Aviation VS. Retail
Da dove inizia la ripresa?

Venezia-Catania andata e ritorno. Ai due capi della Penisola, gli scali gestiti rispettivamente da **Gruppo SAVE** e **SAC SpA** stanno raccogliendo i primi frutti di una lenta ripresa del canale aeroportuale che punta sulla stagione estiva per darsi la spinta necessaria a risalire la china. A concorrere al buon esito di questa operazione, le strategie retail e aeronautiche dei due scali.

INTERVISTA A

Rino Sardo, *responsabile commerciale non-aviation* **SAC SpA**

Ad oggi quanti voli e quali rotte sono attive da e per Catania?
Sono state attivate quasi tutte le destinazioni programmate pre-Covid. C'è stata però una sensibile riduzione di frequenza, soprattutto su alcune tratte, che ha comportato una diminuzione del 50% rispetto all'offerta dello scorso anno. Di contro, a fronte di alcune rotte cancellate, ne sono state attivate di nuove a dimostrazione del grande interesse degli operatori e dei passeggeri per il nostro aeroporto.

Come avete affrontato l'emergenza Covid-19 e quali interventi avete realizzato per mettere in sicurezza l'aeroporto?
L'aeroporto è sempre stato operativo durante il lockdown registrando per un lungo periodo solo quattro tratte da e per Roma Fiumicino. In ottemperanza a quanto previsto dalle normative sono stati rimodulati gli spazi all'interno dello scalo e rivisti i flussi dei passeggeri. È stato predisposto un unico ingresso in aeroporto con misurazione della temperatura corporea, attraverso i termoscanner, e allungato il percorso che conduce ai controlli di sicurezza. Sono state incrementate le informazioni sui monitor di servizio e sugli impianti digitali e predisposta tantissima segnaletica orizzontale e verticale a supporto dei passeggeri.

Come è cambia l'offerta travel retail? Che differenze nella passenger experience?
L'offerta commerciale in termini di prodotto non cambia, quello che cambia è il modo di approcciarsi dei passeggeri al mondo del travel retail. La normalità che abbiamo conosciuto per anni deve essere rivista e riconsiderata alla luce del nuovo scenario. Le nuove esigenze e aspettative dei passeggeri portano a nuovi modi di operare e di offrire servizi. Le attività commerciali devono tener conto di tutta una serie di regole che stanno cambiando il modo di vendere e di entrare in contatto con il cliente. In alcuni casi, sarà necessario considera il potenziale di tecnologie touchless, QR Code e contactless e immaginare nuovi layout d'esposizione e distribuzione dei prodotti. All'aeroporto di Dubai, per esempio, è previsto uno sconto per chi acquista online e ritira in aeroporto con il click&collect oppure è previsto un servizio di concierge per supportare i passeggeri negli acquisti. Nel mondo food, le regole del distanziamento sociale e del divieto di assembramento penalizzano il consumo al tavolo privilegiando il grab&go e il take away, si preferiscono i prodotti sigillati e imbustati piuttosto che quelli realizzati sul momento. Igiene e sicurezza diventano ancor di più dei valori.

A livello di merceologia, quali sono le categorie che potrebbero presentare una ripresa più veloce?
È presto per fare valutazioni, ci sono troppe incognite. I passeggeri saranno disposti a fare code per acquistare negli store o sedersi al tavolo di un ristorante? Avranno voglia di provare vestiti o testare le nuove fragranze nelle profumerie? Una ricerca della società m1nd-set rivela che nell'era pre-pandemica oltre il 90% degli acquirenti affermava che

toccare i prodotti fosse una parte importante dell'esperienza di acquisto e il 48% dichiarava di aver provato o assaggiato i prodotti prima dell'acquisto. Secondo lo studio, le applicazioni di realtà virtuale avranno un ruolo più centrale nella vendita al dettaglio e, in generale, il 70% degli acquirenti sostiene di voler vedere un uso più diffuso della tecnologia con applicazioni come specchi virtuali per trucco e test sui prodotti cosmetici. Pertanto, il personale dovrà essere formato su come vendere in queste nuove condizioni.

Ma che profilo avrà il passeggero in questa fase?
Il nostro aeroporto, che nel 2019 ha superato i 10 milioni di passeggeri, registra un 70% di tratte domestiche e un 30% di internazionali. A detta di molti operatori del travel retail, il mercato che si riprenderà più velocemente è quello domestico seguito da quello in zona Schengen. Se a questo aggiungiamo che la ripartenza post Covid-19 avviene in un periodo da sempre favorevole alla Sicilia, ci sono tutte le condizioni per un cauto ottimismo.

Quali progetti travel retail avete in cantiere per agganciare la ripresa?
Confermiamo tutti gli investimenti, parcheggi e nuovi spazi retail e food, che avevamo in cantiere prima dello "tsunami" Covid-19, rimodulandoli ovviamente alla luce della nuova situazione in un periodo in cui i ricavi sono stati severamente ridotti. Dal punto di vista digitale, entro l'estate sarà online il nuovo sito dell'aeroporto grazie al quale implementeremo i servizi di booking e programmi di loyalty.

L'emergenza Covid-19 ha colpito l'intero settore in momenti diversi. Ci sono esperienze e/o progetti a cui guardate?
La pandemia ha fatto crollare i volumi di passeggeri e i ricavi in tutto il mondo con un calo del -91,7% per il secondo trimestre e una perdita per il 2020 del -62,6% rispetto alle previsioni iniziali. Il danno economico per le società di gestione aeroportuale e per gli operatori commerciali presenti in aeroporto è enorme e, a eccezione del mercato orientale che però ha caratteristiche diverse da quello occidentale, l'industry sta ancora raccogliendo i cocci.

INTERVISTA A

Camillo Bozzolo, *direttore sviluppo aviation* **Gruppo SAVE**

Come vi siete riorganizzati a livello di rotte e destinazioni?
Lo spartiacque è il 14 giugno, giorno in cui avrebbero dovuto cadere tutte le limitazioni sia all'interno del mercato nazionale sia a livello di Comunità Europea. Fatta salva la continua attività di Alitalia anche durante il lockdown, di fatto la ripresa è iniziata il primo giugno con i voli per Amsterdam seguiti tre giorni dopo dal ripristino dei collegamenti con Parigi Charles De Gaulle. Dal 15 giugno la situazione ha cominciato a sbloccarsi lentamente: il 16 sono ripresi i collegamenti con Monaco, Francoforte, Bruxelles e il Lussemburgo. Dal 18 Volotea dà avvio alle rotte per Catania e successivamente Bari, Olbia, Palermo, ecc. Questo significa che il "Marco Polo" è passato da meno di mille passeggeri nei primi giorni di giugno a circa tremila a fine mese. Una progressione che si mantiene costante anche a luglio: nelle prime due settimane tocchiamo i 12mila passeggeri per arrivare a 16mila nella seconda metà del mese. Il tutto grazie al ripristino di 13 rotte da parte di Ryanair, a EasyJet che torna a volare con 7, Volotea che aggiunge ulteriore capacità e poi ci sono i ritorni dei vettori tradizionali.

Facendo un passo indietro, come avete affrontato l'inizio dell'emergenza? Quali accorgimenti avete introdotto in aeroporto?
Innanzitutto ricordiamo che il lockdown ha causato una riduzione di traffico del -98% a livello nazionale. Per affrontare l'emergenza abbiamo messo in sicurezza lo scalo secondo le varie disposizioni che prevedevano l'utilizzo di termoscanner, distanziamento, igienizzazione, adozione di protezioni individuali e barriere in plexiglas, ecc. fino ad arrivare a un sostanziale controllo dei flussi: dalla porta d'ingresso al gate d'imbarco. In secondo luogo abbiamo spinto per avere maggiore certezza sulle limitazioni alla mobilità transnazionali e il ripristino della libera circolazione delle persone. Informazione essenziale per il passo successivo: invogliare le compagnie aeree ad aumentare la capacità a disposizione dei passeggeri. Solo se la risposta del mercato sarà positiva potremmo risalire la china, nonostante la riduzione dei volumi.

Nel rapporto costante con le compagnie aeree, quale differenza fra low cost e legacy carrier?
In questo momento, chi ha le spalle larghe e vede un'opportunità ci si butta a capofitto. In generale, la differenza fra low cost e legacy carrier è determinata dal modello di business che per i secondi significa fare perno su un hub di riferimento che lavora essenzialmente con i viaggi internazionali di lungo raggio; quindi: Asia, Nord America, India, ecc. Paesi in cui la curva dell'emergenza sanitaria richiede un certo grado di prudenza.

Che rapporto fra Save e Alitalia?
Negli anni Save ha sempre lavorato molto bene con Alitalia che, in un passato nemmeno troppo lontano, da Venezia partiva per rotte intercontinentali: Giappone, Emirati Arabi, ecc. Oggi come oggi, in quanto aeroporto regionale, abbiamo mantenuto solo i collegamenti con Roma. In ogni caso, un'Alitalia forte a noi fa solo che piacere.

Uno dei temi emersi in questo periodo riguarda gli incentivi alle compagnie aeree per attivare nuove rotte.
Si tratta di uno strumento utile per la crescita dello scalo. L'obiettivo è quello di utilizzarli per migliorare la connettività del territorio. Faccio un esempio: prima del 2000, Venezia non aveva un collegamento diretto con gli Stati Uniti. All'epoca quindi, dopo uno studio approfondito, Save si mosse per portare in Laguna tre operatori. Una scelta che ha pagato. Negli anni siamo passati da 100mila passeggeri a circa 1,1 milioni. Una discorso simile si può fare per Emirates che da oltre dieci anni fornisce un servizio di collegamento che prevede un solo scalo a Dubai verso l'Australia, dove risiede una larga comunità di origine veneta. Grazie a questa possibilità, i passeggeri sono passati da 2.500 l'anno a oltre 50mila.

A proposito di flussi, in questo momento di transizione, come cambia il profilo del passeggero?
Diciamo che in questo momento siamo di fronte a un passeggero in maggioranza nazionale, italiano. E ad agosto penso che Puglia, Sicilia e Sardegna saranno le mete più battute.

Che outlook per il 2020? Quanto ci vorrà per una ripresa dell'industry?
Seguiamo quello che dice IATA: il 2023 è la data della ripresa, del ritorno ai volumi pre-Covid. È fattibile. Quanto riusciremo a fare nel biennio 2020-21, invece, è più incerto. A fine anno, penso che il calo a livello nazionale si assesterà intorno al 60-75% in termini di volumi. In generale, la ripresa sarà molto graduale. C'è ancora molta cautela, ma la spinta della stagione estiva può innescare un trend positivo.

N.G.