Brussels Airlines: Tin Tin, Magritte e Red devils per volare alto

Dopo l'attentato terroristico del 22 marzo scorso, la compagnia belga **Brussels Airlines** torna a crescere, e punta su servizi di alta qualità. Il numero di passeggeri in transito per l'Aeroporto internazionale di Bruxelles trasportati dalla compagnia torna quindi con il segno più. Nel mese di agosto 2016 l'incremento è stato del 4,6% rispetto allo stesso periodo del 2015, anno in cui i passeggeri sono stati 7 milioni e mezzo. Oltre ad avere rinforzato i controlli di sicurezza, poi, lo scalo belgafa rotta sul comfort e il benessere dei passeggeri. Soprattutto la clientala business, che ora può contare su una lounge multimediale dotata anche di salette per dormire e sale da bagno con doccia. L'obiettivo è movimentare 10 milioni di passeggeri entro il 2018, riferisce Askanews, in attesa che la compagnia venga acquisita per il 55% da Lufthansa. Destinazioni principali soprattutto l'Africa, con 19 scali, poi Nord America, Europa e Italia, nonostante dopo il 22 marzo il flusso dei nostri connazionali diretti in Belgio abbia subito una battuta d'arresto di oltre il 30%.
"Il turismo si è fermato - commenta **Roberta Monti**, direttore generale di Brussels Airlines per il nostro Paese - e ne stiamo ancora pagando le conseguenze. Da qui la ripresa e l'impegno con gli enti del turismo, il consolato, l'ambasciata e il trade stesso per cercare di tornare alla normalità, insieme all'aeroporto, per rivedere Bruxelles e il Belgio come una destinazione ancora interessante dal punto di vista turistico, sicura, possibile". La strategia di rilancio della compagnia belga, che conta 3.500 dipendenti e 49 aeroplani, passa anche attraverso il rinnovo della flotta (nel giro di qualche anno saranno tutti Airbus), e una campagna di comunicazione con tre velivoli special color dedicati a tre icone belga come **Tin Tin, Magritte e la Nazionale di calcio Red devils**.