

LA DISTRIBUZIONE DEI SERVIZI DI TURISMO



L'evoluzione del modello: la crisi delle aerolinee

L'Airline Deregulation Act è stato solo il primo passo nella liberalizzazione del mercato aereo

Esso garantiva completa libertà d'azione alle aerolinee nel mercato interno (USA), ma tutti gli altri mercati internazionali e intercontinentali erano ancora “protetti” dagli accordi bilaterali:

Accordi tra Nazioni e le relative “Compagnie di Bandiera” che stabilivano:

- ✓ Quantità di voli offerti da ciascuna Compagnia
- ✓ Prezzi

Ed, in alcuni casi, potevano prevedere lo “share” degli utili tra le Compagnie

LA DISTRIBUZIONE DEI SERVIZI DI TURISMO



L'evoluzione del modello: la crisi delle aerolinee

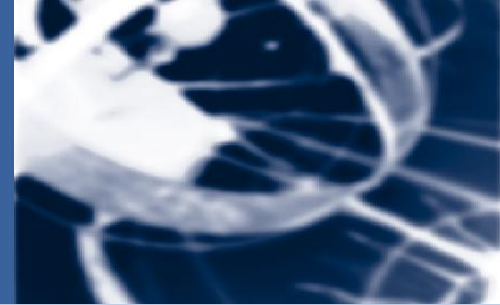
Intorno alla metà degli anni '90, la spinta alla libera concorrenza ed ai mercati aperti hanno creato le condizioni per la nascita di accordi di

OPEN SKY

Per illustrare il concetto di “open sky” bisogna partire da:

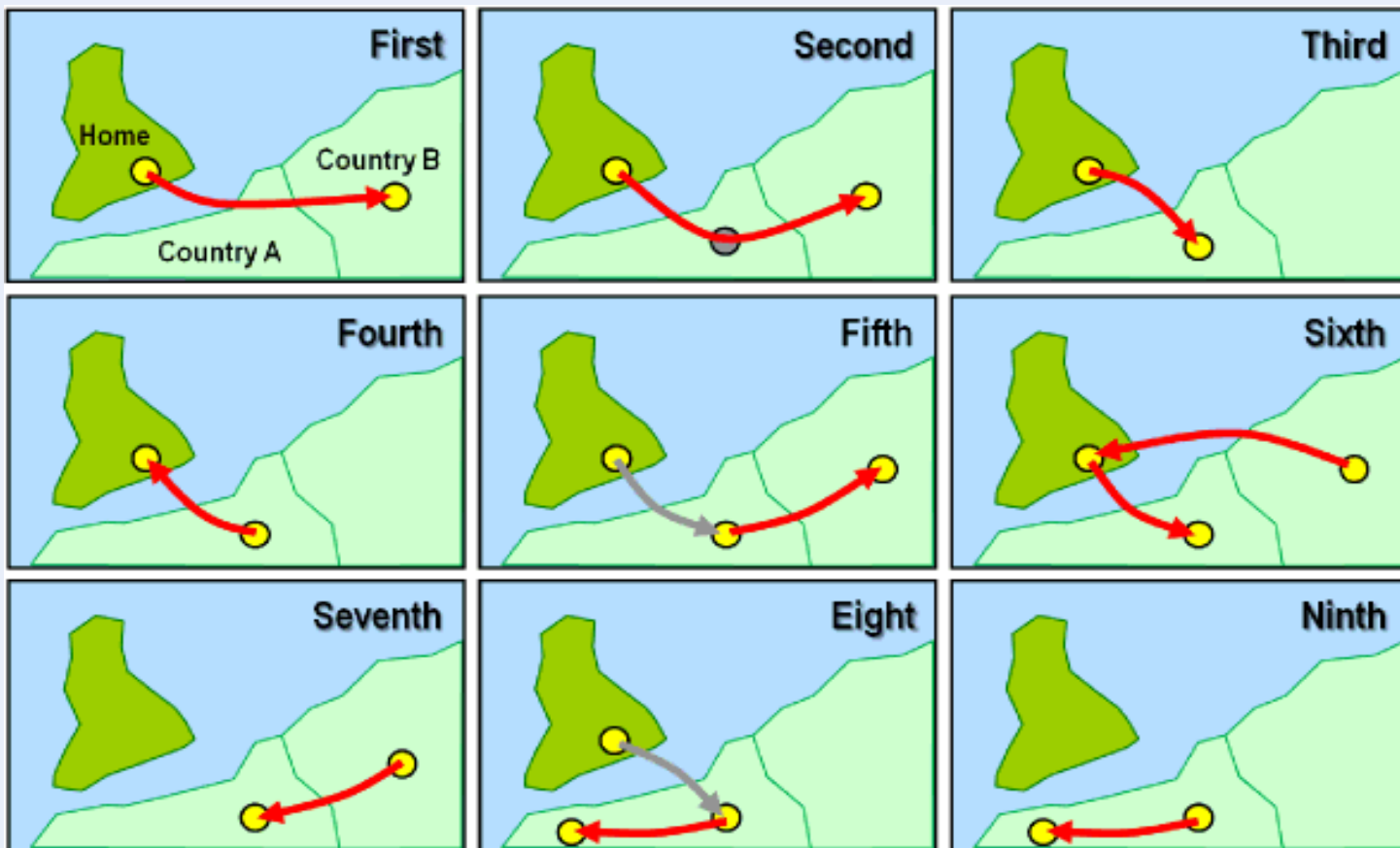
- **Convenzione di Parigi (1919):** deliberava la piena ed esclusiva sovranità di ogni Stato sullo spazio aereo sovrastante il proprio territorio.
- **Convenzione di Chicago** che nel 1944 definì le “libertà dell’aria”

LA DISTRIBUZIONE DEI SERVIZI DI TURISMO



L'evoluzione del modello: la crisi delle aerolinee

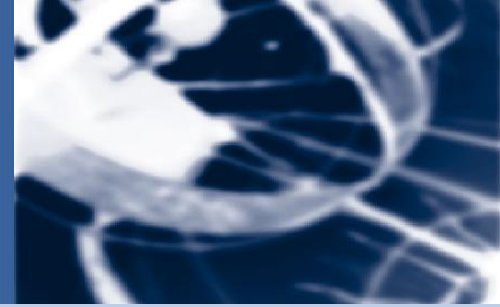
Le nove libertà dell'aria:



(Convenzione di Chicago 1944)

Ing. Ferdinando Dandini de Sylva

LA DISTRIBUZIONE DEI SERVIZI DI TURISMO



L'evoluzione del modello: la crisi delle aerolinee

Le nove libertà dell'aria:



1. Libertà di sorvolo:

Per raggiungere la mia destinazione (B) posso sorvolare un'altra nazione (A)

LA DISTRIBUZIONE DEI SERVIZI DI TURISMO



L'evoluzione del modello: la crisi delle aerolinee

Le nove libertà dell'aria:



2. Libertà di scalo per scopi non commerciali:

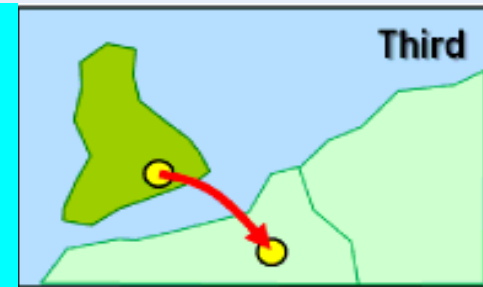
Per raggiungere la mia destinazione (B) posso atterrare in un'altra nazione (A) per fare carburante, operazioni tecniche, etc

LA DISTRIBUZIONE DEI SERVIZI DI TURISMO



L'evoluzione del modello: la crisi delle aerolinee

Le nove libertà dell'aria:



3. Libertà di sbarco:

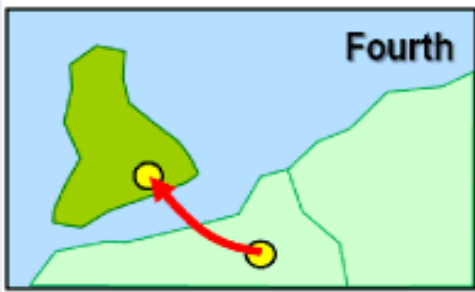
Posso sbarcare passeggeri e merci provenienti dalla mia nazione

LA DISTRIBUZIONE DEI SERVIZI DI TURISMO



L'evoluzione del modello: la crisi delle aerolinee

Le nove libertà dell'aria:



4. Libertà di imbarco:

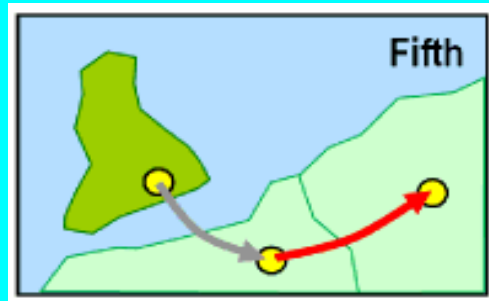
Posso imbarcare passeggeri e merci per raggiungere la mia nazione

LA DISTRIBUZIONE DEI SERVIZI DI TURISMO



L'evoluzione del modello: la crisi delle aerolinee

Le nove libertà dell'aria:



5. Libertà di imbarcare e sbarcare passeggeri e merci in stati intermedi:

LA DISTRIBUZIONE DEI SERVIZI DI TURISMO

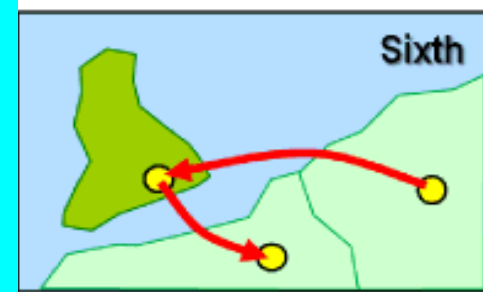


L'evoluzione del modello: la crisi delle aerolinee

Le nove libertà dell'aria:

6. Libertà di hub:

Posso imbarcare passeggeri e merci nella nazione (A) per trasportarli nella nazione (B) facendo scalo nella mia nazione



LA DISTRIBUZIONE DEI SERVIZI DI TURISMO



► L'evoluzione del modello: la crisi delle aerolinee

Le nove libertà dell'aria:

7. Libertà di operare tra due nazioni diverse dalla mia:



LA DISTRIBUZIONE DEI SERVIZI DI TURISMO

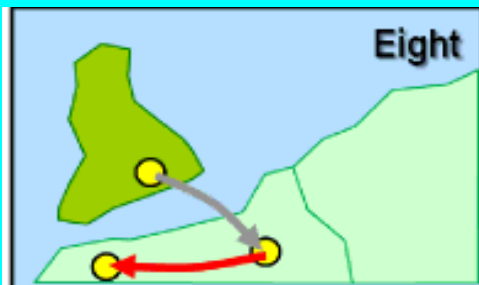


► L'evoluzione del modello: la crisi delle aerolinee

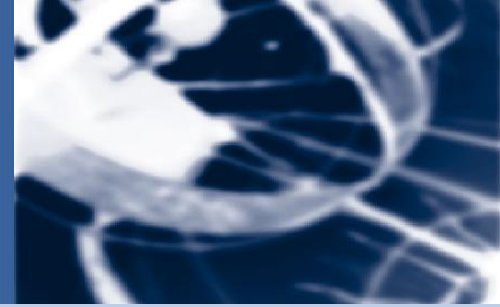
Le nove libertà dell'aria:

8. Libertà di cabotaggio:

Posso trasportare passeggeri e merci dalla mia nazione all'altra, facendo scali commerciali intermedi



LA DISTRIBUZIONE DEI SERVIZI DI TURISMO



L'evoluzione del modello: la crisi delle aerolinee

Le nove libertà dell'aria:

9. Libertà di cabotaggio totale:

Posso esercire tratte interne in altre nazioni

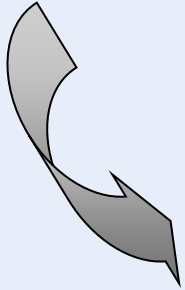


LA DISTRIBUZIONE DEI SERVIZI DI TURISMO



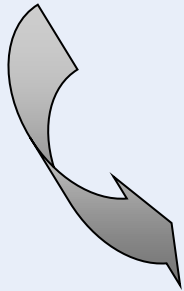
L'evoluzione del modello: la crisi delle aerolinee

Gli accordi bilaterali - tra nazioni - garantivano l'utilizzo delle prime quattro libertà alle "compagnie di bandiera"



Non permettevano la nascita di una vera concorrenza

Gli accordi "Open Sky", permettendo l'utilizzo delle restanti 5 libertà



Danno il colpo finale al protezionismo nel mercato del trasporto aereo

LA DISTRIBUZIONE DEI SERVIZI DI TURISMO



L'evoluzione del modello: la crisi delle aerolinee

La Comunità Europea ha seguito la deregulation attuata negli USA con maggior controllo centrale

Ha stabilito un percorso graduale di liberalizzazione:

- | | |
|-----------------------------|--|
| 1° fase (1988-1990) | Prima liberalizzazione delle tariffe |
| 2° fase (1990-1992) | Completa liberalizzazione delle tariffe e liberalizzazione della 3° libertà |
| 3° fase (1992- 1997) | Omogeneizzazione delle licenze di trasporto aereo e completa liberalizzazione |

LA DISTRIBUZIONE DEI SERVIZI DI TURISMO



► L'evoluzione del modello: la crisi delle aerolinee

Gli accordi di open sky sono oggi in vigore tra le nazioni della UE e, sulla base di accordi bilaterali, tra coppie di nazioni;

Tra Unione Europea e Stati Uniti è stato firmato un accordo “open sky” nel Marzo del 2007, tale accordo, ratificato dal congresso USA e da tutti gli stati membri della UE, è entrato in vigore il 30 Marzo 2008

Permette ad ogni vettore di operare liberamente, cioè senza vincoli di frequenza, capacità offerta e tariffe, tra le due sponde dell'Atlantico, che oggi è (per valore) il primo mercato mondiale, coprendo, da solo, il 15% del mercato totale del trasporto aereo

LA DISTRIBUZIONE DEI SERVIZI DI TURISMO



► L'evoluzione del modello: la crisi delle aerolinee

La spinta alla liberalizzazione ed ai mercati aperti ha:

- ✓ Aumentato l'offerta
- ✓ Abbassato i prezzi

CREATO NUOVO MERCATO



LA DISTRIBUZIONE DEI SERVIZI DI TURISMO

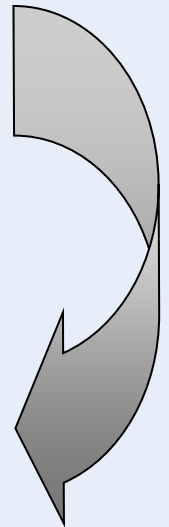


► L'evoluzione del modello: la crisi delle aerolinee

Cosa è stato sacrificato sull'altare del Mercato?

YIELD

**RICAVO MEDIO PER UNITA' DI SERVIZIO
VENDUTA**



LA DISTRIBUZIONE DEI SERVIZI DI TURISMO



L'evoluzione del modello: la crisi delle aerolinee

YIELD

Un cinema vende per uno spettacolo:

30	Biglietti interi	10 Eu/cad		300 Eu
10	Biglietti ridotti	7 Eu/cad		70 Eu
5	Biglietti per anziani	5 Eu/cad		25 Eu

Ricavo totale = 395 Eu

Biglietti venduti = 45

Yield = 8,78 Eu

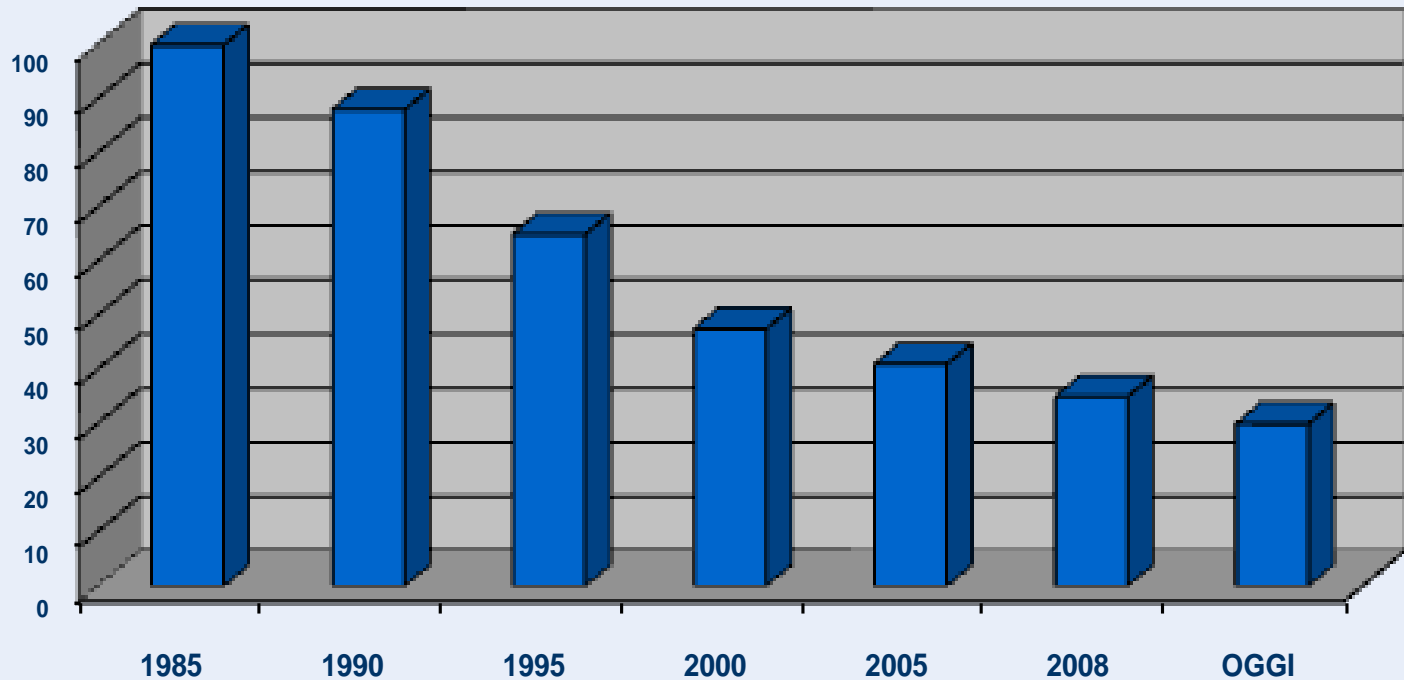
$395 : 45$

LA DISTRIBUZIONE DEI SERVIZI DI TURISMO



L'evoluzione del modello: la crisi delle aerolinee

EVOLUZIONE YIELD REALE



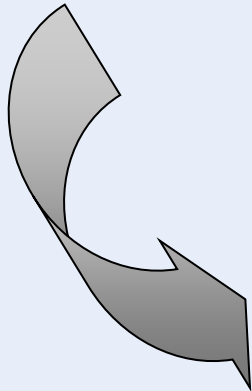
LA DISTRIBUZIONE DEI SERVIZI DI TURISMO



► L'evoluzione del modello: la crisi delle aerolinee

La “guerra dei prezzi” ha avuto conseguenze distruttive sui bilanci delle Compagnie Aeree

Le aerolinee, abituate, fino a quel momento, ad operare in un regime di monopolio nelle tratte interne e con prezzi di cartello sulle tratte internazionali, si sono trovate a combattere una battaglia di sopravvivenza che in molti casi è stata al di sopra delle loro forze



Fallimenti di Brand storici:

USA: PAN AM, TWA

Europa: Sabena, Swissair

LA DISTRIBUZIONE DEI SERVIZI DI TURISMO



L'evoluzione del modello: la crisi delle aerolinee

La strategia da applicare era chiara:

- ✓ **Ridurre drasticamente i costi**
- ✓ **Frenare la diminuzione del Revenue conseguente alla riduzione dello Yield**

LA DISTRIBUZIONE DEI SERVIZI DI TURISMO



L'evoluzione del modello: la crisi delle aerolinee

✓ Ridurre drasticamente i costi

I COSTI DI DISTRIBUZIONE



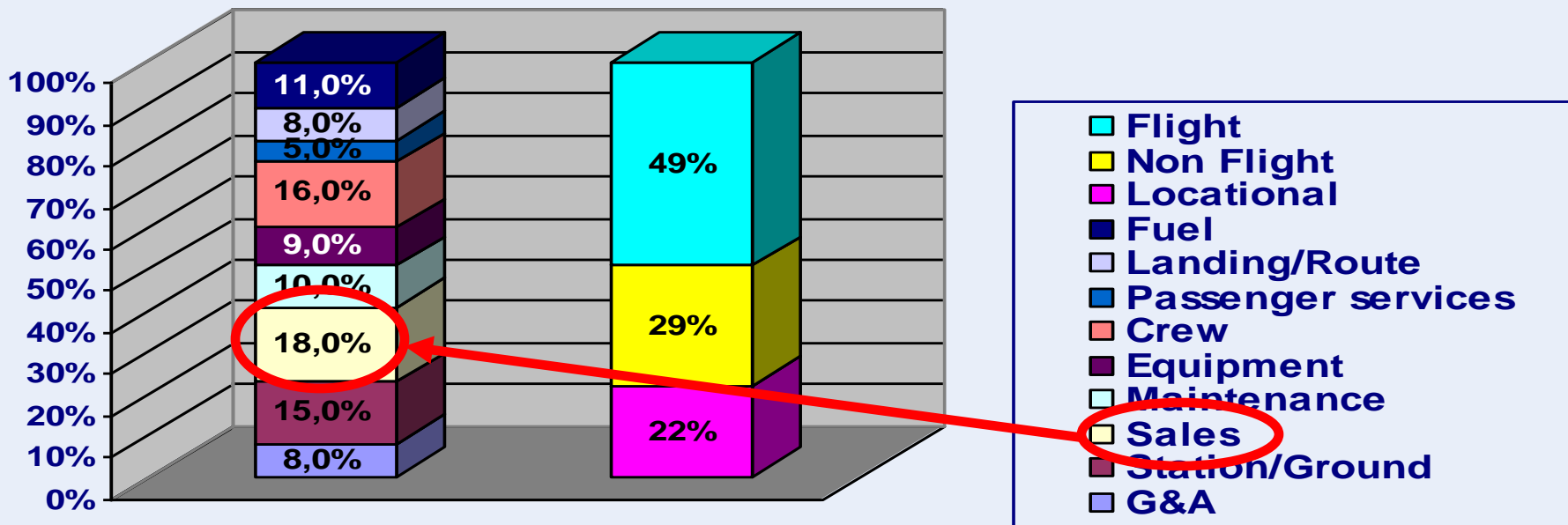
LA DISTRIBUZIONE DEI SERVIZI DI TURISMO



L'evoluzione del modello: la crisi delle aerolinee

La “guerra dei prezzi” ha avuto pesanti conseguenze sulla catena di distribuzione

SUDDIVISIONE PERCENTUALE DEI COSTI AEROLINEA



LA DISTRIBUZIONE DEI SERVIZI DI TURISMO



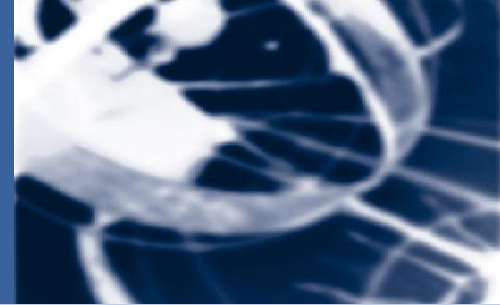
▶ L'evoluzione del modello: la crisi delle aerolinee

La riduzione dei costi di distribuzione è quindi diventato uno dei must per le Aerolinee

A chi andavano i costi di distribuzione?

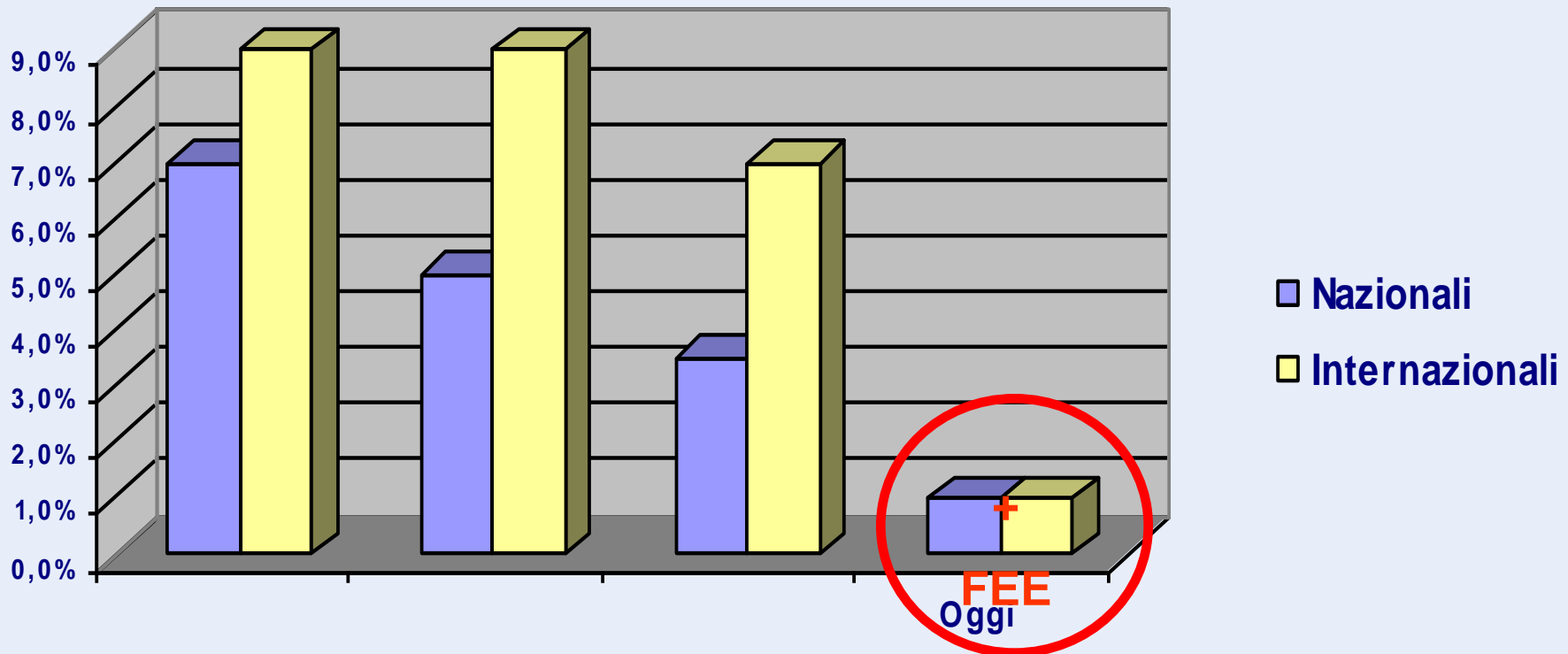
- ✓ **70% Alle Agenzie di Viaggi**
- ✓ **30% Ai GDS**

LA DISTRIBUZIONE DEI SERVIZI DI TURISMO



L'evoluzione del modello: la crisi delle aerolinee

EVOLUZIONE DELLE PROVVISIoni ALLE AGENZIE DI VIAGGI



LA DISTRIBUZIONE DEI SERVIZI DI TURISMO



► L'evoluzione del modello: la crisi delle aerolinee

L'aumento delle vendite dirette sembrava ancor più promettente:

Con una sola azione si sarebbero tagliati sia i costi dei GDS che le provvigioni delle Agenzie di Viaggi

E l'obiettivo sembrava a portata di mano il:

18% Delle prenotazioni veniva effettuato direttamente presso la compagnia (Alitalia)

8% Generava biglietti direttamente presso la Compagnia

LA DISTRIBUZIONE DEI SERVIZI DI TURISMO



L'evoluzione del modello: la crisi delle aerolinee

Come raggiungerlo?

Attraverso investimenti:

- ✓ **In Tecnologia** **Sito internet di Compagnia, E-Ticketing**
- ✓ **In Strutture** **Call Center**
- ✓ **In Marketing** **Web Fares, Frequent Flyer Program**

LA DISTRIBUZIONE DEI SERVIZI DI TURISMO



L'evoluzione del modello: la crisi delle aerolinee

Se il sito internet di compagnia non attirava a sufficienza...

Per seguire l'evoluzione delle abitudini d'acquisto della clientela, mettendo a disposizione del mercato un'offerta più ampia su internet, alcune Compagnie si consorziarono per lanciare Portali di Viaggi:

- ✓ **ORBITZ** **American Airlines, United, Delta, Continental e Northwest**

- ✓ **OPODO** **British, Alitalia, Air France, Iberia, KLM, Lufthansa, Austrian e Finnair**

LA DISTRIBUZIONE DEI SERVIZI DI TURISMO



L'evoluzione del modello: la crisi delle aerolinee

La strategia era chiara:

- ✓ **I portali contribuivano a “riallacciate” le relazioni dirette con il cliente finale, aumentando la possibilità di fidelizzarlo**
- ✓ **Permettevano un risparmio ”saltando” le Agenzie di Viaggi**
- ✓ **Permettevano di contrattare con il GDS costi più bassi di intermediazione**

LA DISTRIBUZIONE DEI SERVIZI DI TURISMO



► L'evoluzione del modello: la crisi delle aerolinee

I risultati ottenuti:

Il “sales cost” è passato dal 18% a poco più del 13%

LA DISTRIBUZIONE DEI SERVIZI DI TURISMO



▶ L'evoluzione del modello: la crisi delle aerolinee

✓ Frenare la riduzione del Revenue

IL REVENUE MANAGEMENT

