

Aeroporto d'abruzzo. Piano marketing a Ryanair e MistralAir

SOLO due compagnie aeree hanno risposto al bando della Regione per far conoscere sui mercati nazionali ed esteri il brand "Abruzzo". Sono Ryanair e Mistral Air che si aggiudicano così tre delle quattro linee d'azione con le quali si articolava l'avviso pubblico per la valorizzazione e il marketing dell'Abruzzo. Un piano di promozione turistica che prevedeva un investimento complessivo di 12 milioni e mezzo di euro in 5 anni e che va in porto per tre quarti del suo valore, cioè circa 9 milioni di euro, se l'esito del bando sarà confermato nei prossimi trenta giorni (il margine di tempo per presentare eventuale ricorsi). La compagnia aerea low cost irlandese Ryanair ha presentato l'offerta per due delle quattro linee d'indirizzo mostrandosi interessata a portare avanti i collegamenti dall'Abruzzo con le attuali destinazioni europee e con Bergamo (linee nazionali). Mistral Air, società collegata a Poste Italiane, ha risposto per le nuove linee nazionali proponendo nuove rotte per Cagliari, Palermo e Catania. Per ciascun indirizzo il sostegno della Regione è di circa 2,5 milioni di euro con una parte fissa e una variabile erogata esclusivamente al raggiungimento di precisi target: 300mila contatti annui per le rotte domestiche e 1 milione per quelle internazionali. Non ha risposto al bando Alitalia che dall'aeroporto d'Abruzzo di Pescara ha due collegamenti al giorno con Milano. Intanto l'associazione Pescaramipiace segnala che ispettori dell'Enac hanno bocciato alcune misure di security dell'aeroporto (un metal detector e uno sportello dell'area bagagli rotti). Saga la società di gestione replica sostenendo che si tratta di ispezioni di routine le cui segnalazioni di avaria saranno prese in considerazione.

