

Estrategias

Lufthansa, IAG y Air France-KLM frenan al 'low cost'

LARGO RADIO Los gigantes aéreos europeos aceleran el crecimiento de Eurowings, Level y Joon para cortar el paso a la escandinava Norwegian.

Yovanna Blanco. Madrid
Joon echa a volar. La nueva enseña de Air France inicia hoy sus operaciones con un doble objetivo, conectar con el público *Millennial* y, sobre todo, competir en un nuevo segmento de negocio: los vuelos de largo radio de bajo coste. 2017 pasará a la historia de los cielos europeos como el año de las quiebras -marcas históricas como Air Berlin, Monarch y Alitalia han desaparecido o podrían hacerlo- y de los nacimientos.

El nacimiento de Joon, pero también el de Level, la *low cost* de largo radio impulsada por IAG que debutó en Barcelona en junio como respuesta al intento de Norwegian Air Shuttle de conquistar el negocio estrella de las antiguas aerolíneas de bandera: los vuelos transoceánicos. La escandinava, que empezó creciendo con timidez, ha pisado el acelerador en los últimos dos años, desafiando a los grandes colosos europeos -Lufthansa, IAG y Air France-KLM- que, lejos de arredrarse, han respondido con dureza.

No en vano, han tenido tiempo para prepararse. Porque en 2017 Norwegian convirtió a Barcelona -donde crecerá un 18% el próximo verano- en el centro de una batalla que, en realidad, se empezó a jugar en 2014, cuando estrenó sus conexiones entre el aeropuerto de Gatwick (Londres) y EEUU. Hasta entonces, las rutas intercontinentales se centran en el norte de Europa, pero la entrada en el corazón de la City fue una provocación que hizo despertar a los grandes grupos.

Se iniciaba así la cuenta atrás hacia un enfrentamiento que, más temprano que tarde, terminaría replicándose en otras capitales euro-

Europa será la región en la que los vuelos de largo radio de bajo coste se desarrollen más rápido

Por el momento, su huella es reducida y apenas representan un 0,5% del mercado aéreo mundial

peas. Y el guión avanza según lo previsto. A Londres y Barcelona les seguirá París en 2018. Meses después del estreno de Joon, Level abrirá su segunda base operativa -volará a Montreal, Nueva York, Guadalupe y Martinica- en la capital gala, que desde 2016, cuenta con conexiones a EEUU de Norwegian.

Roma será el siguiente capítulo. La escandinava ha aprovechado el colapso de

Alitalia para instalarse allí -Los Angeles, Nueva York y San Francisco son sus primeros destinos- e IAG apunta que seguirá el mismo camino. Mientras, en Alemania, Lufthansa toma ventaja: Eurowings, su filial de bajo coste, que ya ofrece vuelos transoceánicos desde Colonia y Düsseldorf, permitirá que Berlín vuelva a tener conexiones de largo radio por primera vez desde 2001, conectando la ciudad con Nueva York cinco veces por semana.

Estos movimientos muestran que los vuelos de largo radio de bajo coste se están consolidando en el tablero europeo, donde el número de jugadores se está reduciendo gracias a la nueva oleada de concentración en el sector. Según el *think tank* Capa, Europa será la región en la que los vuelos de largo radio de bajo coste se desarrollen más rápido. De hecho, según sus previsiones, Norwegian se

La última en despegar Joon, conecta, desde hoy, París con Barcelona, Oporto, Lisboa, Berlín, Mahé (Seychelles) y Fortaleza. En marzo llegará a Roma, Nápoles, Estambul, Oslo, El Cairo, Teherán y Ciudad del Cabo.



convertirá en el primer operador del mundo por número de rutas y destinos este año -ya suma 64 conexiones de largo radio-, y en la segunda en volumen de asientos, sólo por detrás de AirAsia X (Malasia). Aunque su huella aún es anecdótica -apenas representa un 0,5% del mercado aéreo mundial-, el largo radio de bajo coste, con más de una quincena de compañías, está cogiendo fuerza en algu-

nos corredores. Por ejemplo, entre Europa y Norteamérica, donde ha copado el 6% de las plazas aéreas esta temporada de verano. Asia, sin embargo, lidera el ranking por número de aerolíneas y fue a ese lado del globo donde surgieron los primeros proyectos: JetStar -impulsada por la australiana Qantas- en 2006 y AirAsia X en 2007. Esta última, líder de este segmento, ya ofrece vuelos diarios en la

mayor parte de sus rutas. Hasta septiembre, AirAsia X, transportó 4,28 millones de pasajeros, un 30% más, y ganó 14,5 millones de ringgits malayos (3 millones de euros).

Rentabilidad

Pero, ¿qué es el largo radio de bajo coste en Europa? En realidad, la combinación de dos modelos: el tradicional y el que las *low cost* impulsieron





Lufthansa venderá Niki a cambio de Air Berlin

Lufthansa deberá hacer concesiones significativas para que la Comisión Europea apruebe la compra de la mitad de los activos de la aerolínea *low cost* alemana Air Berlin, por los que pagó unos 210 millones de euros en octubre. La comisaria europea de Competencia, Margrethe Vestager, ha reconocido que la operación aumentará los precios y mermará la competencia, por lo que Lufthansa prevé vender los derechos para operar algunas rutas y, probablemente, Niki, filial austriaca de Air Berlin, según *Financial Times*. Lufthansa tenía de plazo hasta ayer a medianoche para presentar sus concesiones

ante Bruselas. Ante la posible desinversión de Niki, su fundador y antiguo campeón del mundo de Fórmula 1, Niki Lauda, se ha mostrado muy interesado en adquirirla junto a su socio Thomas Cook. Lauda y Condor, aerolínea del touroperador británico Thomas Cook, ya presentaron una oferta de unos 170 millones, incluida deuda, para hacerse con Niki hace unos meses. Air Berlin suspendió pagos hace unos meses y los administradores judiciales vendieron sus activos en octubre. Además de Lufthansa, la *low cost* británica easyJet también se hizo con parte del negocio de Air Berlin.

Aunque Willie Walsh, consejero delegado de IAG, sostiene que Level será rentable en su primer año –descontando los costes de ponerla en marcha–, las cifras disponibles son limitadas. Si hay más claridad en cuanto a los planes de crecimiento. En 2018, Level sumará cinco aviones –tres en Barcelona y dos en París–, que espera elevar a 30 aeronaves en 2020.

El próximo año, además, se convertirá en una empresa independiente y tendrá su propio equipo directivo. La fórmula se mantiene: será el personal de Iberia quien seguirá asumiendo las operaciones desde Barcelona y, en la capital gala, Level aprovechará la estructura de Open Skies –también de IAG–. Todo ello con Vueling como socio, alimentando sus vuelos. Los números son similares en el caso de Joon: seis destinos iniciales –más otros siete desde el 25 de marzo– y 28 aviones en 2020 –10 de largo radio–. Operada por pilotos de Air France, la intención es que también sea una aerolínea independiente.

RUTAS

El foco, hasta ahora, son conexiones de cinco a diez horas. Las 'low cost' de largo radio europeas tienden a solaparse; en Asia, con más competencia, no

men de tráfico; será más difícil sostener las rutas con una elevada estacionalidad, dependientes del tráfico de conexión y muy expuestas a la sensibilidad en las tarifas".

Strickland considera que las "aquellas aerolíneas con centros de conexión de vuelos internacionales (*hubs*) fuertes y con demanda *premium* (clientes de *business* y *first class*) serán capaces de mantener un negocio rentable al margen de los vuelos de largo radio de bajo coste".

Petróleo

Y pone el foco en otro factor clave: el precio del petróleo. "Un coste de combustible más alto reduce las posibilidades de jugar con los precios para espolear el volumen de tráfico a menos que tengas aviones de nueva generación, muy eficientes pero más caros", subraya. Según un informe de Moody's, el precio del petróleo ha subido un 12% desde el inicio de 2017, lo que eleva la presión sobre las aerolíneas que, si bien contratan coberturas para cubrirse ante potenciales oscilaciones, tienen en el crudo una de sus principales fuentes de coste –puede llegar al 30% de los gastos totales–.

De ahí que Moody's alerte de que, aunque el crecimiento del tráfico mantiene su fortaleza y avanzará entre un 5% y un 7% en Europa en 2018, "más aumentos del petróleo podrían conducir a precios más altos y a una racionalización de la capacidad aérea una vez que las coberturas expiren". A día de hoy, la amenaza parece un espejismo. El sector aéreo europeo se anotará este invierno el mayor incremento de capacidad de la última década y los grandes grupos avanzan hacia un año récord en beneficios. Sin embargo, todos coinciden en el mismo vaticinio: la consolidación continuará en los próximos 18 meses.

tras la liberalización de la industria europea en los años ochenta. Es decir, costes operativos reducidos gracias a estructuras más ágiles, y una oferta de servicios amplia, adaptada tanto al viajero que sólo se mueve por precio como a aquél que busca algo más que un asiento. Durante años, a las compañías tradicionales les costó encontrar el punto de equilibrio. En el intento de adaptarse al bajo

Los grandes grupos europeos tienen una o varias 'low cost', con un modelo más o menos híbrido

Un alza en el precio del petróleo podría conducir a precios más altos y a ajustes en la capacidad aérea

coste, muchos proyectos desearrollaron. Hoy, sin haber tenido que renunciar a sus marcas emblemáticas, los tres gigantes europeos tienen una o varias *low cost*, con un modelo más o menos híbrido según el caso, que compiten con Ryanair y easyJet. Y eso es, precisamente, lo que quieren extrapolar ahora al largo radio. Y, esta vez, a ser posible, al mismo tiempo que eclosiona el modelo.

'LOW COST' PURAS

RYANAIR EASYJET NORWEGIAN WIZZ

En los últimos 10 años, se han configurado en Europa tres grandes grupos aéreos, Lufthansa, IAG y Air France-KLM, que han desarrollado filiales 'low cost' para competir en el Viejo Continente contra Ryanair, easyJet, Norwegian Air Shuttle y Wizz Air. Ahora, también están creando sus propias marcas de bajo coste de largo radio para frenar a Norwegian.

NORWEGIAN

Volumen

Ya lo es Eurowings, que reforzará su posición con la compra de activos de Air Berlin por parte de Lufthansa (ver apoyo). Si el plan se cumple, será rentable este año y se convertirá en la tercera aerolínea más grande de Europa en vuelos punto a punto –tras Ryanair y easyJet–, con 210 aviones –21 para vuelos transoceánicos– y 10.000 empleados.

Lufthansa, IAG y Air France-KLM no están solas. Rivalles como Turkish Airlines o Emirates también estudian lanzar sus propias marcas de bajo coste de largo radio.

Para John Strickland, de JLS Consulting, "la rentabilidad dependerá, según el mercado, de factores como la sensibilidad al precio o el volu-

SERVICIOS

La oferta varía según la aerolínea. Joon ofrece comida y 'amenities' gratis en los vuelos largos. En Level, el WiFi de alta velocidad está disponible desde 8,99 euros