

Vademecum degli accorgimenti che consentono di contenere le spese di viaggio COSÌ IL BIGLIETTO È PIÙ LEGGERO

Dai fornitori preferenziali alle tariffe con restrizioni

PAGINA A CURA
DI RICCARDO MARTUCCI

Un consistente risparmio sui costi per le aziende che fanno spesso ricorso agli spostamenti aerei per viaggi d'affari. In cinque mosse. Per poterlo conseguire è necessario infatti osservare cinque semplici accorgimenti. A segnalarlo è la società **Carlson Wagonlit** Travel, tra le prime al mondo tra le travel management company, che ha messo a fuoco il problema dando questa risposta. I suggerimenti comprendono la prenotazione anticipata dei viaggi aerei, l'utilizzo di tariffe aeree restrittive, il ricorso a fornitori preferenziali, comfort dei viaggiatori (classe di servizio del volo/categoria dell'hotel) e ricorso a canali di prenotazione anch'essi preferenziali. Nel dettaglio, la ricerca ha fatto emergere per esempio che il miglioramento della travel policy consente di smussare le spese fino all'8%, mentre l'adozione di best practice relative alla trasparenza sul costo permette di ottenere ulteriori risparmi assai significativi, che nei casi migliori si spingono al 12%. Ma ecco la mappa dei risparmi ottenibili.

Prenotazioni in anticipo. Il booking anticipato consente di accedere a tariffe sensibilmente più basse. Il prezzo d'emissione è inversamente proporzionale al tempo che separa dal giorno in cui il volo è fissato. Il prezzo medio del biglietto si può ridurre pertanto della metà, con differenze significative soprattutto in classe economica e su tratte dove la concorrenza è maggiore. Le aziende si limitano spesso a raccomandare, invece di imporre, la prenotazione anticipata nelle proprie travel policy, evitando di imporre una tempistica chiara e vincolante. Si consideri però che bastano 14 giorni d'anticipo per

realizzare risparmi davvero notevoli.

Secondo quanto spiega Kevin Mitchell, il fondatore della Business Travel Coalition, una associazione che cura gli interessi di chi si sposta per lavoro, «i passeggeri che viaggiano per affari rappresentano una categoria chiave per gli utili delle compagnie. Il 75% di loro appartiene però a società medio-piccole, particolarmente sensibili agli aumenti del prezzo dei biglietti aerei. Anche per questo c'è stato un sensibile calo della domanda».

Tariffe aeree blindate. Le tariffe che presentano delle restrizioni, in genere, consentono maggiori risparmi rispetto alle altre classi tariffarie, in particolare per i voli a corto raggio e in classe economica, dove il risparmio può superare anche il 60% rispetto alle tariffe flessibili negoziate. Certo, in caso di modifica o cancellazione del biglietto, intervengono le penali. Tuttavia l'adozione di tariffe restrittive in media consente alle aziende di risparmiare. La ragione è che le aziende modificano o cancellano solo una quota di biglietti che va dal 20 al 35% del totale. Al momento però solo il 4% delle aziende ha deciso di adottare una policy travel che, attualmente, solo il 4% che impone la scelta di tariffe restrittive anche quando il programma di viaggio può variare in corso d'opera.

Fornitori preferenziali. Un'altra delle particolarità emerse dallo studio di Cwt è che le aziende in media risparmiano il 23% del costo scegliendo vettori preferenziali. E tra il 5 e il 14% pernottando in strutture alberghiere convenzionate, in funzione della categoria dell'hotel. Tra l'altro ricorrere costantemente all'utilizzo di vettori preferenziali è più efficace in termini di costi che richiedere volta per

volta ai viaggiatori di prenotare la tariffa più bassa disponibile, indipendentemente dal vettore. La ragione è che le aziende che privilegiano sempre e comunque le tariffe più basse generalmente riescono a generare minori volumi e quindi sono meno in grado di strappare condizioni favorevoli in sede di negoziazione con i vettori: in pratica non riescono a raggiungere le soglie richieste per ottenere sconti addizionali basati sui volumi. «Il problema per le aziende è riuscire a individuare al loro interno le aree e i centri di costo su cui intervenire in una logica di ottimizzazione», spiega **Filamore** di Brainforce, società di software che ne ha elaborato alcuni che permettono di monitorare i processi organizzativi e coglierne i punti deboli.

I comfort di chi viaggia. In genere, le aziende impongono regole per la scelta della classe di servizio del volo o della categoria dell'hotel, determinando in origine una durata minima del volo (in media sei ore) per consentire il ricorso alla business class. Per quanto riguarda gli hotel preferenziali, la scelta della categoria è implicita. Siccome tuttavia la variabilità su quest'area è assai elevata, minimi miglioramenti possono avere un forte impatto sui costi. E sul grado di soddisfazione dei manager.

In albergo con la company. Per via dei volumi che sono in grado di generare, effettuare le prenotazioni tramite una travel management company comporta benefici tangibili. Sulla base di un benchmark creato da Cwt, le tariffe alberghiere prenotate per i clienti sono in media inferiori del 20% rispetto a quelle che si possono ottenere prenotando attraverso canali diversi. Per esempio, contattando direttamente l'hotel o utilizzando un sito per le prenotazioni.

Salve le miglia cumulate con Alitalia e AirOne

I punti delle mitiche MilleMiglia Alitalia e quelli del piano Miles & More accumulati volando con AirOne sono al sicuro. Quando, dal 1° novembre, decolleranno i primi voli della Nuova Alitalia privatizzata, le precedenti tessere continueranno ad avere validità e a consentire di ottenere voli gratuiti o scontati. Nel piano Fenice che descriveva il lancio della nuova compagnia si faceva riferimento al piano di fidelizzazione Alitalia, garantendo che la newco Cai si sarebbe fatta carico del fondo relativo ai premi MilleMiglia, trattandosi di obblighi contratti con i viaggiatori e dunque debiti contabilizzati nello stato patrimoniale di Alitalia. Sono circa 3 milioni gli attuali iscritti al MilleMiglia rispetto ai 24,5 milioni di passeggeri che Alitalia ha ospitato sui suoi aerei nel corso del 2007.

I frequent flyers di AirOne invece hanno accumulato punti nell'ambito del piano Miles & More, che fa capo a Lufthansa. Si tratta di circa 800 mila passeggeri sui 7,5 milioni registrati l'anno scorso. E mentre con le Miglia Alitalia si può accedere ai

servizi offerti dai dieci partner dell'alleanza Skyteam, tra cui Air France-Klm, Continental, Delta, Aeroflot, con le Miles & More si accede al circuito rivale, che comprende un'altra ventina di compagnie tra cui United Airlines, Us Airways, Swiss, Sas. In entrambi i casi, comunque, gli iscritti dovrebbero poter contare, oltre che sui punti accumulati fin qui, anche sul proseguimento del piano. Nel caso delle tessere AirOne la validità è certa quanto meno sul circuito di cui fa parte Lufthansa. Nel caso delle MilleMiglia, ciò che potrebbe cambiare sono però le condizioni, per esempio per quanto riguarda il sistema di calcolo

lo delle miglia, le convenzioni con le catene di alberghi e con i tour operator. Del resto i programmi di fidelizzazione della clientela rappresentano

un'arma commerciale insostituibile per la maggior parte delle compagnie aeree nel mondo e anche la Nuova Alitalia non potrà farne i conti.



Il comfort piace sempre. E a volte diventa lusso

Puntualità nei voli, comfort durante il viaggio e facilità nell'effettuare il check-in on-line. Sono questi i servizi più richiesti dai viaggiatori nel segmento business, ancora il più richiesto per i viaggi aziendali. Una buona notizia per le compagnie, che trovano nella business class una delle maggiori fonti di profitto. «Nell'ambito del turismo aziendale, soprattutto nei voli intercontinentali», dice Mario Mazzei, responsabile marketing di Uvet American Express, una delle principali società di business travel in Italia, «resiste una forte attenzione nei servizi di qualità destinati agli ospiti delle aziende, come le sistemazioni in hotel di lusso e servizi culturali durante la permanenza». E dal momento che questo segmento si segnala tra i più redditizi, «in futuro le compagnie punteranno sempre più sui viaggiatori top con offerte personalizzate», osserva Roberto Bacchi, ad di Carlson Wagonlit Travel.

Alcune compagnie aeree hanno già studiato pacchetti viaggio che coccolano il cliente con soluzioni esclusive. Tra queste Emirates, il vettore degli Emirati Arabi Uniti, e la Virgin Airlines, del ricco imprenditore inglese Richard Branson. La società britannica Skytrax ha selezionato le dieci migliori business class nel mondo sulla base di parametri che comprendono anche intrattenimento, catering

e cortesia dello staff. Ambiti nei quali primeggiano le compagnie orientali, tutte collocate nelle prime dieci posizioni della speciale graduatoria. La classe business di Singapore Airlines, che vanta i sedili più larghi al mondo (87 centimetri) e un'ampia gamma di intrattenimenti a richiesta, tra cui il programma interattivo linguistico Berlitz World Traveler, è stata valutata la migliore. Il massimo del lusso però lo si trova nelle suite progettate per l'Airbus A380 dal francese Jean-Jacques Coste, armatore di yacht da mille e una notte. Ogni camera dispone di una lussuosa dormeuse della collezione Poltrona Frau, un grande tavolo regolabile e uno schermo lcd da 23 pollici appeso alla parete.

Tra le compagnie asiatiche che svettano nella classifica di Skytrax c'è anche Cathay, che sfoggia una cucina di alto livello, con quattro menu principali e altri 20 speciali (su richiesta, prima di salire a bordo) preparati in osservanza alle prescrizioni delle varie fedi religiose. Invece tra un anno, nell'aeroporto di Helsinki, la compagnia finlandese Finnair aprirà accanto alla lounge una sezione dedicata al wellness, dove tra un volo e l'altro i viaggiatori potranno rilassarsi nella sauna con vista sulla pista di atterraggio, oppure curare mente e corpo con un bagno nell'acqua ricca di minerali.

Chi perde più bagagli negli Usa

Lo smarrimento del bagaglio è un problema che assilla i passeggeri in ogni aeroporto del mondo. Al punto che negli Stati Uniti ogni mese il dipartimento dei trasporti comunica statistiche aggiornate sul fenomeno. Il dato più sorprendente che emerge da queste indagini è che negli ultimi dieci anni le tre più grandi linee aeree americane, cioè United Airlines, American Airlines e Delta Airlines, sono quelle che hanno smarrito il maggior numero di bagagli. Così, tra il 1998 e il 2007 la United ha superato del 29% il numero di bagagli perduti o non arrivati assieme al relativo proprietario la concorrente Continental, che invece risulta essere quella che ha offerto il miglior servizio.

Complessivamente nell'ultimo decennio 23 milioni di passeggeri dei voli interni delle grandi linee aeree degli Stati Uniti sono rimasti vittime di questo spiacevole inconveniente. Nel mese di luglio però la situazione è migliorata del 35%: i passeggeri americani hanno registrato 1 milione di bagagli smarriti in meno rispetto allo stesso mese del 2007.

Ciò che si lamenta da parte degli utenti è che in alcuni casi anche grandi linee come la American hanno tralasciato di adottare le nuove tecnologie, come quella dello speciale codice a barre che, quantomeno, assicura l'imbarco sull'aereo giusto. Negli Stati Uniti la perdita della valigia rappresenta un disagio ancora maggiore che in Europa, perché di norma le compagnie non restituiscono il denaro versato per il trasporto del bagaglio anche quest'ultimo questo non arrivi contemporaneamente al proprietario.

