



Compagnie aeree e aeroporti in Italia

I migliori spazi e servizi per viaggiatori d'affari. A definire domanda e offerta del settore è sempre di più il bleisure trend a cura di **TiCo**

L'Italia è al 5° posto nel mondo e al 4° nella classifica europea delle principali destinazioni per numero di incontri d'affari e registra la crescita maggiore con un +10% rispetto agli altri Paesi europei (ICCA ranking 2017). Un segmento, il business travel, che negli ultimi anni sta contaminando sempre più il leisure a tal punto da indurre operatori e servizi (hotel, aeroporti, compagnie aeree) ad adeguarsi alle nuove esigenze di una clientela che diventa sempre più bleisure.

«Per l'aeroporto Leonardo Da Vinci il traffico business rappresenta circa il 30% di quello totale che, nel 2018, ha segnato il record di 43 milioni di passeggeri

trasportati», dichiara **Fausto Palombelli, direttore marketing e sviluppo aviation di Aeroporti di Roma**, precisando che «l'Europa rappresenta circa il 40% della provenienza del traffico business; segue per importanza il mercato domestico, il Nord America e l'Asia in forte crescita negli ultimi anni, mentre Germania, Francia, Regno Unito e Stati Uniti, rappresentano i nostri principali mercati internazionali».

Le iniziative ad hoc dello scalo Romano ADR, Best Airport Award 2018

Quello business è un segmento con sue peculiarità, che ADR coccola con servizi

L'Aeroporto di Bari
Karol Wojtyła



e prodotti dedicati. Per Skytrax, l'aeroporto di Fiumicino è il migliore al mondo per la sua capacità di innovarsi. Un riconoscimento che si aggiunge al premio aeroporto più apprezzato in Europa tra gli hub con più di 40 milioni di passeggeri", attribuitogli da Airport Council International World e al riconoscimento "Best Airport Award" 2018 assegnato allo scalo romano nel corso dell'assemblea annuale dell'Airport Council International Europe. Risultati di qualità riconosciuti dai passeggeri grazie a molte iniziative avviate sullo scalo come, per esempio: l'APP Rome Airports che informa su servizi e voli in tempo reale; l'ingresso prioritario per velocizzare i controlli di sicurezza usufruendo del voucher Fast Track ai Terminal 1 e 3; gli E-gates che in venti secondi consentono le procedure di controllo del passaporto elettronico; l'offerta shopping con 50 punti vendita dei più



Fausto Palombelli,
direttore marketing e
sviluppo aviation di
Aeroporti di Roma

prestigiosi marchi internazionali e del Made in Italy e il meglio della ristorazione; il Personal Shopper all'interno dell'area d'imbarco E.

Per rilassarsi si può scegliere fra le numerose lounge e i servizi offerti al business travel: le meeting room prenotabili o le postazioni a disposizione all'interno di Arrival Lounge & Air Rooms HelloSky, Plaza Premium Lounge, Lounge British Airways o, ancora, la Work Area al piano superiore dell'area d'imbarco D: uno spazio ad hoc dotato di tavoli cablati, 90 postazioni e la possibilità di ricaricare i device con prese elettriche e ricariche wireless. I Parcheggi Executive, presso i Terminal 1 e 3 danno diritto ad un voucher Fast Track per il passaggio prioritario ai controlli di sicurezza, una colazione di benvenuto, il quotidiano alla consegna dell'auto, sconti sulla ristorazione in aeroporto e l'accumulo delle Miglia Alitalia. Il portale 4Corporate by easy Parking, creato da ADR per migliorare la gestione delle soste, con tanti plus per le aziende e tante agevolazioni per i loro dipendenti. Tra i principali vantaggi per le aziende, un piano tariffario dedicato in base ai volumi, monitoraggio dei costi real time e recupero dell'IVA. In tutte le aree dell'aeroporto è disponibile la connessione internet "Airport free wi-fi" senza limite di tempo (si possono scegliere due tipologie di Free WiFi: Free WiFi super veloce (fino a 4 Mbps) accessibile installando l'App ufficiale e gratuita di Aeroporti di Roma "Rome Airports": Free WiFi veloce (fino a 2 Mbps) fruibile senza l'installazione dell'App Rome Airports. I passeggeri possono dunque oggi agganciarsi al Wi-Fi tramite computer portatile, tablet o smartphone, per navigare e scaricare la posta, comodamente seduti in attesa del volo; postazioni di ricarica gratuita per i propri device presso tutte le aree d'imbarco e nei punti di ristoro. Info point



brandizzati ADR, desk sono presenti in tutte le aree per fornire informazioni utili e come centro servizi con fax e fotocopiatrici.

**Sacbo Milano Bergamo:
oltre alla Vip Lounge,
anche il pacchetto BGY TOP**

L'Aeroporto Milano Bergamo, situato nel cuore della Lombardia, a 5 km dalla città di Bergamo e 50 da Milano, si è imposto come scalo di primaria importanza. «La percentuale di coloro i quali viaggiano per affari è cresciuta in parallelo con il movimento generale dei passeggeri, quest'anno proiettato oltre quota tredici milioni», ci informa **Giacomo Cattaneo, direttore aviation di Sacbo**. «I business travellers rappresentano tra il 20 e il 25 per cento del totale dei passeggeri e sono una componente di particolare rilevanza. Le richieste di questi passeggeri che scelgono indifferentemente le compagnie low cost come le legacy, sono comuni e afferiscono all'uso della vip lounge e del fast track». La percentuale dei business travelers è piccola ma significa-

tiva. Non raggiungiamo i numeri degli scali su cui si operano rotte intercontinentali, ma serviamo un territorio (est Milano, Brianza, Bergamo e Brescia) in cui è allocato il 68% delle aziende lombarde. Nel corso degli anni è maturato un traffico consistente da e verso l'est Europa, mentre un collegamento molto gettonato è quello con Istanbul, anche per le opportunità di connessione con i Paesi del Golfo Persico. Abbiamo registrato, altresì, un importante aumento dei collegamenti e, conseguentemente, del traffico verso Austria e Germania, in particolare su destinazioni dalla spiccata vocazione business come Amburgo, Dusseldorf, Francoforte, Stoccarda e Vienna. Ci aspettiamo una crescita legata all'apertura del collegamento Alitalia con Fiumicino, con 4 voli giornalieri che offrono l'opportunità di proseguire verso le rotte intercontinentali, e quello operato da British Airways con Londra Gatwick dal prossimo mese di settembre».

Allo scopo di rispondere alle esigenze della clientela business e di quanti desiderano ottenere un trattamento perso-

Alitalia si conferma il vettore più puntuale al mondo nei primi 4 mesi del 2019 con l'89% dei voli atterrati in orario e al primo posto fra i vettori europei nel mese di aprile (certificato da FlightStats)



nalizzato, Sacbo mette a disposizione, oltre all'ingresso nelle Vip Lounge Landside e Airside, il pacchetto di servizi denominato "BGY TOP" rivolto ai passeggeri in partenza e arrivo. Per chi vuole vivere l'esperienza aeroportuale in modo esclusivo, BGY TOP riserva servizio trasporto bagagli, accoglienza da parte di hostess dedicata nella Vip Lounge Landside e assistenza nelle procedure di check-in estese anche ad accompagnatori, transito nel canale Fast Track per l'accesso rapido ai controlli di sicurezza, accesso alla Vip Lounge Airside con hostess a disposizione fino al momento dell'imbarco, possibilità di richiedere un servizio esclusivo di "personal shopping" per essere accompagnati nei punti vendita aeroportuali, imbarco con minibus dedicato. Per i passeggeri in arrivo sono previsti il servizio trasporto bagagli, sbarco con minibus dedicato e accoglienza con hostess, oltre alla possibilità di accedere alla Vip Lounge Landside.

Aeroporti di Puglia. Una nuova Executive Lounge per l'Aeroporto Karol Wojtyla di Bari

Il consuntivo del primo quadrimestre 2019 registra un traffico passeggeri in crescita rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, del 9,8% su Bari e Brindisi. La linea internazionale, con +17,5%, si conferma fattore strategico di sviluppo per gli aeroporti pugliesi. «L'internazionalizzazione dell'offerta e l'incremento del traffico incoming dai più importanti mercati esteri costituisce una delle linee guida della nostra programmazione strategica», ci informa **Tiziano Onesti**, presidente di Aeroporti di Puglia. «Il risultato registrato su Bari e Brindisi rappresenta in modo evidente l'attenzione dedicata allo sviluppo della componente internazionale, la cui incidenza rispetto ai volumi complessivi di traffico diviene sempre più significativa». Attraverso la diversificazione dell'offerta e la maggiore disponibilità di collegamenti, sia diretti sia sui principali hub europei, la rete aeroportuale pugliese rafforza il proprio ruolo nel contesto degli scali del Mezzogiorno e del Mediterraneo. «Siamo certi che tutto ciò, unito a un complessivo miglioramento delle connessioni in-

termodali, in un contesto di sistema che coinvolge tutti i principali stakeholder, porterà ulteriori benefici al sistema economico e turistico di tutta l'area e con esso allo sviluppo aeroportuale».

Entro l'estate l'Aeroporto Karol Wojtyla di Bari avrà una nuova Executive Lounge caratterizzata da spazi confortevoli e più servizi a disposizione dei passeggeri in partenza dal capoluogo pugliese. Sarà la società Gaudio Spaziodesign srl, scelta da una commissione presieduta da Peter Benson Miller, direttore artistico dell'American Academy di Roma, a realizzare l'allestimento con la formula innovativa del regime di sponsorizzazione. Duecento metri quadrati, dell'area imbarchi, dedicati ai clienti che disporranno di business corner e comode zone relax e che avranno l'opportunità di conoscere e apprezzare con esposizioni e presentazioni mirate e programmate, prodotti e servizi esclusivi della magnifica Puglia e dei territori vicini. «Questo intervento, realizzato con l'innovativa formula del co-marketing, coglie in pieno l'essenza del nostro concetto di aeroporto e di infrastruttura quale snodo essenziale delle relazioni sociali culturali ed economiche dell'area che serviamo: formidabile crocevia di scambio e confronto, catalogo vivente delle migliori esperienze che un territorio sa offrire», precisa Onesti, «Siamo certi che quando apriremo al pubblico la nuova executive lounge potremo tutti sentire la continuazione dell'esperienza vissuta sul territorio, dimenticando che, in-

Entro l'estate l'Aeroporto Karol Wojtyla di Bari avrà una nuova Executive Lounge



Magnifica: la business class di lungo raggio Alitalia



vece, siamo in aeroporto in attesa di un aereo per partire».

Anche le compagnie aeree sono sempre più attente nei confronti della clientela business e fanno a gara nel contenderse-la proponendo servizi sempre più ad hoc.

Alitalia

Business Travel Sales è la divisione di Alitalia dedicata ai viaggiatori d'affari. «Oggi siamo ben bilanciati tra segmento business e leisure e le nostre vendite sono ben distribuite dalla Premium Economy fino alla Magnifica: la classe business dei voli di lungo raggio», ci dice **Emiliana Limosani, vice president business travel sales & commercial partnership di Alitalia**, che sottolinea: «il merito è anche delle agenzie, fondamentali come presidio del territorio. Ad aprile abbiamo chiuso il 17esimo mese consecutivo con ricavi in crescita, siamo al 91,2% di soddisfazione del cliente e secondo FlightStats nel pe-

Emiliana Limosani, vice president business travel sales & commercial partnership di Alitalia

riodo gennaio-aprile siamo l'unico vettore europeo tra i 5 più puntuali al mondo» ha aggiunto la manager. Con Alitalia il mondo del business travel può contare su una ampia offerta di collegamenti con l'Europa e il Mondo (150 rotte, per un totale di oltre 4.300 voli settimanali. Di recente si è aggiunto il nuovo volo non-stop Roma-Washington con 5 frequenze settimanali. Da Milano a Londra poi ci sono 16 voli giornalieri: Milano Linate-London City (12 voli andata e ritorno) e Milano Linate-Londra Heathrow (4 voli andata e ritorno). Sull'affidabilità delle operazioni il vettore si conferma il più puntuale al mondo nei primi 4 mesi del 2019 con l'89% dei voli atterrati in orario e si è classificato al primo posto fra i vettori europei nel mese di aprile (come certificato da FlightStats, autorevole società indipendente Usa che ogni mese stila la classifica della puntualità dei principali vettori mondiali). Alle piccole e medie imprese Alitalia ha dedicato Business Connect: programma di fidelizzazione che consente alle aziende di guadagnare miglia per il Programma MilleMiglia e accumularle su un conto aziendale. Le miglia potranno essere utilizzate per ottenere biglietti premio. Magnifica è la business class di lungo raggio Alitalia, rinomata fra i viaggiatori d'affari italiani e internazionali che prediligono il vettore per voli in Europa e verso le Americhe. Alla sesta edizione degli Italian Mission Awards 2019, il premio italiano dedicato al business travel, Alitalia ha ricevuto tre riconoscimenti quale "Migliore business class" e "Migliore compagnia aerea per i viaggiatori d'affari su rotte verso l'Europa e verso le Americhe". Chi viaggia in Ma-



gnifica usufruire dei vantaggi dei servizi a terra Sky Priority: banchi check-in e varchi di sicurezza dedicati, imbarco prioritario. I passeggeri possono anche trasportare gratuitamente 2 bagagli fino a 32Kg ciascuno. È inclusa inoltre la possibilità di accedere alle lounge "Casa Alitalia" e a quelle dei partner di Alitalia. A bordo Magnifica mette a disposizione dei passeggeri comode sedute rivestite in pelle, completamente reclinabili in posizione orizzontale fino a diventare comodi letti e dotate di funzione massaggio. Ogni poltrona è inoltre dotata di schermo individuale che consente al passeggero di scegliere tra una vasta library di film, giochi, musica e programmi TV. I menù della Magnifica sono disegnati in esclusiva da Gambero Rosso. Alitalia ha lanciato il programma "University" dedicato ai docenti e agli studenti degli Atenei italiani. Alitalia è la prima compagnia aerea ad avere un programma dedicato alle Università. Attualmente 18 Università italiane hanno siglato l'accordo commerciale e con altre 16 Università è in corso la finalizzazione del contratto. Tra i vantaggi previsti: offerta tariffaria personalizzata; assegnazione di borse di studio alla migliore tesi su argomenti inerenti il trasporto aereo e la valorizzazione dell'Italia; organizzazione di stage e seminari presso la Training Academy di Alitalia; organizzazione di attività di Job Placement presso Alitalia; promozione di attività di crowdsourcing per progetti relativi ai temi di sviluppo e di nuove opportunità di business nel mondo del trasporto aereo.

American Airlines

American Airlines opera dagli aeroporti italiani di Roma Fiumicino, Milano Mal-



pensa, Venezia Marco Polo e Bologna Guglielmo Marconi verso 6 hub statunitensi. Questa estate arriveranno a 10 i voli diretti giornalieri tra l'Italia e gli Stati Uniti. Il Business Travel è molto importante per la Compagnia che è infatti partner strategico di numerose aziende che operano sui mercati di entrambe le sponde dell'oceano Atlantico. A confermarlo è il **sales manager southeast Europe, Angelo Camilletti**, precisando che il vettore «sta investendo 3 miliardi di dollari in servizi ai passeggeri, sia a bordo che a terra e che gli aeromobili della flotta widebody offrono poltrone completamente reclinabili in Flagship Business e menù firmati da chef di fama internazionale». Inoltre, «Premium Economy, su un numero sempre maggiore di voli dall'Italia, risulta un eccellente compromesso tra Economy Class e Flagship Business». American sta ristrutturando tutte le proprie lounge Admirals Club sparse per il mondo e inaugurando nuove Flagship Lounge, moderne e confortevoli, con docce a disposizione e servizio di Flagship First Dining (cena à la carte all'interno della lounge). «Grazie agli accordi di collaborazione con British Airways, Iberia e Finnair, partner di American nell'Atlantico Joint Business, si può scegliere un numero ampio di destinazioni negli Stati Uniti, Canada, e Messico volando via Londra, Madrid o Helsinki e si possono accumulare miglia su tutte le carte frequent flyer delle compagnie aeree che sono parte dell'alleanza globale One-world®. Dal punto di vista tariffario,

A sinistra
Angelo Camilletti sales
manager southeast
Europe di American
Airlines.
Sotto la Business Class
di AA



Jerome Salemi,
direttore generale Air
France-KLM area East
Mediterranean



American Airlines offre al mondo del Business Travel prodotti studiati per qualsiasi tipologia di azienda: da quelle con un alto volume di traffico fino alle piccole e medie imprese per le quali è disponibile il prodotto OnBusiness». Sempre più voli American Airlines tra l'Italia e gli Stati Uniti offrono ai passeggeri aeromobili configurati in quattro classi di servizio: Flagship Business, Premium Economy, Main Cabin Extra ed Economy Class.

Air France KLM

«A livello globale circa il 30% dei passeggeri che volano con Air France e/o KLM, lo fanno per motivi di lavoro utilizzando

le nostre classi Business, Premium Economy e in alcuni casi la Première», ci informa **Jerome Salemi, direttore generale Air France-KLM East Mediterranean**, «e questo dato vale anche per i passeggeri in partenza dall'Italia». I viaggiatori d'affari sono viaggiatori abituali e conoscono molto bene i prodotti delle compagnie aeree: sono alla ricerca di ciò che fa la differenza e di un riconoscimento sempre maggiore. Il Gruppo Air France-KLM cerca di rispondere a questa esigenza sviluppando un'offerta su misura per loro: servizio limousine, parcheggio gratuito in aeroporto, promozioni dedicate, il rinnovato programma frequent flyer Flying Blue. «I nostri passeggeri di classe business in partenza da Milano Malpensa per una destinazione intercontinentale servita da Air France o KLM, possono usufruire gratuitamente del nostro servizio limousine da e per l'aeroporto di Malpensa entro un raggio di 100 km, e il servizio di limousine è naturalmente offerto anche ai passeggeri La Première in partenza da qualsiasi scalo italiano», ci ricorda per fare qualche esempio, Salemi. Inoltre, «abbiamo rinnovato il programma frequent flyer Flying Blue – ora l'accumulo di miglia si basa su quanto speso in

La nuova Lounge
di Air France
all'aeroporto di Parigi
Charles de Gaulle



biglietti aerei ed opzioni di viaggio, premiando quindi i migliori clienti – ed aumentato anche la disponibilità per la prenotazione di biglietti premio con un sistema dinamico che prevede diversi livelli tariffari». Restano tutti i vantaggi legati ai vari status. Ad esempio, i possessori delle tessere Flying Blue Platinum e C2000 godono di parcheggio gratuito presso gli scali di Milano Malpensa, Torino, Genova e Bologna. Ad alcuni clienti è offerto il programma di Corporate Recognition che include diversi vantaggi tra cui quello di trovare posto anche sui voli pieni. Possono beneficiarne anche aziende iscritte a BlueBiz: programma di incentivazione aziendale che consente di realizzare risparmi sui viaggi di lavoro e che prevede altri vantaggi sia per le aziende iscritte che per i loro viaggiatori. Tra le novità introdotte: una nuova lounge all'aeroporto di Parigi Charles de Gaulle che ha ricevuto due premi prestigiosi; menu stellati e un cocktail creato in collaborazione con l'Hotel Lancaster di Parigi per la classe business di Air France, cabine business sugli Airbus A330 di Air France. Per i 100 anni di KLM, quest'anno sarà inaugurata una nuova e rivoluzionaria lounge all'aeroporto di Amsterdam Schiphol.

Thai Airways

Business Travel in crescita per Thai Airways International, vettore primariamente Leisure. «Molti business traveller amano combinare Business e Leisure: il tanto citato Bleisure è componente consolidata nel totale dei nostri passeggeri», sottolinea **Armando Muccifora sales manager Italy, South East Europe, Mediterranean & Africa di Thai Airways**. «Offrendo voli non-stop da Roma e Milano verso Bangkok con decine di coincidenze immediate del nostro network verso Asia e Australia, i passeggeri sono in grado di raggiungere destinazioni finali come Hong Kong, Singapore, Shanghai, Melbourne o Perth via Bangkok, abbinando un rilassante e gratuito stopover nella Terra del Sorriso». Ed è proprio la crescita del segmento business che sta spingendo la Compagnia ad aprire una sezione del suo sito web dedicata al Business Travel. «Lo scopo è allargare il nostro bacino di utenza del Business Travel en-



Armando Muccifora, sales manager Italy, South East Europe, Mediterranean & Africa di Thai Airways

trando in contatto anche con il modo della piccola-media impresa, senza avere alcuna mira di disintermediazione, continuando a considerare il Trade come un partner strategico», spiega Muccifora. THAI prevederà dei Corporate Account dedicati al Business Travel in entrambi i suoi Uffici di Roma e Milano. Per quanto riguarda i servizi, la tradizionale ospitalità thailandese si riscontra sia a bordo che a terra, nell'assoluta cura al passeggero indipendentemente dalla classe di servizio. Thai Airways l'anno scorso ha ricevuto tre diversi riconoscimenti da Skytrax: *World's Best Economy Class*, *Best Onboard Economy Class Catering* per il secondo anno consecutivo e la Royal Orchid Spa dell'Aeroporto Suvarnabhumi di Bangkok è stata premiata per il quarto anno consecutivo come *World's Best Airline Spa*. Inoltre, l'aeromobile di ultimissima generazione con il quale operiamo dall'Italia: l'Airbus A350-900 che offre ai passeggeri una cabina ancora più silenziosa e con una migliore qualità dell'aria e della temperatura per favorire il riposo, poltrone ancora più larghe in tutte le classi di ser-

Thai rispecchia la tradizionale ospitalità thailandese sia a bordo che a terra





La Sky Lounge di
Chine Airlines.
A destra
Roberta Graziani,
marketing/pr manager
China Airlines Italia

vizio, collegamento Wi-Fi e una piattaforma di intrattenimento a bordo estremamente all'avanguardia.

China Airlines

China Airlines punta molto sul traffico business, soprattutto per alcune destinazioni servite comodamente da Roma – come Taipei (volo diretto non-stop), Hong Kong, Singapore, Corea o Giappone – dove, ci informa **Roberta Graziani, marketing/pr manager China Airlines Italia**, «raggiungiamo con un solo scalo quasi 10 città diverse e il nostro obiettivo è arrivare a coprire il 10% del traffico complessivo da Roma con passeggeri di business». Proprio per questo target la Compagnia ha elaborato una serie di servizi dedicati, capaci di soddisfare anche i viaggiatori di fascia media e con una ca-

Tap registra il 30% di traffico "corporate", con una crescita esponenziale nell'ultimo anno



pacità di spesa più contenuta. Il volo da Roma, ad esempio, è dotato anche di 32 poltrone di una classe intermedia, la Premium Economy, che risulta essere un buon compromesso tra la Business e l'Economy, in termini di rapporto qualità-prezzo. Per i passeggeri di Business, la Sky Lounge è un innovativo e lussuoso spazio di relax in volo, che si presenta come un ricchissimo Open Bar dei cieli, fruibile anche in modalità self service, che offre una selezione di libri, snack e bevande calde e fredde per tutta la durata del volo. «Abbiamo un vantaggioso programma fedeltà dedicato alle aziende e una pagina interattiva sul nostro sito web dove poter consultare tutti i servizi offerti dalle VIP Lounge nei vari aeroporti di scalo». Il programma di fidelizzazione Corporate Reward Program va ad unirsi ai vantaggi offerti a tutti i soci dell'Alleanza SkyTeam.

TAP

Le destinazioni TAP sono raggiungibili da Roma, Milano, Bologna, Venezia, Firenze e Napoli. Il vettore portoghese ha il maggior numero di voli tra l'Europa e il Brasile, 10 in totale, ed è l'unico a servire direttamente 4 destinazioni nel Nord-Est: Fortaleza, Natal, Recife e Salvador Da Bahia. Inoltre, sta potenziando i collegamenti per gli USA e da giugno ha attivato i voli per Chicago, San Francisco e Washington. Le 3 nuove destinazioni si aggiungono a New York (JFK e Newark), Boston e Miami già servite dall'Italia via Lisbona, oltre a Newark via Porto. Giunti a destinazione, il code share con JetBlue consente rapidi collegamenti verso oltre 50 città americane.

«TAP Air Portugal nasce compagnia aerea più orientata al traffico leisure, ma da quando siamo entrati nel network di Star Alliance, nel 2005, la tendenza si è inver-



tita», dichiara **Davide Calicchia, country sales manager Italy di TAP Air Portugal**, che precisa: «abbiamo investito molto nello sviluppo del segmento corporate, attraverso una collaborazione sempre più proficua con le agenzie TMC e anche sviluppando un tool specifico direttamente rivolto alle aziende: il TAP Corporate. Oggi, in Italia, il vettore registra circa il 30% di traffico “corporate”, con una crescita esponenziale nell’ultimo anno. La percentuale riferita al mercato italiano è in linea con i dati registrati a livello globale. Solo in Portogallo, ovviamente, la percentuale è più alta e raggiunge quasi il 45%. I nostri sforzi si stanno molto concentrando verso l’incremento del business travel e stiamo lavorando per aumentare la nostra visibilità in questo segmento, forti anche di un network che sta diventando sempre più interessante, e lo diventerà in prospettiva ancora di più, soprattutto per il Nord Atlantico e per il Brasile», conclude Calicchia.

Vettore lancio dell’A330-900neo con gli interni Airspace by Airbus, TAP ha di recente preso in consegna il primo dei quattordici A321LR ordinati, la flotta di A330neo e A321LR, fondamentali per i piani di espansione sul medio e lungo raggio, consentirà di beneficiare di nuovi incredibili standard di comfort: poltrone di ultima generazione, una suite completa di intrattenimento e connettività. Il vettore portoghese, membro di Star Alliance, offre inoltre una maggiore scelta dei pasti in business prenotandoli da 7 giorni fino a 24 ore prima della partenza. Tap Corporate, il programma di fidelizzazione, permette alle piccole e medie imprese di beneficiare di tanti vantaggi. L’iscrizione è gratuita e non prevede una soglia minima di acquisti per iscriversi. Inoltre, le Branded Fares consentono la massima flessibilità senza più vincoli legati ai tempi di permanenza (min/max stay) e sono acquistabili per le classi di servizio) anche in modalità one-way, offrendo un servizio più in linea con le proprie esigenze e a prezzi competitivi. Due le tipologie tariffarie pensate appositamente per la Business Class: l’Executive per chi non ha necessità di flessibilità e desidera comfort e un trattamento esclusivo; la Top Executive che consente la massima flessibilità per la prenotazione e

il rimborso. Per i passeggeri Business, a Lisbona, la Premium Lounge, al sesto piano dell’area Schenghen, offre servizi d’eccellenza e aree dedicate alle diverse esigenze e business center, area bar e ristorante e servizi esclusivi.

Air Transat

Club Class, disponibile sui voli diretti di Air Transat da Roma, Venezia, Lamezia per Toronto & Montréal, è la classe «Affari-Business» esclusiva, di 12 posti, con sedili molto spaziosi e reclinabili e intrattenimento personalizzato con vasta scelta di film», ci fa sapere **Tiziana Della Serra, sales & marketing director Air Transat Italy**. In aeroporto e a bordo il servizio Club Class prevede banchi dedicati al check-in, imbarco e ritiro prioritario dei bagagli, fast track per la sicurezza, disponibile solo dal Canada da Montréal; imbarco prioritario, 2 bagagli da 32 Kg, in stiva; 1 bagaglio a mano da 15 Kg, comfort kit; scelta di pasti dal menù del famoso chef del Québec Daniel Vézina, prenotabili anche prima della partenza; 2 membri dell’equipaggio dedicati al servizio e comfort dei passeggeri. «I servizi a bordo e in aeroporto e il comfort, uniti alle eccellenti tariffe hanno reso la Club Class di Air Transat molto popolare e richiesta. Un esempio di tariffa? Da Roma a Toronto Andata/Ritorno 8/30 giugno è di € 1.382,00 tasse incluse», precisa Della Serra.

Tiziana Della Serra,
sales & marketing
director Air Transat Italy

