto ad un argomento in cui - invece - il fattore 'esperienza emotiva legata ad un viaggio' induce l'utente ad utilizzare canali web attraverso i quali si possano trascrivere informazioni e recensioni, esprimere giudizi, e ricevere al contempo commenti da parte di coloro che hanno vissuto esperienze analoghe. Relativamente a Ryanair, i viaggiatori utilizzano essenzialmente forum e blog per esprimere opinioni nei suoi confronti. Per quanto riguarda le destinazioni maggiormente citate nel corso del monitoraggio, spiccano quelle nazionali rispetto a quelle del resto d'Europa. Per le rotte italiane più chiacchierate primeggiano tra tutte Napoli (16%) e Milano (12%) distaccando significativamente le altre destinazioni (Torino - Pisa - Palermo - Reggio Calabria - Cagliari - Bologna - Bari

IMPOSTARE NUOVI MODELLI DI BUSINESS

fattori di competizione per soli vettori low cost

Operatività: scali secondari o terminal ad hoc negli hub

Ripartenza: veloce, turnaround in 30 minuti

Rotte: raggio breve, dirette senza scalo

Flotte: Standard, un solo tipo di aeromobile

Vendita: canali diretti

Servizi: aggiuntivi, a pagamento. Nuovi studi sulle reali preferenze

Fonte: Kpmg-Enac

e Verona) presenti - all'interno dei contenuti esaminati - per un valore compreso tra il 3 e il 4 per cento. Fra le località europee correlate al tema vettori low cost i viaggiatori segnalano Barcellona, seguita a pari merito da Londra, Amsterdam e Parigi con valori compresi tra il 6 e il 5 per cento.

CARATTERISTICHE DEL MONITORAGGIO EXTREME-MARK UP

Volendo misurare quanto nell'ambito del web 2.0 i temi legati al mondo dei voli low cost siano dibattuti, Extreme ha condotto per Mark Up all'inizio dell'estate un monitoraggio specifico. L'indagine ha riguardato le seguenti compagnie aeree: Ryanair, Meridiana Fly, Easy Jet, Blu Express, Vueling, Wind Jet, Wizzair, Air Berlin, My Air, Spanair, Jet2.com, Alpi Eagles, Air Blu e Volare Web. Lo studio è stato condotto attraverso l'analisi di fonti suddivise tra forum, blog, siti di news e di opinione e il social network Twitter. Nel panel sono stati inoltre inseriti - classificati come "web" - siti non compresi tra quelli sopracitati, ma caratterizzati comunque da un traffico di visite elevato.

Andare a caccia della reputation

rapporto delle citazioni/compania per tipologia sito

