



Politica Commerciale Aviation 2022-2024





Politica Commerciale Aviation – Linee Guida

OBIETTIVO

La presente policy ha come scopo quello di attrarre traffico incrementale (sia su collegamenti internazionali che su destinazioni nazionali eventualmente non servite) sugli Aeroporti di Lamezia Terme, Reggio Calabria e Crotone (Sistema degli aeroporti calabresi), attraverso un modello di incentivazione che persegue l'obiettivo in maniera trasparente e non discriminatoria, ottimizzando inoltre l'utilizzo delle infrastrutture aeroportuali. Il piano di sviluppo del traffico è stato approntato secondo criteri oggettivi e con equità al fine di non creare turbativa del mercato. Il piano è orientato principalmente ai voli di linea e con un obiettivo temporale minimo definito. Al fine di sviluppare nuovi collegamenti aerei e di incrementare la capacità delle rotte esistenti SACAL è disposta a sostenere le nuove rotte, incluse quelle intercontinentali di lungo raggio tenuto conto della tipologia dell'aeromobile utilizzato e delle specifiche infrastrutturali ad oggi esistenti, tramite accordi di partnership strategica con le Compagnie Aeree che intendono investire sul Sistema Aeroportuale Calabrese per un periodo di almeno 2 anni per i nuovi collegamenti, eventualmente rinnovabili su rotte ritenute di interesse strategico, anche attraverso l'apertura di basi operative, che come noto generano, oltre che maggiori proventi per SACAL, anche un indubbio beneficio economico a tutta la filiera, dalle strutture ricettive.

Tali accordi di partnership:

1. consentono a SACAL di offrire ai Vettori la possibilità di ridurre i costi di start-up sostenuti per l'apertura delle nuove rotte.
2. prevedono l'impegno dei vettori ad effettuare attività di marketing e pubblicitaria in favore degli Aeroporti calabresi di interesse e dell'intera area geografica circostante, nonché a raggiungere obiettivi prestabiliti di passeggeri e di voli relativamente ad una serie di destinazioni, a fronte dell'impegno di SACAL di contribuire alle spese di marketing e pubblicitarie.
3. consentono di raggiungere, attraverso un piano di comunicazione, la massima diffusione informativa ai potenziali passeggeri.



La presente policy è conforme alla nuova normativa comunitaria sugli aiuti all'avviamento delle rotte (Comunicazione della Commissione 2014/C 99/03 del 4 aprile 2014, Orientamenti sugli aiuti di Stato agli aeroporti e alle compagnie aeree). In particolare, la nuova Comunicazione considera compatibili gli accordi tra gli aeroporti e i vettori nel caso in cui l'aiuto concesso è coerente con i principi economici di un investitore privato.

Per tale motivo SACAL predisporrà per ogni proposta di collegamento incentivato un conto economico che serva a chiarire attraverso un'analisi ex ante che l'accordo aeroporto/compagnia aerea porterà ad un aumento incrementale dei profitti per l'aeroporto (conformità al principio MEO).

CARATTERISTICHE GENERALI - Le principali condizioni del programma di incentivazione o marketing support sono:

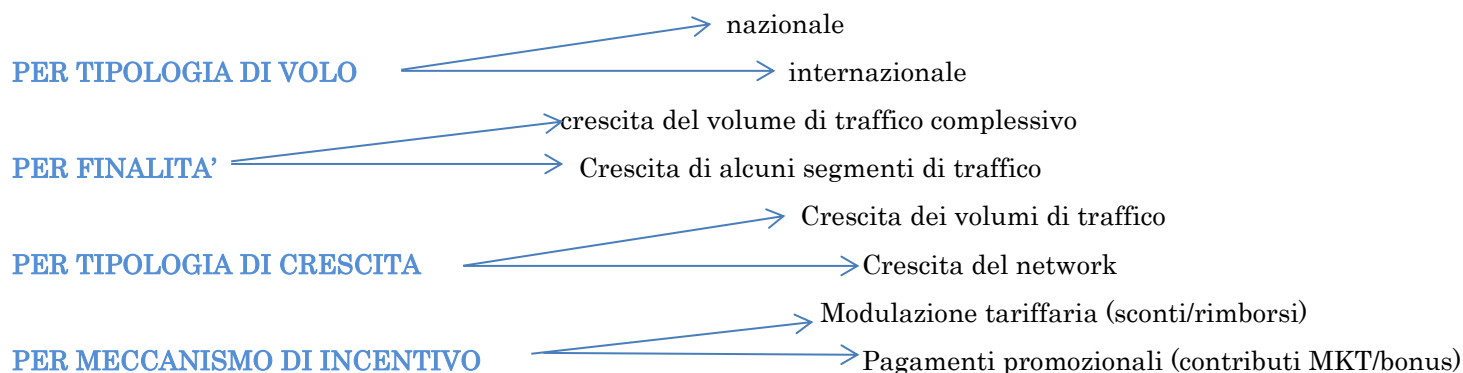
1. Il Programma si applica al traffico internazionale servito e non servito, incluse le tratte intercontinentali di lungo raggio tenuto conto della tipologia dell'aeromobile utilizzato e delle specifiche infrastrutturali ad oggi esistenti, ed alle rimanenti destinazioni domestiche non servite, anche attraverso l'attivazione di basi operative.
2. Il Programma si applica, in maniera incrementale, ai voli che hanno minimo 2 frequenze settimanali.
3. Il Programma si applica solo se, a consuntivo, si sono effettuati un numero di voli che siano almeno l'85% di quelli programmati. Nel caso di mancato rispetto di quanto previsto dal contratto - in termini di frequenze e voli - da parte del vettore, ovvero se il numero di voli è inferiore all'85% di quanto previsto dal contratto al termine di ogni Iata Season (1 Winter+ 1 Summer), Sacal si riserva il diritto di ridurre l'incentivo in misura proporzionale alla riduzione delle frequenze/voli.
5. Nel caso in cui la nuova rotta o l'incremento delle frequenze su una rotta già operata non dovessero risultare profittevoli, il vettore potrà proporre la sostituzione della rotta con un'altra non servita precedentemente da altro vettore.
6. L'incentivo viene erogato solo in presenza di un contratto siglato da entrambe le parti prima dell'avvio dei voli oggetto dell'incentivazione.





7. Al fine di ottenere l'incentivo, il vettore dovrà fornire al gestore le previsioni di traffico relative al nuovo collegamento e le caratteristiche dell'offerta (tipo aeromobile, ecc.)
8. La durata dei contratti di incentivazione non potrà essere superiore a 3-5 anni.
9. In caso di GRANDI VOLUMI DI PASSEGGERI (almeno 1.000.000 di passeggeri trasportati da un singolo vettore in un anno), tenuto conto dell'importanza strategica che rivestono, potrà essere proposto un diverso schema di incentivazione ad hoc a condizione che in precedenza venga condiviso un Business Plan con il vettore che tenga conto del principio che al vettore verranno erogati gli incentivi per passeggero pagante in partenza (depax) e che il sistema di incentivazione deve essere economicamente sostenibile nel periodo coperto dal contratto superando, in ogni caso, il test MEO positivamente.
10. Potranno essere, infine, previste agevolazioni tariffarie per operativi in determinate fasce orarie meno sature.

CRITERI DI RIPARTIZIONE DEGLI INCENTIVI (ex D.Lgs. n°145/13)





Politica Commerciale Aviation – Nuove Destinazioni

Per nuove destinazioni si intende lo start-up di nuovi voli di linea, su rotte internazionali e nazionali non servite con almeno 2 rotazioni settimanali.

Gli incentivi ai nuovi collegamenti saranno disciplinati come segue:

Periodo minimo di operatività: due anni. Nel caso in cui la nuova rotta non dovesse risultare profittevole, il vettore potrà proporre la sostituzione della rotta con un'altra.

L'incentivo verrà riconosciuto a passeggero partente (i.e.€/depax) e l'entità dipenderà dalle rotte/frequenze proposte (i.e domestiche, internazionali, extra UE), dalla durata del rapporto contrattuale (es. minore per 2/3 anni ovvero maggiore per 5 anni).

Altresì, in base alla valenza strategica del nuovo collegamento, SACAL valuterà la possibilità di supportare il vettore con un contributo di marketing ed avviamento nuove rotte, da erogare su uno o più anni, al massimo fino alla scadenza del contratto (promo pubblicitarie).

L'importo finale del contributo sarà definito sulla base di una valutazione economica ex-ante. Pertanto, il contributo sarà determinato sulla base della profittabilità per il gestore del nuovo collegamento e delle caratteristiche del collegamento stesso (es. tipo aeromobile, frequenze, modello operativo, ecc).

Schema di interesse presente nell'Allegato A (pag. 10).





Politica Commerciale Aviation – Destinazioni esistenti

In caso di destinazioni strategiche per lo sviluppo del traffico, potrà essere accordato un supporto per collegamenti internazionali/nazionali già operati nei seguenti casi:

- nuovo vettore: incremento dell'offerta su uno o più collegamenti già serviti
- vettore già presente su un certo collegamento: incremento delle frequenze

In entrambi i casi, il supporto sarà disciplinato come segue:

- collegamenti già operati (dallo stesso o da altri vettori) potranno essere incentivati per massimo tre anni e non potranno essere ulteriormente incentivati.
- l'incentivo verrà determinato in modo da consentire a tutti i vettori interessati a operare su una stessa rotta le stesse opportunità commerciali in un quadro di equo trattamento. Il contributo sarà determinato sulla base della profittabilità per il gestore del nuovo modello operativo e delle caratteristiche del collegamento stesso (es. tipo aeromobile, frequenze, modello operativo, ecc). Il Vettore dovrà preventivamente comunicare al Gestore il collegamento/frequenza oggetto di incremento.



Politica Commerciale Aviation -Base Operativa

Per base operativa si intende lo stazionamento di uno o più aeromobili che operano destinazioni di linea tutto l'anno e che comportano o l'attivazione di una nuova rotta intercontinentale o l'attivazione di non meno di 3 nuove rotte per ogni aereo basato a partire dal 1°anno e nel periodo dell'accordo commerciale. In caso di apertura di una nuova base operativa, in uno degli scali del Sistema, potrà essere riconosciuto al vettore un contributo da negoziare in funzione delle nuove rotte sviluppate e del volume di traffico complessivo assicurato dal vettore.

Gli incentivi ai nuovi collegamenti saranno disciplinati come segue, oltre quanto previsto in precedenza per le nuove destinazioni:

Frequenze settimanali: minimo 3 frequenze settimanali durante la stagione Summer IATA e 2 durante la stagione Winter IATA.

In base alle nuove rotte sviluppate e al volume di traffico complessivo, SACAL valuterà la possibilità di supportare il vettore come segue:

- ✓ Contributo di marketing massimo annuale in caso di nuova base da erogare su uno o più anni al massimo fino alla scadenza del contratto;
- ✓ Contributo massimo annuale per ogni aereo basato

Nel caso in cui le nuove rotte non dovessero risultare profittevoli, il vettore potrà proporre la sostituzione con altre rotte, approvate da SACAL.

Il contributo sarà determinato sulla base della profittabilità per il gestore del nuovo modello operativo e delle caratteristiche del collegamento stesso (es. tipo aeromobile, frequenze, modello operativo, ecc)





Modalità scelta beneficiari e trasparenza

In linea con le linee guida nazionali emanate dal MIT in data 2/10/2014 (par. 5 b), SACAL informa i vettori relativamente alla propria politica commerciale attraverso il proprio sito web ed in particolare:

Sulla base delle indicazioni fornite nel presente documento, i vettori sono invitati a proporre l'attivazione di nuovi collegamenti o l'ulteriore sviluppo di collegamenti già operati in riferimento ai mercati target definiti da SACAL ai seguenti indirizzi e-mail: ferragina@sacal.it; sacalspa@legalmail.it

Note:

La suddetta politica commerciale ha validità fino al 31/12/2024.





Allegato A- Mercati target UE/ Extra UE

Lamezia Terme

1. Destinazioni Intercontinentali nelle seguenti aree:

U.S.A., Canada, Africa, Far East, Middle East

2. Collegamenti punto-punto Europa/Mediterraneo

ALBANIA

AUSTRIA

POLONIA

BELGIO

BULGARIA

PORTOGALLO

CIPRO

CROAZIA

SVEZIA

DANIMARCA

EGITTO

TURCHIA

FRANCIA

GERMANIA

UNGHERIA

GRECIA

ISRAELE - Tel Aviv,

ITALIA

MAROCCO



NORVEGIA

PAESI BASSI



Allegato B- Mercati target UE

Crotone

GERMANIA

ITALIA

FRANCIA

REGNO UNITO



Allegato C- Mercati target UE

Reggio Calabria

ITALIA

FRANCIA

GERMANIA

REGNO UNITO – Londra

POLONIA

ROMANIA

SPAGNA