



Euroopan johtavat lentoyhtiöt avaavat uuden matkailupalvelun verkossa

Tiistaina 26. kesäkuuta 2001: Yhdeksän Euroopan johtavaa lentoyhtiötä julkistivat tänään suunnitelmansa siirtyä yhdessä online-matkailumarkkinoille lanseeraamalla myöhemmin tänä vuonna uuden eurooppalaisen matkailuportaalin. Palvelussa myydään lentoja ja muita matkailutuotteita suoraan kuluttajille.

Uusi matkailuportaali nimeltä "Opodo" on itsenäinen yhtiö, joka syntyi Aer Lingusin, Air Francen, Alitalian, Austrian Airlinesin, British Airwaysin, Finnairin, Iberian, KLM:n ja Lufthansan yhteistyön tuloksena. Lentoyhtiöiden tavoitteena on tehdä Opodosta markkinajohtaja Euroopan matkailupalveluiden verkkomyynnissä. Matkailupalveluiden verkkomyynnin markkinat ovat tällä hetkellä 6.1 miljardin euron arvoiset ja niiden on ennustettu kasvavan 40.9 miljardiin euroon vuoteen 2005 mennessä.

Opodo tarjoaa kuluttajille laajan valikoiman kilpailukykyisesti hinnoiteltuja matkailutuotteita: yli 480 lentoyhtiön lentoja, hotellivaraukset 54 500 kohteeseen, autonvuokrausta 23 500 kohteesta maailmanlaajuisesti sekä matkavakuutuksia. Yritys aikoo erottautua muista matkantarjoajista välittämällä todella henkilökohtaista palvelua vuorokauden ympäri, seitsemänä päivänä viikossa.

Opodon pääkonttori on Lontoossa ja se toimii itsenäisenä yrityksenä, noudattaen osakkeenomistajien kanssa tehdyn yhteisyrityssopimuksen ehtoja. Opodo lanseerataan ensi vaiheessa Saksassa, Iso-Britanniassa ja Ranskassa, ja muissa Euroopan maissa vuosien 2002 ja 2003 aikana.

Helmikuussa 2001 yritys nimitti entisen Alitalian toimitusjohtajan Giovanni Bisignanin toimitusjohtajakseen. Opodo aikoo palkata yli 100 vakituista työntekijää vuoden loppuun mennessä. Toimitusjohtaja Giovanni Bisignanin mukaan "Opodo tarjoaa kuluttajille runsaasti paikallista tietoa, ja tavoitteenamme on hyödyntää paikallista kokemusta, jonka kautta Opodosta tehdään Euroopan ylivoimainen ykkönen online-matkavarauksissa."

"Eurooppa on jäänyt jälkeen Yhdysvalloista online –matkavarauksissa. Uskomme, että Eurooppa on nyt lähellä online-matkailupalveluiden kysynnän räjähdysmäistä kasvua. USA:n kasvu tulee ylittymään niinkin pian kuin vuonna 2004", Bisignani toteaa.

Nicolas de Santis, Opodon markkinointijohtaja, arvioi, että "Opodon tavoitteena on erottua muista kilpailijoista luotettavana brandina, joka huomioi kuluttajien yksittäiset matkustustarpeet henkilökohtaisella ja innovatiivisella tavalla. Verkkopalvelumme ja tuotevalikoimamme ovat kouriintuntuva osoitus uuden brandimme arvosta."

Giovanni Bisignani on onnistunut palkkaamaan joukon huippujohtajia eri operaatioita vetämään: Nicolas De Santis, Marketing Director; Simon Tucker, Chief Financial Officer; Matthew Noghani, Director of Technology; Eifrion Evans, Director of Business Development; Vincent Bourke, Operations Director ja Jill Bardy, laillinen neuvonantaja.

Bisignani on myös koonnut johtavia alihankkijoita rakentamaan Opodosta johtavaa matkailubrandia. Näihin lukeutuvat Sapient, Amadeus, TRX Inc, Energis² ja Broadvision.

- Amerikkalainen teknologiayhtiö **Sapient** integroi Opodon paikallisten sivujen verkoston. Asiakkaat voivat käyttää Opodon palveluita omalla kielellään.

- **Amadeus**, Euroopan suurin tietokonepohjainen varausjärjestelmä, välittää maakohtaisen varausjärjestelmän Opodon asiakkaille.
- **TRX Inc**, joka käsitteli yli kuusi miljoonaa online –matkailun varausta vuonna 2000 ja yhden neljästä verkon kautta ostetusta matkalipusta, tulee hallinnoimaan Opodon ympärivuorokautista, vuoden jokaisen päivänä avoinna olevaa puhelinpalvelua, ja huolehtimaan varausten prosessoinnista.
- Financial Timesin 100-listalla mainittu tietoliikenteen ja e-business-ratkaisujen tarjoaja **Energis²** tulee isännöimään portaalia ja hallinnoimaan verkkoliikenteen kasvua.

Opodon henkilökunta koostuu matkailualan ammattilaisista. Sen ja lentoyhtiöiden kokemuksen avulla yhtiö pyrkii tarjoamaan eurooppalaisille kuluttajille huomattavasti nykyistä kokonaisvaltaisempaa ja yksilöllisempää palvelua. Tämä tarkoittaa runsasta matkoihin liittyvää tietoutta: matkaoppaita, interaktiivisia karttoja, sekä suurta valikoimaa tunnettuja matkailubrändeja maakohtaisilla markkinoilla. Opodolla on omat sivustonsa kussakin maassa.

Nimi Opodo on johdettu lauseesta "opportunity to do". Opodo kohdistaa palvelunsa ensisijaisesti vapaa-ajan matkailijoihin ja itsenäisiin liikematkailijoihin, jotka ovat tottuneet käyttämään verkkoa matkailumahdollisuuksia kartoittaessaan, mutta eivät välttämättä ole käyttäneet verkon tarjoamia palveluita matkojen varaamiseen.

OPODO

Opodo on uusi matkailuportaali, joka on luotu yhdeksän Euroopan johtavan lentoyhtiön yhteistyönä. Lentoyhtiöt ovat Aer Lingus, Air France, Alitalia, Austrian Airlines, British Airways, Finnair, Iberia, KLM ja Lufthansa. Opodo täyttää tämän päivän matkustajan todelliset tarpeet tarjoamalla puolueetonta ja kilpailukykyisesti hinnoiteltua palvelua ympäri maailman kohdistuvaan matkailuun. Palvelutarjonta kattaa yli 480:n lentoyhtiön lennot, 54 500 hotellia ja autonvuokrausta yli 23 500 paikkakunnalta ympäri maailman, samoin kuin matkavakuutukset. Opodon pääkonttori sijaitsee Lontoossa ja sen tavoitteena on markkinajohtajuus online-matkailupalveluiden välittäjänä. Opodo toimii itsenäisesti osakkeenomistajina olevista lentoyhtiöistä. Lisätietoja Opodosta: www.opodo.com.

Forrester Researchin tutkimustiedot

Forrester Researchiä (huhtikuu 2000) on käytetty Euroopan verkkomatkailumarkkinoiden tietolähteenä. Euroopan markkinat ovat tällä hetkellä 6.1 miljardin euron arvoiset ja niiden on ennustettu kasvavan 40.9 miljardiin euroon vuoteen 2005 mennessä.

Lisätietoja:

Tuula Toivio, Viestintätoimisto Pressi, puh. 09-668 96 916, sähköposti tuula.toivio@pressi.fi