

Delta rafforza l'offerta dall'Italia

MARIELLA CATTANEO

MILANO - Delta rilancia sull'Atlantico e rafforza la capacità sulle rotte ItaliaUsa sia per l'estate sia in vista della winter 2014-15. «La maggiore concorrenza è uno stimolo in più» dice Patrizia Ribaga. A PAGINA 6 MILANO - Dalle conferme per l'estate agli investimenti sull'inverno. Dall'importanza della partnership con Alitalia - a prescindere da Etihad - allo stimolo alla concorrenza sempre maggiore. Delta Air Lines mantiene la posizione sull'Italia, come racconta Patrizia Ribaga, direttore commerciale per il nostro Paese. «L'estate si apre con la riconferma di tutto l'operativo, malgrado il periodo non brillante in termini di situazione economica globale. Operiamo dunque 53 voli alla settimana dall'Italia verso gli Usa: insieme ad Alitalia il numero dei voli sale a 105. L'andamento del booking è in linea con quello del 2013, ma a fronte di una maggiore capacità. Luglio registra un +1% e agosto un +3% rispetto all'anno scorso. Un segnale che ci rende ottimisti. Certo, adesso è forte l'impatto delle prenotazioni dagli Stati Uniti, ma ci attendiamo un aumento del booking dall'Italia tra metà luglio e metà agosto». Quanto è importante il mercato italiano? «L'Italia resta uno dei nostri mercati chiave nella regione Emea. Gli operativi estivi sono otto di cui sette giornalieri: da Milano per New York e Atlanta (quest'anno operato sino a fine agosto), da Venezia sempre per New York e Atlanta, da Roma per Atlanta, Detroit e New York (quest'ultimo come annunciato qualche settimana fa sarà operato sino alla fine di gennaio, anche se con 4 frequenze nel periodo invernale). Solo il Pisa-New York non è quotidiano, ma operato quattro volte alla settimana». Quanto si è sentita la presenza di altri competitor sulla Milano-Ny? «La concorrenza ci stimola. Ne è una riprova il fatto che sulla rotta dallo scorso 2 giugno voliamo con un Airbus invece del B767400 e lo manterremo anche con l'orario invernale -: ciò significa l'offerta di 53 posti in più in economy oltre alla poltronaletto completamente reclinabile in BusinessElite». La quota dei passeggeri bt quanto incide? «Ovviamente varia in base alle rotte e alla stagionalità. Certo è significativa sulla Milano-New York, soprattutto tra gennaio e marzo. Anche se chi viaggia per lavoro non lo fa sempre in classe business e devo dire che la nostra economy offre un comfort molto apprezzato. Proprio lo scorso marzo Delta è stata nominata "migliore compagnia aerea sul lungo raggio per i viaggiatori d'affari" dall' - un riconoscimento che premia la compagnia proprio in questo mercato». Quanti invece gli italiani in prosecuzione sul network Usa di Delta? «Delta offre un importante network di voli in coincidenza attraverso i nostri maggiori hub negli Stati Uniti - New York ed Atlanta. New York è di per sé una destinazione di primaria importanza sia per i viaggi leisure sia d'affari, ma offre anche oltre 60 ulteriori destinazioni in proseguimento; considerando le coincidenze via Atlanta, Delta vola verso oltre 200 destinazioni. Le più popolari raggiunte con voli in coincidenza includono Miami, Los Angeles, San Francisco, Chicago, Boston, Las Vegas, Washington; oltre il 55% del traffico Delta è risultato di voli in coincidenza attraverso i nostri hub negli Usa». Quali sono quindi le attese per l'intero 2014? «Le stime sono positive: già nel primo trimestre abbiamo registrato dati molto buoni, il miglior trimestre di sempre e contiamo di chiudere in utile anche il secondo. Abbiamo registrato un profitto lordo di 444 milioni di dollari - in aumento di 363 milioni rispetto all'anno scorso. Il nostro fatturato ha continuato a crescere, fino a registrare un +5% nel primo trimestre dell'anno». Una battuta sull'intesa Alitalia-Etihad? «Posso solo dire che Alitalia è e resta per Delta un partner importante, siamo in joint venture dal 2010, noi abbiamo il nostro codice sui loro voli e viceversa. Lavoriamo bene insieme e continueremo a farlo».