

## ANA Holdings presenta un nuovo modello di business

notizia pubblicata **02 Novembre 2020** alle ore **10:30** nella categoria **Compagnie aeree**

---



ANA HOLDINGS INC. ha annunciato la trasformazione del suo modello di business per rafforzare l'operatività della compagnia e posizionarla per una crescita futura. Nel corso della crisi in corso, ANA ha adottato misure per salvaguardare la sua attività che vanno dalla sospensione dei voli a iniziative di riduzione dei costi. Tuttavia, poiché l'epidemia di COVID-19 non si è ancora risolta, il Gruppo ANA attuerà delle riforme strutturali per adattarsi ai cambiamenti nel settore viaggi ed essere maggiormente resiliente per affrontare rischi globali futuri.

“ANA HD sta intraprendendo un'ambiziosa trasformazione che rafforzerà le sue operazioni e la posizionerà per una crescita e un successo a lungo termine in un mercato ancora in declino a causa della pandemia di COVID-19 – ha detto Shinya Katanozaka, presidente e AD di ANA HOLDINGS INC. – Stiamo lavorando tenendo pienamente conto della situazione attuale e introdurremo cambiamenti strutturali al nostro business. Questa iniziativa di trasformazione globale non riguarda semplicemente la riduzione dei costi, ma affronterà il modo in cui i viaggi sono cambiati, affinché ANA HD abbia una struttura per una strategia operativa completamente nuova e orientata al futuro”.

La nuova strategia prevede che ANA rimanga il vettore premium del gruppo e Peach Aviation Limited quello low-cost; entro il FY 2022 verrà inoltre creata una terza compagnia, sulla base di Air Japan, nel che opererà collegamenti a basso costo unitario con l'utilizzo di 787 aeromobili configurati con più di 300 posti a sedere verso destinazioni nel sud-est asiatico e in Oceania.

ANAHD perseguirà una crescita sostenibile attraverso la trasformazione dei servizi delle compagnie del

Gruppo per soddisfare una più ampia gamma di esigenze dei passeggeri in termini di fascia di prezzo e servizi. L'obiettivo è quello di trasformare i servizi offerti da ciascuna compagnia perché corrispondano ai valori della "nuova normalità" durante e dopo la pandemia e di creare iniziative di co-marketing fra i vettori. Per contenere i costi e superare la crisi il Gruppo ANA pianificherà strategicamente un network di rotte redditizie e ridurrà temporaneamente la portata delle operazioni dei suoi vettori attraverso ulteriori tagli dei costi fissi, come la riduzione della sua flotta – nell'anno finanziario 2020-2021 ANA ritirerà dalla sua flotta un totale di 35 aeromobili, di cui 22 B-777 (28 in più rispetto al piano iniziale di 7). Alla fine dell'anno finanziario in corso il gruppo conterà un totale di 276 velivoli (contando la consegna di 13 nuovi aeromobili e l'uscita di 2 da Peach), 33 in meno di quanto previsto.

Saranno inoltre implementare diverse misure a tutela dei posti di lavoro fra cui il portare all'interno del gruppo attività attualmente in outsourcing o la ricollocazione dei dipendenti all'interno del gruppo o presso aziende con carenza di manodopera per migliorare la loro ospitalità e il loro servizio. Gli incarichi presso realtà esterne saranno mansioni di call center, concierge alberghiero, reception e segreteria. Entro dicembre 2020, 100 dipendenti verranno collocati presso 10 aziende ed entro la primavera 2021 il numero di dipendenti in altre aziende salirà a più di 400.

La riduzione dei costi per l'anno finanziario in corso dovrebbe essere di 150 miliardi di yen (circa 1,4 miliardi di USD) per questo e di 250 miliardi di yen (circa 2,3 miliardi di USD) per il successivo.