

IBERIA

El nuevo vuelo a Los Ángeles abre la puerta a otros nueve destinos en Estados Unidos

- * *Honolulu, San Francisco, Santa Bárbara, Las Vegas, San Diego, San José, Sacramento, Fresno y Phoenix*
- * *Triple puntuación Iberia Plus al comprar billetes para los nuevos vuelos a Estados Unidos*
- * *Además del Madrid-Los Ángeles, Iberia inauguró dos nuevas rutas: Barcelona-Miami el 29 de marzo y Barcelona-Sao Paulo el 19 de junio*



Desde el pasado 28 de marzo, y coincidiendo con la inauguración de los vuelos directos a Los Ángeles, Iberia abre la puerta a nueve destinos en Estados Unidos: Honolulu, en Hawaii; a las ciudades californianas de San Francisco, Santa Bárbara, San Diego, San José, Fresno y Sacramento; a Las Vegas, en el estado de Nevada; y Phoenix, en Arizona. A todas ellas se podrá llegar, vía Los Ángeles, gracias a acuerdos de código compartido entre Iberia y American Airlines.

A todas ellas se podrá llegar, vía Los Ángeles, gracias a acuerdos de código compartido entre Iberia y American Airlines.



Iberia en Estados Unidos

Iberia ofrece vuelos directos a cinco ciudades estadounidenses:

Nueva York: dos vuelos directos y diarios; *Chicago*: un vuelo diario; *Boston*: seis vuelos semanales; *Miami*: vuela todos los días desde Madrid, y sin escalas desde Barcelona tres veces a la semana; *Los Ángeles*: tres vuelos semanales, con un cuarto vuelo adicional los viernes entre julio y septiembre y también vuelos a 92 ciudades más en código compartido con American Airlines, vía alguno de estos aeropuertos.

Entre las rutas y el incremento de capacidad general de Iberia en sus frecuencias desde Madrid a Boston, Chicago y Nueva York, consolida a Estados Unidos como el mercado más importante de la línea aérea en el largo radio. En 2011 Iberia ofrecerá un total de 1.164.000 plazas entre España y EE.UU., lo que supone un incremento del 13% respecto del año 2010. ☉

AirEuropa

El Ministerio de Industria y Air Europa invertirán 1,6 millones para la promoción de España en el exterior

- * *Se realizarán campañas publicitarias conjuntas dirigidas a los mercados de Estados Unidos, Argentina, Perú, México, Reino Unido y Portugal*

El secretario general de Turismo y Comercio Interior, y presidente del Instituto de Turismo de España (**Turespaña**), Joan Mesquida, ha firmado el pasado día 30 de marzo un Acuerdo con el consejero delegado de **Air Europa**, Juan José Hidalgo Acera, para desarrollar acciones conjuntas de marketing durante 2011 que promocionen a España como destino turístico. El plan de actuación estará centrado en campañas de publicidad de las rutas aéreas de **Air Europa** con destino a España, así como en otras acciones de promoción. El convenio tiene vigencia desde el momento de su firma hasta el 31 de diciembre de 2011.

La inversión prevista en este acuerdo es de 1,6 millones de



Joan Mesquida, secretario general de Turismo y Comercio Exterior y Juan José Hidalgo, consejero delegado de Air Europa

euros, que aportarán al 50% cada una de las partes firmantes, con el objetivo de promocionar las rutas aéreas en los mercados de Estados Unidos, Argentina, Perú, México, Reino Unido y Portugal.

Turespaña firma este acuerdo dentro de lo previsto en el Plan del Turismo Español Horizonte 2020, uno de cuyos ejes incide en la necesidad de mejorar el posicionamiento de los destinos turísticos españoles en los mercados internacionales, así como apoyar la comercialización de los mismos en el exterior.

Air Europa pondrá a disposición de **Turespaña** billetes aéreos para la realización de viajes de prensa, de agentes o de apoyo a otras acciones de marketing. ☉



ORIZONIA rebautiza a su aerolínea, con el nombre de ORBEST, y abrirá el canal de ventas directa online

- * Operará vuelos regulares desde 15 aeropuertos españoles a 8 destinos nacionales y 5 internacionales. Seguirá realizando vuelos chárter y ofrecerá la reserva de vuelos con precio final todo incluido a las Islas Canarias, Baleares, Europa y Caribe



Orizonia Corporación ha presentado **ORBEST**, la renovada línea aérea del grupo turístico que, además de vuelos chárter, comenzará a ofrecer vuelos desde 15 aeropuertos españoles a 8 destinos nacionales y 5 internacionales a través de la venta online de billetes. Heredera de Iberworld, la anterior marca de **Orizonia** para vuelos chárter, **ORBEST** (www.orbest.com) responde a una nueva estrategia comercial asociada a una imagen de marca más moderna y cercana y a la apertura de un nuevo canal de venta para llegar a cliente final.

La renovada compañía aérea mantendrá la misma organización, plantilla y equipo directivo, así como su colaboración con distintos agentes del sector,

como touroperadores y agencias de viajes. **ORBEST** también continuará operando con la misma flota, una de las más modernas del mercado, compuesta por 7 aviones Airbus 320-200, que cubrirán las rutas de media distancia y con una capacidad para 180 pasajeros, y 3 Airbus 330-300 para las rutas trasatlánticas y capaces de transportar hasta 388 pasajeros.

Emeterio Lorente, director general de *Orbest*, declaró que en 2010, la división aérea operó más de 10.600 vuelos, con 43.300 horas de vuelo, y transportó a 1.570.000 viajeros. Con esta nueva estrategia la compañía espera llegar de forma directa a un mercado potencial más amplio que permita incrementar el número de viajeros transportados. Además, **ORBEST** aprovechará las sinergias de pertenecer a un gran grupo turístico como Orizonia de cara a ofrecer productos combinados como viaje + hotel.

ORBEST volará para destinos nacionales con las Islas Canarias y Baleares desde 15 aeropuertos españoles (Valladolid, Valencia, Madrid, Zaragoza, Bilbao, Barcelona, Málaga, Granada, Pamplona, Santiago, Oviedo, Vigo, Alicante, Sevilla y León).

Los vuelos internacionales se operarán, inicialmente, sólo desde Madrid con rutas a Escocia (Edimburgo), Noruega (Lakselv), Hungría (Budapest), República Dominicana (Punta Cana) y México (Cancún). **ORBEST** operará también en Portugal con vuelos desde Lisboa y Oporto a Tenerife, Palma de Mallorca y Mahón. ☺



Ricardo Fernández, director de Marketing Corporativo de Orizonia, Emeterio Lorente, director general de Orbest y Víctor Bañares, director general de Marketing de Orizonia.



Plácido Domingo da nombre al último avión de Iberia

- * Es la primera vez que la compañía dedica un avión a un personaje en vida
- * Iberia quiere así rendir homenaje al gran tenor, que este año celebra su 70 cumpleaños y 50 años sobre los escenarios como español universal

Iberia ha dedicado el último avión recién llegado su flota de largo radio al tenor español Plácido Domingo que se convierte, de esta forma, en el único personaje en vida cuyo nombre figurará en el fuselaje de uno de los aviones más emblemáticos de **Iberia**.

Se trata de un Airbus A-340/300, modelo destinado a las rutas hacia América Latina, Estados Unidos y Sudáfrica.

Iberia quiere homenajear con esta iniciativa al gran tenor español que este año celebra su 70 aniversario, y 50 años sobre los escenarios de todo el mundo, lo que le convierte, sin duda, en uno de los españoles más admirados mundialmente que ha contribuido y contribuye a prestigiar el nombre de España a lo largo de toda su trayectoria profesional. ☺



IBERIA Sala VIP Velázquez de la T4 de Barajas

Diseño innovador, inmejorable ubicación, más de 2.000 m² de amplios espacios, Luz, Tranquilidad. Un remando de paz en medio del ajetreo de uno de los aeropuertos internacionales más modernos del mundo. Así podríamos describir la sala VIP Velázquez de Iberia, una sala de la que disfruta cada día alrededor de mil personas.

Además de contar con un exclusivo restaurante y un amplísimo espacio, dispone de numerosas facilidades. Entre ellas, un servicio de consigna, bar autoservicio para disfrutar de aperitivos, desayunos y meriendas, bebidas frías y calientes y una selección de vinos y licores selectos, guardarropa, salas de televisión, duchas o aseos para discapacitados y atención a bebés.

Para quienes quieran aprovechar su estancia en la sala para seguir trabajando, la sala ofrece un auténtico work center, una zona aislada para trabajar con comodidad, equipada con teléfono, conexión gratuita a Internet, correo electrónico, conexión a red para PC, fotocopiadoras en color, fax, scanner ... Y también con una sala de reuniones.



Los clientes también encontrarán un área de descanso, con luz tenue y cómodas camas separadas por biombos. Además, un moderno sistema de información de vuelos por pantallas, sustituye a la tradicional megafonía para evitar la contaminación acústica y asegurar un ambiente silencioso.

La sala VIP de **Iberia** cuenta asimismo con un Rincón del Vino donde los clientes pueden degustar los mejores vinos y licores. Además, está a su disposición una sumiller que les revela las peculiaridades de cada vino y todos aquellos rasgos que los hacen únicos y especiales. ☺

IBERIA BRITISH AIRWAYS

Unen su negocio de carga

- * *Se situarán entre las diez mayores compañías aéreas de carga del mundo*
- * *Combinarán la red de vuelos de Iberia a América Latina con la de British Airways en Norte América, África y Asia*
- * *Ambas compañías mantendrán sus marcas, y sus empleados continuarán trabajando para sus actuales empresas*

Tras la fusión de **Iberia** y **British Airways**, las operaciones de carga de ambas compañías se dirigirán como una sola unidad de negocio, que reportará a **International Airlines Group (IAG)**, el holding resultante de la fusión, aunque ambas compañías mantendrán sus marcas actuales.

El negocio conjunto se situará entre las diez mayores compañías aéreas de carga del mundo y estará dirigido por Steve Gunning como director general, e Ignacio Díez Barturen, como director general adjunto. Previamente ambos han sido los máximos responsables de **BA World Cargo** e **Iberia Cargo** respectivamente.

Según Steve Gunning, "este acuerdo es una excelente noticia para nuestros clientes. Las operaciones de carga tanto de **BA** como las de **Iberia** son muy exitosas, cada una por sí misma, por eso es importante que mantengan sus propias marcas. Sin embargo, con la creación de una única unidad de negocio, nuestros clientes se beneficiarán de un catálogo integrado de productos, además de una red más amplia. Tendremos una red global con un único punto de contacto de ventas en cada mercado y una atención consistente por todo el mundo".

Según Ignacio Díez Barturen,

"podemos combinar la fortaleza de la red de vuelos de **BA** en Norte América, África y Asia con la de **Iberia** en Latinoamérica y la destacada red de carga de ambas compañías. La explotación conjunta del negocio de carga permitirá también poder aprovechar mejor cualquier oportunidad comercial o de compras conjuntas que incrementarán la rentabilidad de todo el grupo. Nuestro objetivo final es estar bien posicionados para poder competir con éxito a escala mundial".

Habrà un pequeño equipo directivo de Carga en **IAG**. El resto de los empleados continuarán trabajando en sus actuales compañías. ☺