

Alitalia, i passeggeri si scoprono digitali: boom di check-in e acquisti su web e app

notizia pubblicata 13 marzo 2019 alle ore 11:40 nella categoria **Compagnie aeree**



Crescono del 18% i ricavi da vendite digitali di Alitalia. Nel 2018 si sono attestati a 659 mln di euro contro i 557 mln dell'anno precedente, contribuendo in maniera significativa al volume dei ricavi passeggeri della compagnia, cresciuti lo scorso anno del 7%. L'andamento a doppia cifra prosegue anche nei primi due mesi del 2019.

“I passeggeri Alitalia si confermano sempre più inclini all'utilizzo di strumenti digitali per comprare un volo e – aggiunge la compagnia – questa tendenza riguarda in particolare i giovani. Nel 2018, il 68% dei biglietti con offerta giovani, dedicata ai ragazzi con meno di 26 anni, sono stati acquistati tramite il sito Alitalia.com e la App Alitalia”.

Il 2018 è stato anche un anno record per le accettazioni digitali: “Sono stati effettuati 9 milioni di check-in online (attraverso la App Alitalia, il sito Alitalia.com e i chioschi self check-in all'aeroporto), un dato che rappresenta il 61% del totale delle accettazioni”.

Sui voli nazionali e internazionali, “dove viaggia prevalentemente una clientela d'affari”, la quota dei check-in digitali supera oggi l'80% (ad esempio, nei collegamenti fra Milano Linate e Bari, Napoli e Catania) o ci si avvicina.

Sui voli Alitalia Shuttle Milano-Londra la quota delle accettazioni online arriva al 75%, mentre da Roma Fiumicino i collegamenti con la maggior incidenza di check-in digitali sono quelli con Torino (69%) e

Londra (59%).