

LE COMPAGNIE AEREE RIDUCONO I POSTI BUSINESS A FAVORE DEI POSTI PREMIUM TOURIST



Dopo la crisi del coronavirus nel settore del trasporto aereo, le compagnie aeree sono sulla via della ripresa. Prima della pandemia, le compagnie scommettevano sull'inclusione - soprattutto nei voli lunghi - di una nuova classe media: il turista premium (il nome varia a seconda della compagnia). Questa categoria offre più comfort e servizi della classe economica a un costo aggiuntivo inferiore a quello della classe business. I suoi vantaggi stanno attirando sempre più passeggeri e sono diventati i posti più redditizi da vendere per le compagnie aeree. Una scommessa sicura che sta guadagnando sempre più spazio, fino al punto da ridurre la prestigiosa business class.

La parte anteriore dell'aereo è ancora la chiave di volta, nonché la parte dell'aereo con cui le compagnie aeree realizzano la maggior parte dei loro profitti per volo. La pandemia ha punito il turismo e quasi spazzato via i viaggi d'affari, che tradizionalmente occupavano la maggior parte dei posti in business class. Tuttavia, con questa mossa, le compagnie aeree sono riuscite a rendere la redditività dello spazio ancora maggiore rispetto a quando l'aereo era diviso solo in classi turistiche e business, e molti viaggi di piacere sono fatti per un valore un po' più alto. Poter volare diverse ore più comodamente ed essere lontani dalle zone affollate dell'aereo è un grande incentivo.

Il cambiamento è iniziato principalmente in Nord America, anche se le compagnie europee lo stanno facendo da più di un decennio. Una delle prime a includere questo modello in Europa è stata Air France nel 2009. Ora offre tra il 6% e l'11% dei posti di questo tipo nella sua flotta. "La maggior parte dei nostri clienti della premium economy hanno più di 45 anni e volano spesso. Viaggiano per piacere e si concedono più comfort", spiegano i portavoce della compagnia.

Nel caso di Iberia, ha incluso questi posti nel gennaio 2017 e i risultati hanno superato le cifre previste fino all'arrivo della pandemia. Ha avuto un risultato talmente buono che i nuovi aerei ordinati dalla compagnia sono stati progettati per includere questi posti. Inoltre, negli aerei che erano già in uso, è stato reso disponibile più spazio per questi posti riducendo lo spazio alla business class. "Nel riadattamento dell'Airbus A330 abbiamo rimosso sette posti di business per implementare i nuovi posti di premium economy", dicono fonti della compagnia aerea, che appartiene al gruppo IAG. La chiave del suo successo si divide in due aspetti: da un lato, per ciò che offre ai viaggiatori. Dall'altro lato, per l'investimento in spazio e risorse necessarie. In entrambi gli aspetti, ci sono vantaggi sostanziali rispetto a ciò che già esisteva. I viaggiatori in questa classe hanno accesso prioritario, sedili più ampi, più reclinabili e un menu più ampio. Questo, naturalmente, ha un costo aggiuntivo. In media il prezzo di un biglietto di premium economy può costare tra i 250 e i 500 euro in più di un posto in classe turistica, ma costa tra i 1.000 e i 1.500 euro in meno della classe business.

Alla Deutsche Lufthansa AG, per esempio, questa classe genera il 33% di entrate in più per metro quadrato rispetto alla classe economica e il 6% in più della classe business, secondo Bloomberg. È anche il 40% più redditizia della classe business perché è molto più economica da installare. Infatti, la compagnia aerea tedesca sta già studiando la possibilità di eliminare più posti business per far

crescere questa nuova classe.

Trasferimento dei passeggeri

Uno dei timori delle compagnie aeree era che i passeggeri della business class potessero essere attratti da questa nuova classe. Questo vorrebbe dire che il numero di passeggeri nella parte più costosa dell'aereo si sarebbe ridotto e le entrate per volo sarebbero diminuite. Ma in realtà si è verificato l'opposto: la maggior parte dei passeggeri provengono dalla classe turistica.

Questo fenomeno si spiega con il fatto che molti passeggeri che volano per turismo preferiscono pagare un po' di più in cambio di più comfort. Sebbene i viaggi d'affari siano anche importanti in questa classe e ne frenano la ripresa per il momento. Come ha già sottolineato Bloomberg, questa tendenza è qui per rimanere e ha la prospettiva di migliorare: secondo Counterpoint Market Intelligence, il ritmo di crescita accelererà man mano che più compagnie aeree incorporeranno questi posti nei voli lunghi.

La diffusione di questa nuova classe è inarrestabile. Ha già raggiunto le compagnie aeree low-cost, almeno quelle che fanno voli lunghi.

Durante la parte più dura della pandemia di covid, con molteplici restrizioni sui viaggi e viaggi d'affari e turistici quasi inesistenti, il business nel suo complesso ha sofferto e nessuna classe di posti è stata salvata da questo disastro. Ora, durante la ripresa, quelle che sono rimaste un po' più indietro sono le compagnie aeree più costose, perché mancano i viaggi d'affari. Ciò è dovuto al fatto che gran parte del mercato aziendale non si sta ancora riprendendo ai livelli di altri tipi di viaggi. E il corporate è una componente importante delle classi premium turistiche e business.

Date: 2021-10-25

Article link:

<https://www.tourism-review.it/posti-turistici-premium-al-posto-della-business-class-news12241>