

Voli a medio raggio e costi ridotti all'osso ecco il modello Ryanair

Lucio Cillis

Roma

Qual è il segreto di Ryanair? Come si diventa la quarta compagnia aerea del mondo per passeggeri e la prima in Europa, un mercato dove competono fior di campioni come Lufthansa (soppassata dagli irlandese nel 2016), Air France-Klm, Iag (British-Iberia-Vueling)? Prima di carpire i segreti della ricetta nata in Irlanda 20 anni fa, bisogna guardare a cosa sta accadendo ora nel Vecchio Continente. Da un lustro a questa parte, britannici, tedeschi e franco-olandesi hanno provato a clonare il modello low cost inventato da Michael O'Leary nel 1996 mettendo in piedi delle compagnie più agili delle capogruppo. Ma i risultati sono stati fin qui poco confortanti.

Lufthansa è tra le prime ad aver sondato il terreno. Ma con Germanwings ha quasi perso la testa dopo il colpo durissimo subito con l'incidente del pilota suicida che si è schiantato sulla Alpi dell'Alta Provenza quasi due anni fa uccidendo 150 persone tra passeggeri ed equipaggio. Germanwings, da qualche mese, è diventata Eurowings, un vettore che per anticipare i nuovi trend lanciati dal mercato orientale - i viaggi intercontinentali low cost che approderanno in Europa a breve - ha pensato bene di trasformarsi in una rivale dei vettori asiatici più aggressivi portando i prezzi bassi per voli oltre l'Europa. Va poi detto che gli scali tedeschi sono ancora saldamente in mano a Lufthansa e la presenza di Ryanair è limitata. Questo almeno fino allo scorso anno. Ma dal 2017 la strategia di O'Leary punta anche al cuore dell'Europa dove Lufthansa, dopo aver schiantato Airberlin (Etihad) può contare sulle proprie compagnie satellite Austrian, Swiss e Brussels Airline.

Poi c'è Iag che con Vueling prova da tempo se non a insidiare, quanto meno a tamponare gli attacchi di Ryanair verso il Mediterraneo e la Spagna. Lo stesso prova a fare (con risultati alterni) Air France che smista su Hop! e Transavia il traffico meno pregiato. In Italia, infine, resta l'incognita Alitalia-Etihad.

Un panorama che quindi non può assolutamente impensierire Michael O'Leary e il suo fido numero due Kenny Jacobs, artefice del marketing e dise-

gnatore delle strategie di espansione della compagnia.

Il segreto di Ryanair, quindi qual è? E' un mix perfetto. Primo ingrediente della ricetta: fare solo voli di medio raggio. E quindi nessun interesse per voli intercontinentali. Che per tutti sono l'affare più lucroso visto che le poltrone di business portano in cassa una bella fetta di guadagni. Ma non per Ryanair che è nata con ben altre strategie in mente. Il perché è presto spiegato: la flotta, il personale da impiegare sugli aerei wide body, la manutenzione sono voci che pesano per oltre il doppio rispetto al corto-medio raggio. E quindi sono strutture dai costi molto elevati e possibili, come è sempre accaduto, solo grazie a forti iniezioni finanziarie e investimenti infrastrutturali degli Stati-Padroni.

Il secondo ingrediente della ricetta Ryanair è ottenere sovvenzioni attraverso gare degli Enti locali che intendano attirare turisti nel loro Comune o Regione.

Terzo ingrediente: costi bassi per il personale, aerei registrati in Irlanda e prezzi all'osso per i fornitori. Hostess e steward hanno contratti irlandesi (assolutamente vantaggiosi per l'azienda) e guadagnano meno dei loro colleghi di altre compagnie. Diverso il discorso dei comandanti che oggi pur essendo dei "dipendenti a metà" ovvero dei professionisti messi alla guida delle macchine gialloblu, prendono più di un pari grado Alitalia. Da notare che il loro stipendio dipende da diversi fattori, non ultimo il consumo di carburante e i risparmi ottenuti e la puntualità (in crescita negli ultimi mesi) dei voli.

Quarto ingrediente: tutto il personale la sera a fine turno (quasi sempre se possibile) torna a casa. I pernottamenti - che pesano sui conti - sono ridotti al minimo. Così come le relazioni sindacali che sono praticamente inesistenti.

Ma il quinto elemento, difficilmente clonabile se non rovesciando le politiche aziendali, quello che nessun'altra compagnia fino ad oggi è stata in grado di aggiungere al mix, ottenendo il successo di Ryanair, lo svela per la prima volta lo stesso

numero due del vettore Kenny Jacobs, di passaggio a Roma.

«Volete sapere qual è il segreto del nostro successo? Ok ve lo dico. Oltre allo "scouting", la ricerca continua di nuove rotte, i costi bassi grazie ad una flotta omogenea - tutti gli aerei Ryanair sono Boeing 737 - di scommesse su intere aree del vostro Paese come il Meridione, la Sicilia, la Calabria oppure Roma, che ancora ha tanto potenziale da mostrare, c'è altro. C'è la famiglia». Famiglia? In che senso? «Nel senso che per fare questo business devi pensare, agire, comportarti come una classica famiglia irlandese o italiana - spiega Jacobs - devi fare i conti tutti i giorni con gli altri membri del nucleo familiare, guardare voce per voce alla lista della spesa, decidere cosa, quanto e come mangiare o offrire. E quindi - aggiunge - devi riuniti ancora più spesso per parlare di ciò che accade e di come migliorare. Guardarti negli occhi, insomma, per mangiare e bere al meglio ma senza fare follie. Solo questo lavoro porta grandi frutti alla fine».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il ceo di Ryanair Michael O'Leary