

Onorato: due nuove linee Tirrenia da Napoli per Catania e Malta

Roma, 8 mag. (AdnKronos) – Forte di una crescita record che nel primo quadrimestre del 2018 è stata superiore al 20% rispetto al corrispondente periodo del 2017 e della conquista di una rilevante quota di mercato più che doppia rispetto al 2016, il gruppo Onorato sferra con due nuove linee un’ulteriore [...]

Roma, 8 mag. (AdnKronos) – Forte di una crescita record che nel primo quadrimestre del 2018 è stata superiore al 20% rispetto al corrispondente periodo del 2017 e della conquista di una rilevante quota di mercato più che doppia rispetto al 2016, il gruppo Onorato sferra con due nuove linee un’ulteriore offensiva sulla Sicilia. La nuova linea Catania-Napoli con 6 corse settimanali, tre in andata e tre in ritorno, contribuirà in modo determinante – secondo le stime elaborate dal gruppo Onorato – a spostare dalla strada al mare, più di 300.000 mezzi pesanti all’anno, per altro andando a incidere su una delle tratte autostradali più congestionate, la Salerno-Reggio Calabria.

Le partenze da Napoli sono fissate nelle serate di lunedì, mercoledì e venerdì con arrivo a Catania a metà mattinata e ritorno da Catania su Napoli, martedì, giovedì e sabato sempre con navigazione notturna. La nave impiegata, la “Hartmut Puschmann”, (di bandiera italiana e con equipaggio italiano) è dotata di cento cabine e di due ristoranti self-service per rendere la traversata più confortevole possibile per gli autisti dei 100 mezzi pesanti che saranno trasportati. Farà base nell’hub catanese dove il gruppo, attraverso la Catania Port Services, gestisce un importante terminal ro-ro. Una nave con caratteristiche analoghe, sempre di proprietà, sarà utilizzata sul collegamento fra Napoli e Malta, attraverso la formula del transhipment, con sei corse, tre in e tre out. E partenze incrociate il lunedì, il mercoledì e il venerdì.

“Il successo commerciale conseguito sulla Sicilia – sottolinea Alessandro Onorato, vice presidente e responsabile commerciale del gruppo Onorato – non è solo frutto di una politica commerciale o di marketing; è conseguenza di un rapporto con gli autotrasportatori, che è basato sulla capacità e la precisa volontà di ascoltare e comprendere i loro bisogni, le loro necessità e cercare le soluzioni tecniche conseguenti”.