



Sunexpress operará la conexión dos días a la semana

El Aeropuerto de Sevilla recibe el primer vuelo de una nueva ruta con Dusseldorf

- El avión, un Boeing 737-800, ha aterrizado hacia a las 09.10 horas de hoy bajo un arco de agua lanzado por los bomberos del aeropuerto
- Se trata del tercer destino alemán que incorpora la temporada estival, después de que a finales de marzo se estrenaran Fráncfort y Múnich
- Las compañías aéreas han programado para este verano más de 55.500 asientos con el mercado germano

20 de mayo de 2015

El Aeropuerto de Sevilla ha recibido hoy el primer vuelo de una nueva ruta con Dusseldorf, que será operada por la compañía alemana Sunexpress los lunes y los miércoles. El avión, un Boeing 737-800, ha aterrizado hacia las 09.10 horas, bajo el arco de agua con el que tradicionalmente bautizan los bomberos del aeropuerto los vuelos inaugurales.

Se trata del tercer destino alemán que el Aeropuerto de Sevilla incorpora a la programación de verano, después de que a finales de marzo Lufthansa hiciera lo propio con Fráncfort y Múnich.

La operativa de Sunexpress permitirá reforzar la oferta con un mercado en el que se había detectado una importante demanda latente por cubrir. Muestra de ello es que, sólo en abril -primer mes completo con las conexiones de Fráncfort y Múnich en funcionamiento-, se han movido hacia o desde Alemania cerca de 5.500 pasajeros.

Asimismo, contribuirá a la consecución de tres objetivos fundamentales en la hoja de ruta del Plan de Marketing del aeropuerto, con el que se han

comprometido las instituciones locales representadas en el grupo de trabajo Impulso Destino Sevilla (IDS):

- Reducir la dependencia del mercado doméstico, mediante una redistribución del tráfico, que permita repartir al 50% el peso de la actividad nacional e internacional. En este sentido, el año pasado se produjo un significativo avance, ya que el mercado foráneo aportó casi el 42% del tráfico, tres puntos más que en 2013.
- Diversificación de las aerolíneas que operan en el aeropuerto, algo que redundará en una mejora de la oferta y en más opciones para que el pasajero pueda elegir de acuerdo con su perfil.
- Aumento de la conectividad, mediante la captación de rutas con destinos que ofrecen potencial de desarrollo. Alemania era un objetivo prioritario –las compañías aéreas han programado para este verano más de 55.500 asientos con el mercado alemán-, junto con Italia, Suiza, Reino Unido, países nórdicos o Europa del Este.