

# Air Canada Italia in volo verso nuovi traguardi



Dopo aver chiuso l'anno finanziario 2015 con risultati da record, la Compagnia di Bandiera Canadese è pronta a raggiungere nuovi obiettivi di crescita

✦ Mario Masciullo

Per Air Canada Italia, gli ultimi tre anni sono stati un vero e proprio successo sia sotto il profilo operativo che sotto quello economico. Il riempimento degli aeromobili ha superato la media: dall'81,7% con punte di oltre il 95%. Dagli aeroporti di Milano Malpensa, Roma Fiumicino e Venezia sono partiti oltre 1.400 voli AC, trasportando 305 mila passeggeri da e per il Canada (più 11,5% rispetto all'anno precedente) con un reddito economico del 21% superiore al 2014.

Agenzie di viaggio e tour operators hanno aumentato il loro contributo nella misura del 16,7%, mentre le vendite via web sono cresciute dell'11% e le vendite dirette del 7%. Nei tre anni consecutivi di successo economico-operativo il dividendo di mercato in Italia del vettore canadese si è assestato a più 6,7%. I dati in crescita di AC Italia sono in piena sintonia con i successi di AC a livello globale. Le previsioni di fatturato per l'anno in corso della Compagnia sono con il segno + stimolate dalla maggiore disponibilità di posti: oltre 23.000 equivalente a +22 percento e la fre-

quenza voli +11% dai tre aeroporti verso Toronto e Montreal. Fino a ottobre 2016 i voli Venezia-Toronto avranno frequenze giornaliere e il Venezia Montreal tre frequenze settimanali. Anche Milano Malpensa disporrà di un volo giornaliero su Toronto con aeromobile A330 passando dalle 5 alle 7 frequenze settimanali. ■

## Novità su Roma Fiumicino: nuovi aeromobili e più collegamenti

Da marzo è in vigore una frequenza giornaliera per Toronto con Airbus 300 nella nuova configurazione delle 3 classi (Business, Premium ed Economy). Da metà giugno a metà ottobre entrerà in servizio il B777, la cui capienza è di oltre 400 posti. Da Marzo Air Canada serve inoltre il volo Roma Montreal con Airbus 300 nella nuova configurazione delle 3 classi con frequenza giornaliera rimpiazzando il servizio effettuato da Air Canada Rouge (la linea Smart della compagnia).

## Intervista al dg Air Canada Italia, Umberto Solimeno

Approdato ai vertici della Compagnia a dicembre 2012, Umberto Solimeno è anche Presidente di IBAR (Associazione dei vettori presenti in ITALIA), nonché membro Esecutivo del consiglio F.A.I.R.O e membro della sezione trasporti e turismo di Unindustria del Lazio. È inoltre relatore di spicco in convegni su temi del trasporto aereo e del turismo.

### Quali sono le strategie per mantenere e migliorare i livelli di carico passeggeri sopra riportati?

«Abbiamo lanciato una serie di iniziative rivolte agli agenti di viaggio, per esempio una super commissione del 6% che si aggiunge a quella di base per il periodo marzo/aprile, tariffe dedicate, ma anche educational e fam trip su destinazioni servite da Air Canada, come Stati Uniti e Cuba via Toronto e Montreal».

### Da quale dei tre aeroporti italiani origina il maggiore contributo?

«Senza alcun dubbio da Fiumicino, su cui abbiamo investito di più in Italia, crescendo sia in termini di frequenza (ben 14 alla settimana) che di capacità, con aerei sempre più grandi, non ultimi il 787 ed il B 777».

### Qual è la tipologia di traffico dai tre aeroporti?

«Da Milano origina il 65% di viaggiatori per affari, da Venezia il 15% e da Roma il 40%».

### In quale misura gli operativi di Delta, Meridiana e Tap sugli USA sono concorrenziali a Air Canada Italia?

«Direi che le tariffe di AC sono allineate a quelle dei vettori concorrenti».

### Air Transat con i suoi operativi 2016 dal sud Italia è ritenuto vettore concorrenziale?

«Assolutamente sì. Credo sia un punto di forza, ma raccoglie un traffico che, al momento, non ci interessa e che risponde al nome di etnico o VFR (visiting friend and relatives)».

### Quali iniziative sono in corso per mantenere il servizio AC al livello pianificato di crescita?

«Il nostro accordo con Trenitalia ci permette di intercettare un target di alto livello che cerca il servizio migliore sotto ogni aspetto, ristorazione compresa. Non per caso siamo l'unica compagnia 4 stelle (qua-



lificata da Skytrack) e, per 5 anni consecutivi, la migliore compagnia aerea del Nord America».

### Ci sono in programma iniziative speciali rivolte al business travel per fidelizzarli a AC?

«Abbiamo un programma frequent flyer molto interessante, con una offerta che prevede, insieme ai nostri partner, un ventaglio unico di servizi e collegamenti nel mondo. Per le TMC (Business Travel Agency), invece, abbiamo incentivi ad hoc e contratti in essere sia come Star Alliance che come Air Canada».

### Altre iniziative per attrarre l'attenzione di nuove fasce di mercato, esempio il Mice?

«Su questo fronte dobbiamo ancora sfruttare tutte le potenzialità, ma posso dire che, come richiesta di gruppi, nell'ultimo anno abbiamo raddoppiato il numero e l'evasione delle richieste pervenuteci».

### Con l'apertura ufficializzata di Cuba è previsto maggiore flusso di viaggiatori anche dall'Italia, ci sono iniziative di collaborazione con T/O italiani per inserire AC nei loro programmi turistici?

«Proprio quest'anno tre tour operator ci hanno richiesto di inserire Air Canada nei loro programmi turistici verso Cuba. Per la promozione sponsorizziamo ben due viaggi di familiarizzazione per agenti di viaggio effettuati in collaborazione con alcuni operatori che pianificano la destinazione».

