

Les companyies de vols barats busquen nous horitzons comercials. La nova proposta són els vols gratuïts. Els beneficis vindrien dels casinos a bord, l'ús dels telèfons mòbils i altres vendes addicionals o la publicitat. Reeixirà?



Les companyies aèries de vols barats estudien la possibilitat de passar del *low cost* al *no cost*. És a dir, en uns pocs anys, gairebé tots els passatgers podrien volar de franc, amb l'excepció de les taxes aeroportuàries. Això és el que es plantejgen moltes companyies per tal d'incrementar la seua xifra de passatgers. Per tal de fer-ho s'han llançat a la recerca de noves idees. Dos exemples: casinos *on line* a bord i la possibilitat de parlar pel telèfon mòbil durant el vol.

Als darrers mesos la companyia irlandesa Ryanair havia declarat que aquestes dues propostes podrien garantir en uns anys vols gratuïts per a tots els seus clients. Els diners que Ryanair deixaria d'ingressar per la venda de bitllets, els

rebrria dels acords amb llocs web que gestionen casinos a la xarxa o de l'extra que els viatgers haurien de pagar en cas que volgueren parlar per telèfon durant el vol.

D'aquesta manera, el vols *no cost* semblen factibles. Però és realment així? Caldria primerament analitzar els gustos dels viatgers *low cost*. La mateixa Ryanair, de fet, ja havia engegat un sistema d'entreteniment per pagament, però la iniciativa no va tenir l'èxit esperat i ha estat retirada: La companyia irlandesa esperava que almenys el 25% dels seus 35 milions de passatgers anuals pagaren per aquests serveis, però només el 7% els ha utilitzat. Molts dubten que els casinos i els mòbils siguin la via correcta d'eliminar el preu

del bitllet. Els qui volen *low cost* no estan interessats a gastar altres diners a bord. A més, les línies *low cost* cobreixen trajectes breus i els passatgers no senten la necessitat d'entretenir-se per un parell d'hores de vol: els únics que podrien estar diposats a gastar-se alguns diners per telefonar són els clients que pertanyen al món dels negocis. El problema, però, és que moltes empreses, principalment les més grans, no compren bitllets *low cost* per als seus mateixos executius per política interna.

La clau: costos baixos. Però les companyies de vols barats no s'han aturat en les idees dels casinos o els telèfons mòbils. Les vendes accessorïes han representat per a la companyia ir-

landesa el 16% de la seua facturació el 2005, és a dir 271 milions d'euros. El primer trimestre d'enguany han crescut un 31%. Números que es troben dintre la tendència i que són similars als dels d'un dels principals rivals de Ryanair: Easyjet.

La companyia londinenca Easyjet va registrar el 2005 un increment dels beneficis del 17% respecte a l'any anterior. Els guanys han arribat d'activitats que van de la venda a bord de begudes als acords internacionals amb societats que ofereixen el lloguer de cotxes, allotjament o assegurances i que compren espais publicitaris a la seua pàgina web.

Per la seua banda, Ryanair reïx a mantenir les tarifes baixes perquè tota la seua política es basa en la reducció de costos. Per exemple compren un únic model d'aeronau –així mantenen baixos els costos de manutenció; no tenen despeses d'allotjament perquè tots els membres de la tripulació tornen a la base de nit; els costos de distribució són baixos perquè el 98% dels seus clients compra bitllets via Internet i les vendes accessòries són molt importants.

Altres propostes. Els camins cap al *no cost* no s'exhaureixen ací. Hi ha una altra via per incrementar els guanys sense apujar els preus, encara que no massa "legal": els no reembossaments de les taxes aeroportuàries. Diverses companyies rebutgen restituir les taxes en cas que els avions no s'enlairen i ingressen directament aquests diners. Encara que la llei obliga a tornar els

La no devolució de les tarifes per vols cancel·lats reporta un increment dels guanys

diners al client si es cancel·len els vols, molts passatgers no ho saben, o hi renuncien perquè en la major part dels casos cal adreçar-se a oficines que es troben a l'estranger, o amb les quals de vegades costa contactar.

El paper dels aeroports petits.

Per arribar als vols gratuïts, doncs, les entrades sempre majors podrien ser els incentius que els aeroports petits o secundaris garantiren a les empreses *low cost* per augmentar el seu volum de negoci. Es el cas, per exemple, de Ciampino, el segon aeroport de Roma. Aquest ofereix 2,8 euros per cada passatger que partisca en els primers sis vols a les companyies que asseguren almenys quinze vols el dia, 4,2 euros del setè al dotzè vol i 5 euros del tretzè al quinzè.

Els incentius per operar en aeroports petits ajudarien a oferir vols gratuïts

El petroli fa por

En 21 anys d'activitat Ryanair ha transportat 150 milions de passatgers arreu d'Europa. En aquests dies la companyia irlandesa celebra la fita oferint diverses promocions però sobretot amb un trimestre encoratjador. Respecte a l'any passat els passatgers han augmentat un 25% fins arribar a 10,7 milions d'usuaris. El benefici net ha pujat fins als 115,7 milions i s'ha registrat un realçament del 80% (el darrer any hi hagué uns guanys 64,4 milions). Tanmateix aquests números (facturat el trimestre: 566,6 milions, més del 40% respecte a fa dotze mesos), la *low cost* irlandesa (que ha ordenat deu nous Boeing 737-800) tem que en cabar l'any fiscal els comptes puguen acabar en roig a causa de l'encariment del combustible.

No és poc si pensem que, per exemple, Easyjet, d'acord amb les reserves rebudes per l'estiu, farà partir de Ciampino (principals destinacions: Londres, París i Berlín) 316.000 passatgers.

Tant Ryanair com Easyjet operen a aeroports del nostre país (els irlandesos ho fan a València, Reus, Girona, Perpinyà i l'Alguer, mentre que la companyia anglesa treballa a Alacant, València i a Balears, a més de Barcelona), de manera que caldria analitzar quin seria el volum de negoci a casa nostra.

Borja Català



26a FIRADETEATRE
alCARRERTÀRREGA
del7al10deSETEMBREde2006

firatarregi.com 972 58 020
fira de teatre
AL CARRER TÀRREGA
iCat fm
SanMiquel
ENTRADA
092 70 71 72
MONTAÑA
CASA CATALUNYA