

Alitalia riparte tra critiche e dubbi

di Andrea Giuricin e Roberto Melini

L'infinita privatizzazione di Alitalia ha trovato il suo epilogo: dopo oltre 27 mesi dall'annuncio, alla fine la nuova Alitalia è nata e il primo volo è decollato il 13 gennaio.

Il giorno prima del decollo ufficiale sono arrivate due importanti notizie. Il primo azionista della nuova compagnia italiana sarà la straniera Air France-KLM, che ha il 25 per cento del vettore in virtù di un investimento di soli 323 milioni di euro. Il colosso franco-olandese, come più volte affermato dall'Istituto Bruno Leoni, non poteva non essere il partner di Alitalia, dal momento che tra le compagnie esisteva un accordo nell'alleanza SkyTeam troppo costoso da sciogliere. Tra pochi anni, la compagnia italiana sarà quasi certamente acquistata dal partner straniero, seguendo la logica di consolidamento in atto nel trasporto aereo.

La seconda notizia riguarda la celerità dell'ENAC: a meno di tre mesi dalla richiesta è arrivata la licenza di volo per la Compagnia Aerea Italiana, quando – per ragioni di “sicurezza” - la normativa prescrive almeno dai quattro ai sei mesi per la concessione.

Gli ultimi giorni hanno anche registrato la richiesta della Lega Nord e del Sindaco di Milano Letizia Moratti di lasciare tempo a Lufthansa per entrare nella trattativa. Tuttavia, l'azienda - ormai divenuta privata - giustamente non poteva più farsi influenzare dalla politica.

Milano Malpensa trova con CAI una soluzione peggiore a quella dello scorso aprile, ma esistono delle soluzioni per sviluppare l'aeroporto milanese.

La richiesta alla SEA, da parte della nuova Alitalia, di chiudere il *city airport* di Linate alla sola tratta Milano-Roma, della quale possiede più del 95 per cento degli *slot*, è da considerarsi fuori mercato e difficilmente verrà soddisfatta. Se l'obiettivo sono i viaggiatori italiani, si deve andare verso una concorrenza tra gli aeroporti (come insegna il caso inglese) e non certo verso una chiusura di Linate. La nuova Alitalia non vale il mercato italiano e nemmeno quello europeo, di cui avrà circa il 3 per cento della *market share* passeggeri.

La ricapitalizzazione da parte dei soci CAI è arrivata il 12 dicembre, con l'immissione di poco più di 400 milioni di euro. Nel complesso i soci italiani hanno messo un capitale pari a 850 milioni di euro, con i quali sono stati comprati gli asset della vecchia Alitalia (per 1052 milioni) e AirOne (per oltre 790 milioni di euro). Da questi due dati si comprende bene come la nuova Alitalia parta indebitata.

KEY FINDINGS

- La nuova Alitalia parte indebitata, avendo speso 1052 milioni di euro per acquistare gli asset di Alitalia e 790 milioni per AirOne a fronte di una capitalizzazione di soli 847 milioni da parte italiana e di 323 milioni da parte francese.
- Durante la privatizzazione, iniziata 27 mesi fa, Alitalia ha accumulato perdite per 1,8 miliardi di euro.
- La legge 166 del 2008 approvata dal Parlamento Italiano ha limitato l'azione dell'Antitrust: delle prime 25 rotte italiane, ben 14 vedono la predominanza assoluta di Alitalia con una quota di mercato superiore all'80 per cento.
- Esistono delle soluzioni: Alitalia deve essere obbligata a rilasciare degli slot negli aeroporti italiani. È necessaria un'apertura delle rotte intercontinentali con nuovi accordi bilaterali, come insegna l'esempio britannico.

Andrea Giuricin è assistente presso l'Università di Milano – Bicocca. È inoltre Fellow dell'Istituto Bruno Leoni.

Roberto Melini, laureato in economia presso l'Università Milano Bicocca, è specializzato nel settore aeroportuale.

Sempre il 12 dicembre, il Commissario Straordinario ha richiesto, per garantire la continuità, 24 milioni di euro immediatamente, più 14 milioni di euro ogni settimana successiva.

Queste richieste di pagamento da parte del Commissario di Alitalia Augusto Fantozzi permettono di stimare una perdita del vecchio vettore di 2 milioni di euro al giorno, nonostante la legge prescriva che il Commissario Straordinario debba prendere qualunque decisione per far sì che la compagnia operi in pareggio.

Dal 29 agosto, quando Alitalia è stata commissariata, la gestione potrebbe essere stata molto simile a quella pre-fallimentare, dal momento che risulta possibile che il vecchio gruppo Alitalia abbia perso più di 360 milioni di euro.

Questo sarebbe l'ennesimo duro colpo per i creditori di Alitalia, i quali non si vedranno rimborsati circa 2,3 miliardi di euro.

La seguente tabella evidenzia le perdite che Alitalia ha subito dal momento in cui è cominciato il processo di privatizzazione. I dati sono ufficiali per quanto riguarda il quarto trimestre 2006, il bilancio del 2007 e la gestione fino al commissariamento di Alitalia; mentre la gestione di Augusto Fantozzi a partire da inizio settembre del 2008 si stima abbia cumulato perdite pari a 3 milioni di euro al giorno.

TABELLA 1**La lunga privatizzazione**

Anno	Periodo	Perdita Netta
2006	Quarto Trimestre	185
2007	Anno	495
2008	Fino al Commissariamento	763
	Gestione Fantozzi	360 (1)
Perdite Totali		1803

Dati: in milioni di Euro (1) Stima IBL

La privatizzazione è stata un lungo calvario. Iniziato 27 mesi orsono, il Gruppo Alitalia ha bruciato 1,8 miliardi di euro lungo tale periodo. Una privatizzazione all'italiana con un enorme spreco di denaro pubblico e, cosa ben più grave, con una chiusura alla concorrenza nel mercato interno e un'apertura delle rotte intercontinentali quasi nulla.

L'Alitalia è stata gestita da politica e sindacati in maniera fallimentare. Gli 1,8 miliardi di euro di perdite in poco più di 26 mesi lo testimoniano. Il trasporto aereo italiano rischia di entrare in una crisi profonda a causa di azioni o non azioni da parte del decisore politico.

Esempio di liberalizzazione

La liberalizzazione delle rotte intercontinentali, che l'Istituto Bruno Leoni invoca ormai da molti mesi, può essere essenziale per aprire il mercato alla concorrenza e ridare slancio al trasporto aereo, che negli ultimi mesi si sta avvitando in una crisi profonda.

Alitalia sta portando nel baratro tutto il settore, ma è possibile intraprendere azioni al fine di ridare impulso alle compagnie.

L'esempio arriva dal mercato del Regno Unito dove la rinegoziazione dell'accordo bilaterale nel 2004 tra Gran Bretagna ed India ha portato ad uno sviluppo delle rotte intercontinentali tra questi due paesi.

Attualmente gli accordi bilaterali regolano non solo il numero di voli settimanali, ma anche le destinazioni collegabili dal servizio di trasporto aereo. Tali limitazioni valgono per molte destinazioni intercontinentali ad eccezione di quei paesi per i quali si è aperto ad un regime di "Open Skies".

Tra il 2004, anno d'entrata in vigore dell'accordo tra India e Regno Unito, e il 2006, la liberalizzazione ha permesso l'ingresso di nuove compagnie nel mercato e la nascita di nuovi collegamenti.

Dal grafico possiamo vedere come i voli offerti siano passati da 20 a 63, con un aumento superiore al 300 per cento. È evidente inoltre l'evoluzione del mercato aereo tra Gran Bretagna ed India per quel che riguarda le compagnie aeree inglesi, e l'aumento della concorrenza tra i diversi vettori.

Si è dunque sviluppata l'offerta dal Regno Unito sulle singole tratte, e per ogni destinazione si è assistito ad un aumento del numero di voli.

L'incremento dei voli si è concentrato principalmente tra Londra e le città indiane di Delhi e Mumbai; questo perché le due città sono gli *hubs* di Air India e Jet Airways.

La liberalizzazione ha avuto effetti concorrenziali anche sul mercato indiano. A partire dal 2005 sono entrate nuove compagnie aeree indiane come la Jet Airways e la Air Sahara (che però ha abbandonato il mercato dopo pochi mesi).

Grazie anche ai nuovi entranti, la concorrenza è tra le più alte per le tratte di lungo raggio. Nel grafico si ha una rappresentazione visiva dell'importante impatto che ha avuto la liberalizzazione sul mercato indiano e inglese, con il numero di voli complessivo passato da 31 a 112 in soli 3 anni.

Questo aumento dei voli diretti tra i due paesi - che nel 2006 ha fatto registrare una crescita del 50 per cento rispetto all'anno precedente - ha avuto effetti anche sul mercato dei voli indiretti, portando ad una ulteriore riduzione dei prezzi a vantaggio dell'utilizzatore finale.

In termini di passeggeri, in 2 anni il mercato tra India e Gran Bretagna è passato da 87.000 passeggeri nell'ottobre 2004 a 181.000 passeggeri nell'ottobre del 2006.

Da questi dati si arriva alla conclusione che grazie alla liberalizzazione, il numero di voli e di passeggeri è aumentato. È evidente allora come le restrizioni non permettessero di soddisfare la domanda.

L'analisi condotta dalla CAA (Civil Aviation Authority) dimostra inoltre che tra i due paesi coinvolti nella liberalizzazione si è avuto un incremento del traffico per due tipologie passeggeri differenti: nel caso inglese il trasporto *leisure* è aumentato notevolmente passando dal 67 per cento del traffico nel 2004 al 78 per cento nel 2005; al contempo ha avuto un incremento importante anche il traffico indiano *business* verso l'Inghilterra.

Nel complesso tale liberalizzazione, che può costituire un buon esempio per l'Italia, ha avuto diversi effetti benefici:

- ➔ I consumatori hanno ottenuto notevoli vantaggi, dovuti ad un aumento dei voli e delle destinazioni accompagnato da una contemporanea riduzione dei prezzi.

- Gli aeroporti hanno visto un aumento dei guadagni, grazie ai maggiori diritti d'atterraggio e all'incremento degli acquisti al loro interno dovuto ad un aumento del traffico.
- Le compagnie aeree hanno avuto effetti contrastanti in quanto, per le compagnie già presenti, l'aumento della concorrenza ha ridotto i guadagni, ma la liberalizzazione ha permesso l'ingresso e quindi nuove opportunità a quelle compagnie che prima erano escluse. Inoltre, la riduzione delle tariffe ha portato ad un aumento dei passeggeri d'interscambio, molte volte trasportati proprio dagli operatori che prima erano leader del mercato.
- In generale, l'aumento del traffico passeggeri ha portato ad una maggiore occupazione.

Il primo passo non deve essere l'unico

Il mercato ha sofferto in questi ultimi mesi la debolezza di Alitalia. I problemi saranno ancora maggiori in futuro, a causa della limitata concorrenza sul mercato italiano.

La liberalizzazione delle rotte intercontinentali potrebbe portare ad un notevole incremento dei passeggeri (come dimostra anche il caso britannico). Non è infatti importante che sia un operatore italiano che trasporti i passeggeri, ma è necessario che si trasportino il maggior numero possibile di viaggiatori.

L'Italia sconta un'arretratezza nel trasporto aereo intercontinentale, e l'offerta di CAI nel 2009 sarà del 26 per cento inferiore a quella della sola Alitalia nel 2007.

La debolezza di CAI potrebbe essere in realtà un vantaggio, se solamente si decidesse di aprire le rotte a lungo raggio, dato che nuovi vettori potrebbero entrare su questo mercato molto remunerativo.

L'azione di liberalizzazione dei voli verso Dubai, che permetterà l'incremento dei voli verso questa destinazione - grazie all'accordo firmato dai governi interessati - è certamente una prima, seppur timida, azione di apertura alla concorrenza.

Nel complesso, le due compagnie medio-orientali, Emirates ed Etihad, potranno compiere più di 84 voli settimanali, di cui 28 cargo, tra gli Emirati Arabi Uniti e l'Italia, contro meno di dieci collegamenti settimanali oggi effettuabili.

L'accordo prevede uno sviluppo sia per Milano Malpensa che per Roma Fiumicino, essendo disponibili 21 *slot* settimanali su ogni scalo. Altri 14 voli settimanali saranno possibili da Venezia. Questo lascia presagire un ottimo sviluppo legato alla clientela *leisure*.

Il governo ha attuato un primo passo, sicuramente molto importante, ma è necessario continuare in questa direzione affinché il trasporto aereo italiano possa approfittare della crescita globale del settore.

Certamente chi parla di *hub* europeo a Milano Malpensa, dopo la possibilità data ad Emirates di potersi sviluppare sul nostro mercato, non ha compiuto un'analisi approfondita. Infatti, l'aeroporto di Dubai vede transitare più del doppio dei passeggeri rispetto a Milano Malpensa ed è oggi già in grado di accogliere 80 milioni di passeggeri l'anno, cioè più della somma di Milano Malpensa e Roma Fiumicino.

L'accordo, se non rende dunque Milano l'*hub* europeo di Emirates, rappresenta certamente una decisione importante da parte del governo.

Il mercato intercontinentale è strettamente regolato da accordi bilaterali, che dovrebbero essere liberalizzati nei prossimi mesi

Il mercato europeo è stato invece liberalizzato completamente, anche se resistono dei “colli di bottiglia” negli aeroporti a causa della carenza di *slot*.

Le restrizioni maggiori sono tuttavia riscontrabili nel mercato domestico, dove la concorrenza è stata limitata dalla fusione tra Alitalia ed Airone.

Attualmente, i nuovi vettori *low cost* sono riusciti ad entrare nel mercato italiano abbastanza efficacemente, anche grazie alla debolezza del vettore di bandiera.

La seguente tabella evidenzia le quote di mercato per quanto riguarda i posti offerti dalle compagnie *low cost* nel terzo trimestre del 2008.

TABELLA 2

Quota di mercato delle LCC in Italia nel terzo trimestre 2008

Mercato	Quote di mercato (1)	
	Compagnie Low Cost	Compagnie Tradizionali
Domestico	21%	79%
Europa	45%	55%
Globale	31%	69%

(1) In termini di posti offerti

Fonte: CRIET - Università Milano Bicocca

Nel complesso, secondo i dati del CRIET (Centro di Ricerca Interuniversitario in Economia del Territorio) la quota di mercato raggiunta da parte delle *low cost* è del 31 per cento a livello complessivo italiano. I posti offerti non sono i posti occupati, e occorre sottolineare che il *load factor* delle compagnie *low cost* è certamente superiore a quello delle compagnie tradizionali.

Il mercato domestico vede un’offerta del 21 per cento per quanto riguarda i vettori *low cost*, dato molto inferiore rispetto al 45 per cento raggiunto per i passeggeri diretti verso l’Europa.

I passeggeri che dall’Italia hanno come destinazione od origine l’Europa sono quasi certamente in maggioranza *low cost*. Questo fatto va considerato come un successo a meno di dieci anni dalla completa liberalizzazione imposta dall’Unione Europea.

Questa tendenza verso una maggiore competizione nel mercato Italia-Europa è riscontrabile anche nella creazione della filiale italiana di Lufthansa.

Lufthansa Italia e lo sviluppo di Malpensa

La creazione di Lufthansa Italia e il relativo posizionamento di alcuni aerei su Milano Malpensa non è solo un’opportunità per lo scalo milanese, ma è soprattutto il rafforzamento di una tendenza in atto nel trasporto aereo internazionale e di una strategia tipica del vettore di bandiera tedesco.

Il trasporto aereo è caratterizzato da due modelli principali: il primo, tipico delle compagnie tradizionali, è l’*hub & spoke*, dove l’aeroporto principale è posizionato nel paese della compagnia di bandiera. Il secondo, è il modello *point to point*, che viene utilizzato principalmente dalle compagnie *low cost*, dove non esiste uno scalo predominante ed i voli sono diretti verso differenti destinazioni.

La liberalizzazione del volo intercontinentale verso gli Stati Uniti, tramite l'accordo Open Skies, ha di fatto modificato il panorama nel settore aereo. Ad oggi, ogni compagnia europea può collegare una qualunque destinazione negli Stati Uniti da qualsiasi aeroporto europeo. È importante quindi per una compagnia globale come Lufthansa riuscire ad essere presente nei maggiori scali europei, per poi avere abbastanza traffico da alimentare una tratta intercontinentale.

La scelta di cominciare ad operare più di 15 voli quotidiani da Milano Malpensa verso destinazioni internazionali - quali Madrid, Londra o Parigi - è molto importante nella logica *multi-hubbing*, che la compagnia tedesca sta ormai attuando da diversi anni.

La creazione di Lufthansa Italia è certamente in piena concorrenza con le rotte che Alitalia ed Air France-KLM offrono attualmente dagli scali milanesi.

È interessante notare che Lufthansa potrà effettuare voli sul mercato internazionale e non su quello nazionale. Questo dipende dal fatto che il mercato interno sarà chiuso alla concorrenza dal nuovo monopolista CAI, mentre rimane aperto alla concorrenza lo spazio europeo. Non a caso lo stesso nuovo operatore italiano, nel proprio "Piano Fenice", prevede che il prezzo medio del biglietto sul mercato domestico sarà più elevato di quello internazionale, come dimostrato dalla seguente tabella.

TABELLA 3

Ricavo medio per Passeggero CAI

Passeggero	2009	2010	2011	2012	2013
Domestico	€ 106	€ 105	€ 107	€ 108	€ 110
Internazionale	€ 118	€ 115	€ 112	€ 109	€ 107

Dati: in euro Fonte: Elaborazione dati CAI

Il prezzo di un biglietto per un viaggiatore CAI nel 2013 sarà superiore per una rotta domestica, come la Milano-Roma, rispetto ad una internazionale, ad esempio la Milano-Londra.

Questo è possibile solo a causa della chiusura del mercato domestico e all'impossibilità di fare altrettanto per quanto riguarda il mercato europeo.

I maggiori ricavi di 2,1 miliardi di euro nei prossimi 5 anni per CAI, per quanto riguarda il solo mercato domestico, derivano infatti da un incremento delle tariffe che molto probabilmente saranno superiori del 32 per cento rispetto alla vecchia Alitalia¹.

Lufthansa Italia, detenuta completamente dal vettore tedesco, avrà bandiera italiana tanto, avendo fatto richiesta del certificato di operatore aereo (AOC) all'ENAC.

Concorrenza limitata nel mercato domestico

Compagnia Aerea Italiana ha certamente avuto un trattamento di riguardo per quanto riguarda le condizioni di acquisto².

Le problematiche maggiori tuttavia non si avranno per quanto successo nel passato, ma per l'incertezza che determina il futuro del trasporto aereo italiano.

¹ Per un approfondimento è possibile consultare il Briefing Paper numero 62 dell'Istituto Bruno Leoni (IBL) di Andrea Giuricin e di Ugo Arrigo disponibile all'indirizzo http://brunoleonimedia.servingfreedom.net/BP/IBL_BP_62_Alitalia.pdf

² Le critiche sul prezzo pagato da CAI per gli asset di Alitalia sono contenute nel Focus n. 118 dell'IBL disponibile all'indirizzo http://brunoleonimedia.servingfreedom.net/Focus/IBL_Focus_118_Giuricin.pdf

La legge 166 del 2008, approvata lo scorso 27 ottobre dal Parlamento Italiano, ha limitato l'azione dell'Antitrust, il quale non avrà più alcun potere di intervento fino al 30 giugno del 2009 nel caso di fusioni di imprese.

L'Autorità garante della concorrenza e del mercato (AGCM) ha infatti dovuto emettere un provvedimento molto soft, nel quale "impone" alla nuova compagnia aerea che il 10 per cento dei biglietti debba essere emesso alle tariffe più economiche esistenti prima della fusione. Questa decisione sembra però essere una beffa, perché il restante 90 per cento delle tariffe potrà essere aumentato fino a fare raggiungere quei 2,1 miliardi di euro di ricavi aggiuntivi che lo stesso "Piano Fenice" si pone come obiettivo. D'altronde, il potere d'intervento dell'Antitrust è stato di fatto annullato dalla nuova legge.

La situazione sul mercato domestico sarà alquanto critica. La seguente tabella evidenzia la quota di mercato per le principali rotte italiane per Alitalia più AirOne secondo i dati disponibili al terzo trimestre del 2008.

TABELLA 4

Offerta di posti nel mercato domestico italiano: quote di mercato al terzo trimestre 2008 di Alitalia ed AirOne (1)

Rotte sul mercato domestico		Peso della rotta nel mercato domestico percentuale	Quota di mercato Alitalia + AirOne in percentuale (2)
Fiumicino	Milano Linate	9.8	98.2
Fiumicino	Catania	5.6	66.8
Fiumicino	Palermo	4.2	84.5
Fiumicino	Torino	4.0	89.6
Fiumicino	Altri aeroporti	3.8	62.5
Fiumicino	Cagliari	2.7	49.1
Fiumicino	Venezia	2.7	100.0
Fiumicino	Milano Malpensa	2.5	68.2
Milano Linate	Napoli	2.2	85.9
Fiumicino	Genova	2.1	100.0
Fiumicino	Bari	2.1	100.0
Fiumicino	Lamezia Terme	1.8	100.0
Milano Malpensa	Palermo	1.7	55.8
Milano Linate	Cagliari	1.6	52.3
Milano Malpensa	Napoli	1.5	45.4
Fiumicino	Brindisi	1.5	100.0
Milano Linate	Catania	1.5	34.9
Fiumicino	Trieste	1.4	100.0
Fiumicino	Verona	1.3	82.1
Milano Linate	Palermo	1.3	77.7
Milano Malpensa	Altri aeroporti	1.2	85.0
Milano Linate	Bari	1.2	100.0
Fiumicino	Reggio Calabria	1.1	85.3
Milano Linate	Olbia	1.1	0.0
Milano Malpensa	Catania	1.1	37.9

(1) Calcolate sulla base dei posti settimanali offerti, stagione estiva lata 2008. I dati Alitalia includono Volare.

(2) In giallo le rotte con quota di mercato superiore al 60 % e in arancione sopra l'80 %

Fonte: elaborazioni CRIET-Università Milano Bicocca

La tabella mette in evidenza come la maggior parte delle rotte italiane sarà operata in sostanziale monopolio da parte del nuovo vettore italiano, mentre la “promessa” di CAI di effettuare un rilascio di 50 *slot* è totalmente inefficace.

Delle prime 25 rotte italiane, ben 14 vedono la predominanza assoluta di CAI con una quota di mercato superiore all’80 per cento, e 18 con una quota di mercato superiore al 60 per cento.

La situazione è davvero critica. È però possibile effettuare delle piccole modifiche, che pur riducendo i vantaggi per gli imprenditori della cordata italiana, garantiranno benefici maggiori per tutto il settore del trasporto aereo italiano che è grande almeno 5 volte CAI.

Le azioni da intraprendere per salvare il trasporto aereo italiano e Malpensa

Lo scontro tra Roma Fiumicino e Milano Malpensa è uno scontro tra perdenti. La nuova Alitalia avrà solo 88 voli settimanali verso l’intercontinentale, cioè poco meno di un undicesimo di quanti ne ha Air France dal solo aeroporto di Parigi Charles De Gaulle. Nessuno dei due scali sarà un *hub*; tecnicamente è impossibile crearlo con così pochi voli.

È necessaria dunque la riapertura del mercato aereo italiano, tramite la modifica della legge 166/2008, in modo che si possa avere più concorrenza nei principali scali italiani dove CAI detiene una posizione monopolistica. Non è preoccupante tanto la posizione dominante di CAI sul mercato domestico, quanto l’abuso di posizione dominante, che lo stesso operatore ha ammesso di volere effettuare tramite un incremento dei ricavi (del 32 per cento rispetto alla vecchia Alitalia) per posti chilometro offerti.

Gli *slot* sono una risorsa scarsa e CAI deve rilasciarne diversi sui principali scali italiani affinché possano essere assegnati ad altre compagnie.

È inoltre indispensabile un’apertura delle rotte intercontinentali con nuovi accordi bilaterali con altri Stati extra-europei, nel solco della decisione presa con gli Emirati Arabi Uniti.

Tramite queste due semplici azioni, Lufthansa e un qualunque altro operatore, che voglia investire in Italia, potranno offrire non solo voli internazionali, ma anche voli nazionali ed intercontinentali.

IBL Briefing Paper

CHI SIAMO

L'Istituto Bruno Leoni (IBL), intitolato al grande giurista e filosofo torinese, nasce con l'ambizione di stimolare il dibattito pubblico, in Italia, promuovendo in modo puntuale e rigoroso un punto di vista autenticamente liberale. L'IBL intende studiare, promuovere e diffondere gli ideali del mercato, della proprietà privata, e della libertà di scambio. Attraverso la pubblicazione di libri (sia di taglio accademico, sia divulgativi), l'organizzazione di convegni, la diffusione di articoli sulla stampa nazionale e internazionale, l'elaborazione di brevi studi e briefing papers, l'IBL mira ad orientare il processo decisionale, ad informare al meglio la pubblica opinione, a crescere una nuova generazione di intellettuali e studiosi sensibili alle ragioni della libertà.

COSA VOGLIAMO

La nostra filosofia è conosciuta sotto molte etichette: "liberale", "liberista", "individualista", "libertaria". I nomi non contano. Ciò che importa è che a orientare la nostra azione è la fedeltà a quello che Lord Acton ha definito "il fine politico supremo": la libertà individuale. In un'epoca nella quale i nemici della libertà sembrano acquistare nuovo vigore, l'IBL vuole promuovere le ragioni della libertà attraverso studi e ricerche puntuali e rigorosi, ma al contempo scevri da ogni tecnicismo.

I BRIEFING PAPER

I "Briefing Papers" dell'Istituto Bruno Leoni vogliono mettere a disposizione di tutti, e in particolare dei professionisti dell'informazione, un punto di vista originale e coerentemente liberale su questioni d'attualità di sicuro interesse. I Briefing Papers vengono pubblicati e divulgati ogni mese. Essi sono liberamente scaricabili dal sito www.brunoleoni.it.