

Qualcosa è cambiato?

di Andrea Giuricin

Il governo ha iniziato la terza fase della privatizzazione di Alitalia con due azioni importanti: ha assegnato a Intesa San Paolo il ruolo di *advisor* nella vendita di Alitalia e tramite un decreto legge ha iniettato 300 milioni di euro nel patrimonio della compagnia di bandiera affinché essa non fallisse. Se la prima azione non pone eccessivi dubbi, ad eccezione del fatto che la banca milanese - torinese è stata per le prime due fasi della privatizzazione partner di Airone, cioè di uno dei possibili acquirenti, la seconda ha provocato, come era prevedibile, l'apertura di un'indagine da parte della Commissione Europea per il rischio che il prestito ponte si configuri come aiuto di Stato.

Il nuovo *advisor* ha circa 5 settimane per presentare il piano di privatizzazione della compagnia di bandiera e nel frattempo diverse ipotesi sono all'orizzonte; alcune fonti propendono per una suddivisione di Alitalia nella parte "Fly" e una *bad company* con dentro parte di Alitalia Servizi. Questa soluzione prevedrebbe l'entrata di Airone e Meridiana in Alitalia "Fly" con l'eventuale creazione di un campione nazionale con circa il 5 per cento della quota di mercato europeo.

Questa nuova compagnia avrebbe dei seri problemi finanziari, in quanto nel 2008 tutti e tre i vettori presenteranno delle perdite a causa del rialzo del prezzo del carburante (è stimabile una perdita complessiva di circa 600 milioni di euro). L'indebitamente supererebbe i 2 miliardi di euro e sarebbero necessari investimenti di almeno 3 miliardi di euro per il rinnovamento della flotta che solo Airone ha cominciato ad attuare. La *bad company* necessiterebbe di tagli di circa 5000 dipendenti e non si capisce bene se resterà in mano pubblica; in questo caso è poco credibile una riduzione di queste dimensioni da parte dell'azionista pubblico (la storia delle imprese pubbliche italiane dovrebbe aver insegnato almeno questo).

Il trasporto aereo in Europa ed in Italia

In questa fase di stallo è necessario fare il punto della situazione sul mercato del trasporto aereo europeo ed italiano.

Il trasporto aereo passeggeri europeo continua nella sua crescita ad un tasso molto elevato, il 6,5 per cento a livello dell'Unione Europea a 15 nel 2007. A partire dal 1997, anno della liberalizzazione europea, il mercato è raddoppiato e l'Italia ha superato la media della crescita della UE a 15.

La seguente tabella analizza il numero di passeggeri nell'Unione Europea nel 2006 e nel 2007 rielaborando dati Eurostat.

Andrea Giuricin è assistente per i corsi di Politica economica pubblica e Finanza pubblica presso l'Università di Milano – Bicocca. È inoltre Fellow dell'Istituto Bruno Leoni.

TABELLA 1

Trasporto Aereo Europeo nel 2007

Stato	Passeggeri		Crescita
	2007 (4)	2006	07/06
Regno Unito	218523339	212574755	2.8%
Germania	165918958	156323062	6.1%
Spagna	162984822	147962317	10.2%
Francia	120251722	113182776	6.2%
Italia (1)	107809455	97919578	10.1%
Paesi Bassi	50763247	48898834	3.8%
Grecia (3)	34903741	32751450	6.6%
Irlanda (3)	29997838	28052624	6.9%
Svezia	27264659	26215097	4.0%
Danimarca	24191452	23183722	4.3%
Portogallo	24108463	21495387	12.2%
Austria(3)	22760119	21006751	8.3%
Belgio	21018179	19292959	8.9%
Finlandia	14428108	13330115	8.2%
Lussemburgo	1634465	1597404	2.3%
UE15	1026558568	963786831	6.5%
Polonia (2)	17314047	13546393	27.8%
Rep.Ceca (3)	13213229	12329375	7.2%
Ungheria	8580261	8245920	4.1%
Cipro	7322689	7034865	4.1%
Lettonia	3170062	2502291	26.7%
Malta	2971368	2699870	10.1%
Slovacchia	2264629	2153021	5.2%
Lituania	2197874	1804763	21.8%
Estonia	1722931	1533706	12.3%
Slovenia	1526966	1328509	14.9%
Nuovi Entranti	60284056	53178713	13.4%
UE 25	1086842624	1016965544	6.9%

(1) Dati Assaeroporti

(2) Dati annuali stimati 2007 dal primo semestre

(3) Dati annuali stimati 2007 da terzo trimestre

(4) Stima con dati parziali

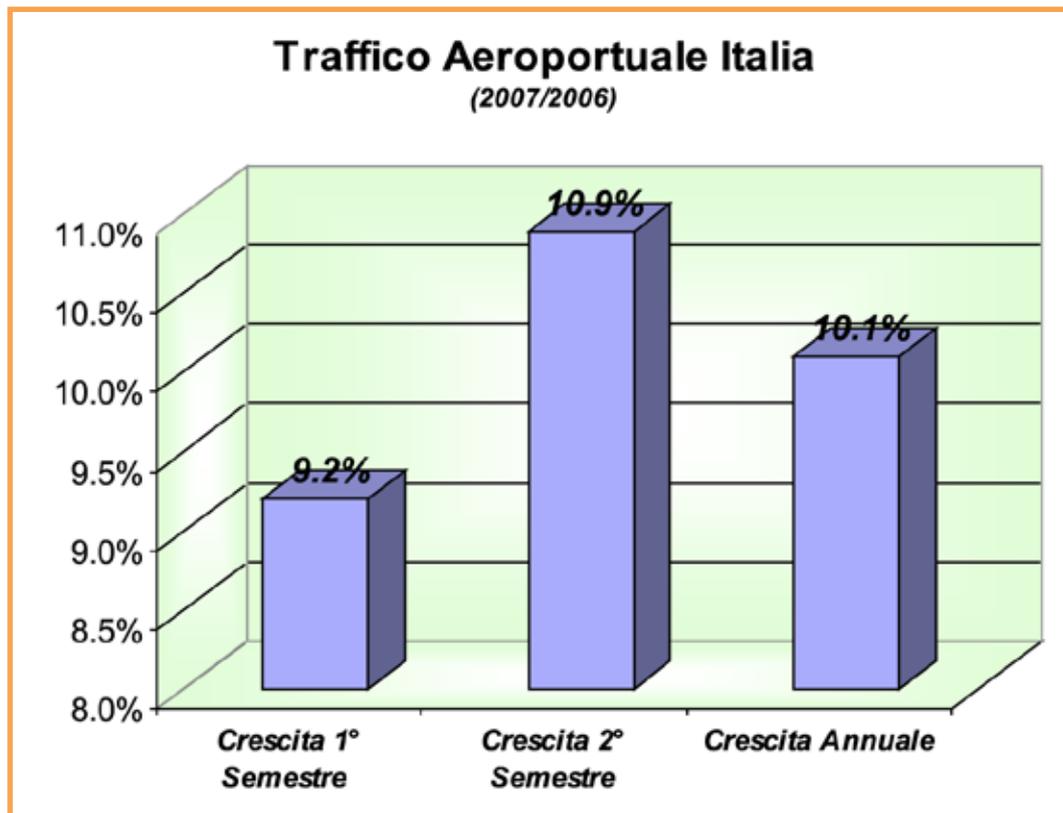
Fonte: Elaborazione Dati Eurostat

Il mercato italiano risulta essere stato nel 2007 quello che più si è sviluppato insieme a quello iberico. La crisi Alitalia non ha intaccato lo sviluppo del mercato lo scorso anno e gli effetti del piano Prato, l'ex Amministratore Delegato della compagnia di bandiera, sono cominciati ad essere evidenti dall'Aprile del 2007.

La crescita del mercato italiano è stata costante lo scorso anno, in quanto il tasso di crescita è stato superiore al 9 per cento in entrambi i semestri; si è avuta un'accelerazione nel secondo semestre grazie alla crescita delle compagnie *low cost*.

Il seguente grafico evidenzia, secondo i dati di Assaeroporti, l'evoluzione semestrale del mercato italiano.

FIGURA 1



La crescita del mercato italiano è dovuta ai concorrenti di Alitalia, che hanno incrementato la loro offerta di voli nel corso del 2007. La quota di mercato di Alitalia nel 2007 era circa il 23 per cento, mentre ad aprile del 2008, primo mese nel quale gli effetti della ristrutturazione parziale dovuta al piano Prato sono stati evidenti, la quota di mercato era scesa al 17,8 per cento. Airone, la seconda compagnia italiana, ma non del mercato italiano, aveva il 7 per cento nel 2007, che è salita al 7,2 per cento nel mese di Aprile. Ryanair, primo vettore *low cost* europeo, nel 2007 aveva in Italia una quota di mercato superiore al 10 per cento.

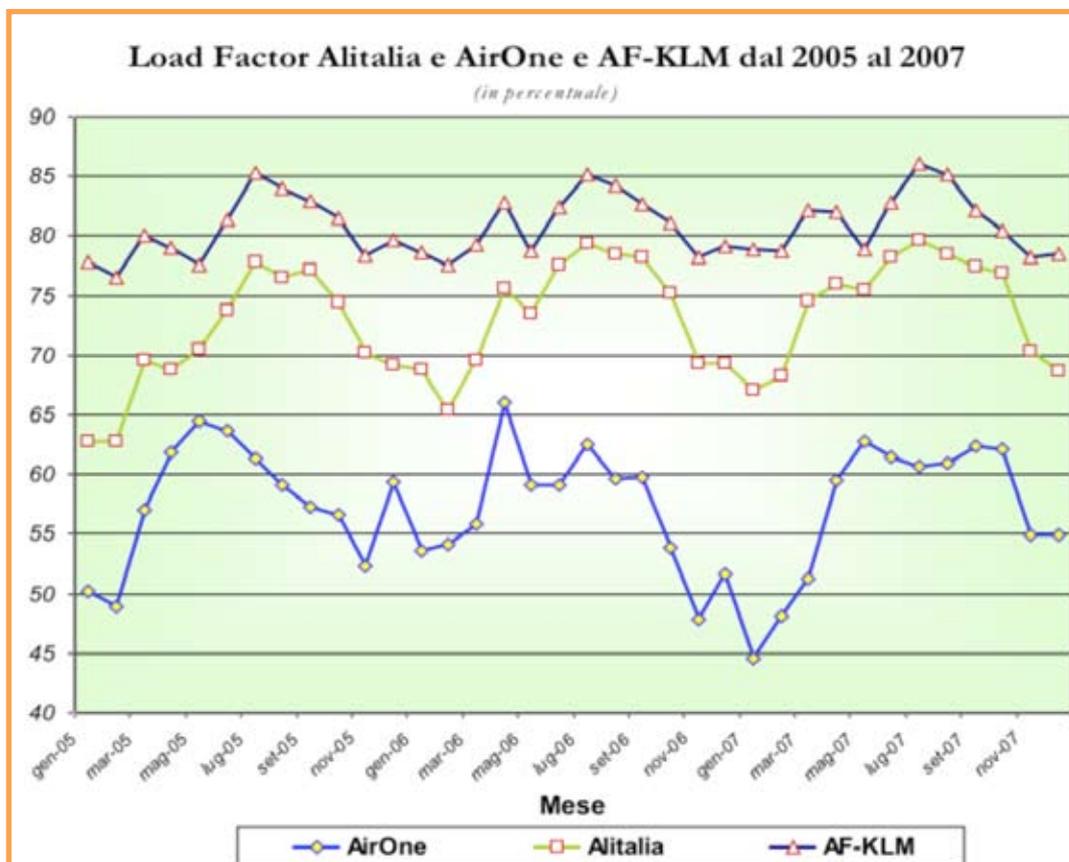
I vettori italiani non riescono ad avere un *load factor* molto elevato; Airone risulta essere la compagnia con una capacità di riempimento tra le più basse in Europa.

Il grafico alla pagina successiva evidenzia l'andamento del *load factor* mensilmente per Alitalia, Airone e il principale carrier europeo, AirFrance-Klm nel periodo compreso tra il 2005 e il 2007.

Airone nel 2007 tuttavia è riuscita ad avere un risultato in positivo, nonostante il *load factor* molto basso, ma per il 2008 la compagnia rischia di "andare in rosso"; il livello raggiunto dal prezzo del carburante, salito di circa il 90 per cento negli ultimi 12 mesi, con l'euro che si è rivalutato solo del 20 per cento nei confronti del dollaro, fa sì che le compagnie aeree avranno un 2008 quasi campale.

L'aumento dei costi, in un mercato concorrenziale come quello aereo, ha anche il suo aspetto positivo; le compagnie aeree meno efficienti usciranno dal mercato e questa "scrematura" sarà salutare per il settore. Alitalia non è tra le compagnie più efficienti e l'aumento del prezzo del carburante sarà ancora più tragico per il vettore di bandiera, in quanto esso utilizza aeromobili molto più vecchi e più dispendiosi in carburante rispetto alla concorrenza.

FIGURA 2



Slot, fusione Alitalia e Airone e la Milano - Roma

L'Unione Europea ha permesso la compravendita di slot approvando il sistema che era già vigente nel Regno Unito. Il secondary trading permette di fatto alle compagnie aeree di vendere gli slot, pur non essendo essi direttamente posseduti dalle compagnie stesse; gli slot infatti rispondono ai grandfather's rights, norme internazionali IATA. Lo slot di fatto rimane alla compagnia che lo utilizza purché il vettore lo adoperi per almeno l'80 per cento nel corso della stagione. L'introduzione della possibilità di vendita permette ai vettori di bandiera, che tradizionalmente posseggono gli slot più preziosi, di avere una possibilità di aumentare i propri ricavi.

Alitalia a dicembre scorso aveva venduto 3 coppie di slot di Heathrow per almeno 60 milioni di euro.

L'ipotesi di fusione tra Alitalia e Airone avrebbe delle conseguenze importanti per la concorrenza nel mercato italiano; sebbene questa nuova compagnia avrebbe circa il 4 per cento della quota di mercato europea, a livello nazionale ci sarebbero problemi per la concorrenza. La Milano Linate - Roma Fiumicino diventerebbe di fatto un monopolio in quanto le due compagnie avrebbero circa il 95 per cento del mercato. L'antitrust potrebbe intervenire obbligando alla vendita del 30-35 per cento degli slot tra le due città e questo potrebbe significare un introito per la nuova compagnia. Bisogna evidenziare che la Milano Linate - Roma Fiumicino è una delle rotte più redditizie, soprattutto per le due compagnie che hanno il 95 % degli slot tra Linate e Fiumicino; queste compagnie come anticipato, sono Alitalia (65 %) e AirOne (30 %). Essendo praticamente un duopolio è prevedibile che le due compagnie, su questa rotta abbiano un ottimo profitto. La

poca concorrenza esistente si ha con dei collegamenti da Malpensa o da Orio al Serio per Ciampino o Fiumicino.

Ad oggi, sul mercato italiano, non è facile dare un prezzo agli slot perché il prezzo deve tenere conto della futura evoluzione del trasporto tra le due città; infatti l'apertura dell'alta velocità che in tre ore collegherà Milano - Roma dalla fine 2009, dovrebbe far scendere la quota di mercato del trasporto aereo e quindi il valore degli slot. È stimabile un valore per ogni slot di circa 3-8 milioni di euro, ma ad oggi non è facile dare un prezzo poiché non è mai esistito un mercato reale.

Quale introito dunque per la vendita degli slot? Forse 60-120 milioni di euro, che comunque non risolveranno i problemi di fondo della cordata italiana; la necessità di finanziamento si avvicina infatti alla cifra di almeno 2 miliardi di euro.

È lecito porsi una domanda: perché esiste questo sostanziale duopolio sulla Linate-Fiumicino? Le due compagnie possiedono gli slot che sono una barriera all'entrata insormontabile; uno slot una volta preso non è più contendibile e le due compagnie italiane se li tengono ben stretti. Milano Linate non ha più slot "liberi" a causa della limitazione imposta dal governo, nel momento dell'apertura di Malpensa a fine del 1998.

I passeggeri della rotta sono circa 2,4 milioni l'anno, il che ne fa una delle più trafficate d'Europa e il prezzo medio è di circa 104 euro (stima Steer Davies Gleave – Commissione Europea). Come singola rotta potrebbe valere 250 milioni di euro e considerando le quote di mercato, Alitalia ricava 150 milioni di euro e Airone 87,5 milioni di euro.

Il profitto è probabilmente elevato anche per Alitalia, che non è una compagnia molto efficiente e i margini potrebbero essere di circa il 15-20 per cento.

L'alta velocità ferroviaria, prevista per fine 2009, collegherà Roma e Milano in 3 ore, con un incremento della quota di mercato del treno, ferma nel 2006 al 38 per cento. Se mai arrivasse un po' di concorrenza anche nel settore ferroviario, probabilmente nel 2011 il treno conquisterà il 50 per cento della quota di mercato, con una stagnazione per la rotta aerea. La Milano – Roma resta comunque tra le rotte più redditizie al mondo e Alitalia ed Airone producono probabilmente un profitto elevato sulla principale rotta italiana.

Un mercato promettente e il futuro di Malpensa

Le potenzialità del mercato aereo italiano sono molto importanti.

L'Italia conta 60 milioni di abitanti, lo stesso numero della Gran Bretagna; in questo ultimo paese, grazie ad una liberalizzazione anticipata e nonostante British Airways trasporti 35 milioni di passeggeri l'anno, il mercato supera i 210 milioni di passeggeri l'anno. Le *low cost* hanno una quota di mercato superiore al 40 per cento. In Italia si è superata la soglia dei 100 milioni di passeggeri nel 2007 (108 milioni) e il tasso di crescita è uno dei più elevati in Europa. Questo anno si avrà un rallentamento a causa del taglio dei voli Alitalia, ma prevedibilmente (salvo shock esterni oltre al petrolio) nel 2020 l'Italia potrebbe avere 200 milioni di passeggeri l'anno. Il potenziale italiano è dunque enorme e i maggiori scali italiani potrebbero beneficiare dell'ulteriore sviluppo.

Per quanto riguarda Malpensa, ad aprile ha conosciuto una perdita importante di passeggeri, sia per la Pasqua anticipata, ma soprattutto per il fatto che il Piano Prato tagliava i voli; di fatti la tendenza è stata confermata nel mese di maggio.

I voli eliminati settimanali sono circa 800 e già 500 sono stati coperti con compagnie che hanno investito nell'aeroporto varesino. Se si attuerà una piena liberalizzazione

dei voli intercontinentali con la rinegoziazione degli accordi bilaterali, la “crisi” di Malpensa potrà essere superata in tempi brevi; l’aeroporto deve cercare sul mercato delle compagnie aeree che vogliano investire sullo sviluppo dello scalo e non può sperare che Alitalia ritorni grazie a dei contributi pubblici. L’aeroporto inoltre si trova in una situazione di monopolio naturale e i margini di SEA sono molto elevati; nell’unico ramo aziendale della gestione aeroportuale, aperto alla concorrenza, l’handling, la SEA perde decine di milioni di euro l’anno. D’altronde gli azionisti della SEA sono all’85 per cento il Comune di Milano e al 14 per cento la Provincia di Milano e l’1 per cento residuale ad altri soci; la gestione non è propriamente privatistica e molto sarebbe da fare in questo settore.

Il 4th best è la soluzione migliore?

A questo punto la migliore soluzione per il mercato del trasporto aereo è il commissariamento di Alitalia. Le ricapitalizzazioni a carico dello Stato negli ultimi anni sono state ingenti; solamente negli ultimi 7 anni Alitalia ha beneficiato di 2,4 miliardi di euro di “aiuti”. Se queste risorse fossero state utilizzate per indennizzare – diciamo – 10 mila esuberi, ciascun reduce da Alitalia avrebbe ricevuto una buonuscita di 240 mila euro, con sua soddisfazione, e lasciando una compagnia meno ingessata e più facilmente privatizzabile.

Il grafico successivo riporta le perdite operative di Alitalia dal 1999 al 2008 e le relative ricapitalizzazioni. Nel 2008 è stata stimata una perdita di 400 milioni di euro, con un incremento rispetto al 2007 dovuto all’aumento del prezzo del carburante e stimato anche in base ai conti del primo trimestre.

FIGURA 3



Il grafico evidenzia una gestione fallimentare della compagnia che è ancora oggi in vita per il semplice fatto che è stata sempre salvata dal principale azionista: il Ministero dell'Economia. In questo modo si è distorta la concorrenza per diversi anni e il mercato italiano rimane il meno sviluppato tra quelli dell'Unione Europea a 15 Stati secondo l'indice dei voli per persona.

In definitiva è possibile effettuare una graduatoria delle possibili alternative per Alitalia.

Il bilancio Airone nel 2008 probabilmente andrà in negativo e l'eventuale fusione con Alitalia avrà il merito di creare un piccolo vettore regionale con monopolio locale; questa soluzione potrebbe essere considerata forse il 4th best. Se si creasse inoltre una *bad company*, molto probabilmente a carico dello Stato, la negatività della soluzione sarebbe ancora più evidente.

Il *first best* era il fallimento 10 anni fa di Alitalia, con un risparmio di circa 2 miliardi di euro e un mercato che si sarebbe sviluppato maggiormente rispetto ai già positivi risultati ottenuti.

Il *second best* è il commissariamento e l'acquisto di un vettore straniero, in modo che le logiche sindacali e politiche escano definitivamente da Alitalia. Il commissariamento farebbe del vettore italiano una compagnia in grado di reggersi in piedi da sola. La compagnia potrebbe inoltre vendere gli asset non essenziali (vendita di alcuni slot e terreni ad Aeroporti di Roma per 200 milioni di euro), per non usufruire del prestito ponte. Il Governo potrebbe agire abbassando le tasse governative; tale azione avrebbe il merito di non distorcere la concorrenza e non sarebbe respinta dalla Commissione Europea. Si potrebbe inoltre pensare ad un abbassamento delle tariffe aeroportuali per le compagnie aeree, in modo che parte dei costi sarebbero sostenuti da monopolisti pubblici o privati (i gestori aeroportuali).

Il *third best* è una l'adozione di una politica simile al *second best*, ma senza commissariamento; i tagli tuttavia dovrebbero essere importanti per Alitalia e l'arrivo di un vettore europeo sarebbe comunque necessario.

Il *4th best* è una soluzione all'italiana con influenze politico-sindacali sul trasporto aereo e con l'illusione che un piccolo vettore regionale possa competere in un mercato nel quale la competizione è esacerbata.

Nella vicenda Alitalia sono state perse molte occasioni per non confermare il teorema secondo il quale le aziende pubbliche italiane sono gestite secondo logiche ben diverse da quelle del mercato e che di conseguenza, hanno comportato perdite sociali enormi.

Il governo ha l'occasione di dimostrare che qualcosa è realmente cambiato in Italia.

IBL Focus

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.