Air France-KLM cresce sviluppando l’alta e bassa gamma

Il gruppo **Air France-KLM** intende incrementare l’offerta nella stagione autunno-inverno puntando sulle proposte di alta gamma, grazie all’implementazione di **nuove cabine e servizi business**, ma anche sul **low-cost, con il partner Transavia**. La crescita sarà dunque dello 0,7%, suddivisa in +0,1% per l'attività di trasporto passeggeri (Air France, HOP! e KLM) e in **+13,3% per l'attività svago low cost** (Transavia in Francia e nei Paesi Bassi).
Per la **rete di lungo raggio** aumenterà leggermente l’offerta (dello 0,3% puntando su Nord America (+2,4%), Sudamerica (+1,1%) e Asia (+0,7%) e disinvestendo sule aree “calde” di Africa (-0,8) e Medio Oriente (-5,2)) e proseguirà l'**upselling** con la progressiva introduzione sugli aeromobili Air France e KLM di nuovi prodotti e servizi che puntano al miglior livello mondiale. Tra questi, le **nuove cabine World Business Class e Best**. In aumento anche le **destinazioni coperte da A380: Miami e Abidjan**, che si aggiungono a Los Angeles, New York, Johannesburg, Hong Kong e Shanghai già in programma per l’estate 2014. In **forte calo invece le attività domestiche (diminuiranno dell’11,3% i voli da Paris-Orly verso la Francia**).
Come ha dichiarato Alexandre de Juniac, Amministratore delegato del gruppo Air France-KLM, “La nostra ambizione è chiara: sviluppare, nell'ambito dell'implementazione del nostro piano di crescita e di competitività Perform 2020, un gruppo di trasporto aereo che si posizioni tra i leader dell'industria. Per riconquistare tutti i nostri mercati, dobbiamo azionare due leve principali e complementari. **Da un lato, proseguire l'upselling di tutti i nostri prodotti e servizi, per ritornare al più presto al miglior livello mondiale. Dall'altro, accelerare lo sviluppo della nostra attività ‘svago low cost’, in particolare grazie alla forte crescita di Transavia in Francia**” .