

There are no translations available.



Expansiunea unor **companii aeriene low-cost** pe piața românească a însemnat accentuarea competiției, dar și schimbarea modelului de business al c

ompaniilor aeriene

tradiționale, care au "împrumutat" elemente din strategia operatorilor

low-cost:

preț, taxe pe bagaje sau check-in online.

Dacă în urmă cu cinci ani cei mai mari doi jucători **low-cost** de pe piață, compania ungară **Wiz Air**

și Blue Air, controlată de Nelu Lordache, aveau împreună doar 6% din piață, când traficul aerian se ridica la doar 4,4 milioane de pasageri, anul trecut au ajuns împreună la 37% din toată piața aeriană estimată la 9 milioane de pasageri, potrivit calculelor ZF.

"Pentru a face față concurenței companiilor **low-cost**, dar și pentru a oferi pasagerilor o mai mare libertate în alegerea serviciilor, companiile de linie regulată au cerut să li se ofere posibilitatea «desfacerii» prețului la biletul de avion, astfel încât serviciile de masă și de transport bagaj să nu mai fie incluse în prețul biletului de avion, ci să poată fi plătite în mod separat", a declarat Anca Apahidean, country manager al asociației IATA (Asociația Internațională de Transport Aerian) pe România și Moldova, care reprezintă companiile de linie regulată.

Promovarea unor tarife mici la biletele de avion (care nu includ însă servicii precum cateringul la bord sau transportul bagajelor) este unul dintre elementele care au adus o cotă de piață importantă jucătorilor **low-cost**.

"Prin desfacerea prețului final, **companiile aeriene** de line regulată vor avea mai multe posibilități de a dezvolta o ofertă mai largă și de a atrage clienți. Practic la utilizatorul final, adică la pasager, apare o mai mare libertate de alegere a serviciilor aeriene. Clienții care doresc să primească masă în avion vor plăti separat", a declarat Apahidean.

[Citeste mai mult...](#)

Sursa: www.zf.ro