

Comunicato Stampa

Estate 2004: Alitalia punta sull'intercontinentale

- Crescita dell'offerta sull'intero network Alitalia +15%
- Sviluppo dell'offerta sui voli di lungo raggio +34%
- Entrata in servizio nella flotta di 12 nuovi aerei
- Apertura di 12 nuove destinazioni
- Puntualità in partenza superiore al 75% e in arrivo al 71%
- +16% regolarità nella riconsegna bagaglio entro 15 minuti
- +127% l'incremento della vendita di biglietti via Internet da Gennaio a Febbraio

Sono queste alcune delle performance operative del 2004 che segnano il rilancio della Compagnia con il ritorno su importanti mercati esteri intercontinentali.

“Rispetto all'operativo dello scorso anno – ha dichiarato Glen Hauenstein, Vice Direttore Generale di Alitalia – il nuovo orario estivo 2004 presenta uno degli incrementi in assoluto più alti, in confronto ai principali competitori europei”.

Nuove destinazioni

Con l'orario estivo 2004 Alitalia introduce nuovi collegamenti e aumento delle frequenze, con un incremento dell'operativo del 16% sull'hub di Milano Malpensa e del 13% sull'hub di Roma Fiumicino.

In particolare le nuove destinazioni sono:

da Milano Malpensa per:

Washington D.C.	(giornaliero)
New Delhi	(6 frequenze a settimana)
Copenhagen	(giornaliero)
Manchester	(giornaliero)
Stockholm	(giornaliero)
Bilbao	(giornaliero)

da Roma Fiumicino per:

Toronto	(6 frequenze a settimana)
Boston	(5 frequenze a settimana)
Copenhagen	(giornaliero)
Stockholm	(giornaliero)
Zurigo	(giornaliero)
Malaga	(giornaliero)



The Alitalia logo, consisting of the word "Alitalia" in a bold, green, sans-serif font, with a red triangle pointing upwards to the left of the letter 'i'.

Il nuovo orario prevede inoltre un aumento delle frequenze (da 7 a 14 settimanali) sul collegamento Roma–New York JFK, con un volo quotidiano in più.

Investimenti sviluppo flotta

Il nuovo orario estivo 2004 costituisce il primo risultato del piano di riordino della flotta e del network che prevede la realizzazione di ingenti investimenti nell'arco del triennio 2004-2006.

Con interventi progressivi entro la fine del 2006 la flotta di lungo raggio passerà dagli attuali 23 a 28 velivoli, più 3 MD11 Cargo Combi in via di riconfigurazione.

In particolare è prevista l'entrata in flotta sul lungo raggio di 3 nuovi B767 per il 2005 e di 2 B777 per il 2006.

Sostanzialmente invariata la consistenza della flotta sul breve e medio raggio.

E' previsto un incremento dei servizi *regional* con l'ingresso in flotta nel 2004 di 6 Embraer 170.

Ridisegno e riconfigurazione del B767

Il rilancio del lungo raggio oltre all'aumento di capacità passa anche attraverso investimenti qualitativi con il ridisegno dell'intera flotta B767 che a regime (previsto completamento entro giugno 2005) verrà riconfigurata con le stesse caratteristiche di confort del B777. L'interno del B767 avrà 25 posti nella classe Magnifica e 195 in economica; il pitch della Magnifica sarà di 57 pollici (rispetto ai precedenti 53) e in economica standard a 31/32 pollici.

Il ridisegno del B767 passa soprattutto attraverso il totale *restailing* dell'interno cabina che sarà allestita con:

- poltrone di nuova generazione, più comode ed ergonomiche, sia in Magnifica che in economica;
- nuovo sistema di intrattenimento che, come per il B777, consentirà a tutti i passeggeri di utilizzare uno schermo personale con un ampio menù filmico.

Integrazione tra network

L'offerta Alitalia si integra con il network servito dai partner di SkyTeam che con il nuovo orario estivo prevede circa 150 voli settimanali in più e l'apertura di 13 nuove destinazioni.

Complessivamente SkyTeam collega 500 destinazioni in 110 Paesi, con 7.800 voli giornalieri.

Puntualità

Nonostante avverse condizioni meteorologiche e ripetuti giorni di nebbia, nel mese di Gennaio Alitalia è risultata la miglior compagnia tra i principali *competitor* europei (Air France, British Airways, Iberia, KLM, Lufthansa) per puntualità in partenza sul



The Alitalia logo, consisting of the word "Alitalia" in a bold, green, sans-serif font, with a red triangle pointing upwards at the end of the word.

lungo raggio (74,3%) e la seconda compagnia europea sulla puntualità del medio raggio (81,7%).

Migliorata anche la puntualità in arrivo che a gennaio si è attestata sul 75,6% (+18,6% rispetto a gennaio '03) e a febbraio si è attestata sul 71,2% (+6,2% rispetto allo stesso mese dell'anno precedente).

Per il mese di marzo 2004 il progressivo della puntualità è attualmente al 75,4%.

Alitalia ha posto la puntualità quale elemento fondamentale nella strategia di rilancio e di successo della Compagnia e come impegno per tutti i dipendenti che, a partire da quest'anno, saranno remunerati con un premio di produzione nel raggiungimento degli obiettivi mensili previsti dal budget.

Riconsegna bagagli

Alitalia ha recentemente lanciato un programma interno per rendere più veloce i processi industriali relativi alla consegna bagagli.

L'obiettivo Alitalia di consegnare il bagaglio entro i tempi previsti nel 70% dei casi, che non era mai stato raggiunto nel corso dell'intero anno 2003, è stato superato a novembre (80,7%), a dicembre (71,7%) e a gennaio 2004 (85,1%), con un significativo miglioramento rispetto agli stessi mesi dell'anno precedente (nov.'02: 64,3%; dic.'02: 67,5%; gen.'03: 68,8%).

Migliorati anche i tempi medi di riconsegna del bagaglio: 15 minuti a novembre, 19 a dicembre e 14 a gennaio.

Diminuito anche il numero delle irregolarità bagagli (PIR) che a gennaio sono stati il 12,7 per 1.000 passeggeri (-20,1% rispetto a gennaio '03) e a febbraio sono stati 8,1 per 1.000 passeggeri (-35,2% rispetto a febbraio dello scorso anno).

Nuovo canali di vendita

Dal primo febbraio Alitalia ha completamente riorganizzato i canali di vendita potenziando le vendite on line con l'istallazione di un nuovissimo motore di ricerca e creando una struttura tariffaria molto più semplice ed immediata.

A sei settimane dal lancio i dati mostrano un incremento sia delle pagine web visitate sia delle vendite on line con un balzo notevole: +128% (febbraio vs gennaio). Medesimo trend si registra già per la prima quindicina di marzo. In particolare, emerge un incremento delle vendite sull'internazionale, passate dal 30% al 34% del totale del venduto via web.

In coincidenza con l'inaugurazione del nuovo sito, Alitalia introdurrà a breve per i membri MilleMiglia una nuova opportunità molto attesa: la possibilità di acquistare un biglietto in classe economica e di utilizzare le miglia accumulate per ottenere il cambio di classe in Magnifica.

24/3/2004



The Alitalia logo, consisting of the word "Alitalia" in a bold, green, sans-serif font, with a red triangle pointing upwards at the end of the word.