

## Quale fine per Alitalia?

di Andrea Giuricin

Questa settimana si è rivelata cruciale per la privatizzazione di Alitalia. Quella che doveva essere la settimana di definizione delle offerte dei partecipanti alla gara, è diventata la settimana del fallimento della procedura di privatizzazione.

Pochi mesi fa, i partecipanti alla gara erano ancora tre:

- **Airone** con l'appoggio di Banca Intesa, che godeva di non pochi sponsor politici;
- **Texas Pacific Group**, fondo americano con una grande esperienza nel settore;
- **Aeroflot** con l'appoggio di Unicredit, che prevedeva una fusione con la compagnia di bandiera russa.

Una procedura di mercato avrebbe probabilmente portato ad un risultato diverso da quello che si è configurato in seguito al ritiro dell'ultimo concorrente dalla gara di privatizzazione; infatti, la procedura seguita, ha posto dei vincoli troppo limitanti, non di mercato che hanno indotto tutti i partecipanti a ritirarsi. Non è un caso che alcuni di questi si sono detti disponibili a rientrare in gara nel caso dovessero cambiare le regole di privatizzazione.

Ma quali soluzioni rimangono ora? Quale fine per Alitalia?

Tommaso Padoa Schioppa ha dichiarato che sono possibili solo due soluzioni:

- Il fallimento e la relativa liquidazione
- La trattativa privata

Per entrambe le soluzioni entra in gioco un vincolo dell'Unione Europea: Alitalia non può ricevere altri aiuti di Stato e falsare nuovamente la concorrenza nel mercato del trasporto aereo europeo.

Viste le due soluzioni possibili e i vincoli esistenti è necessario vedere quali siano le debolezze Alitalia.

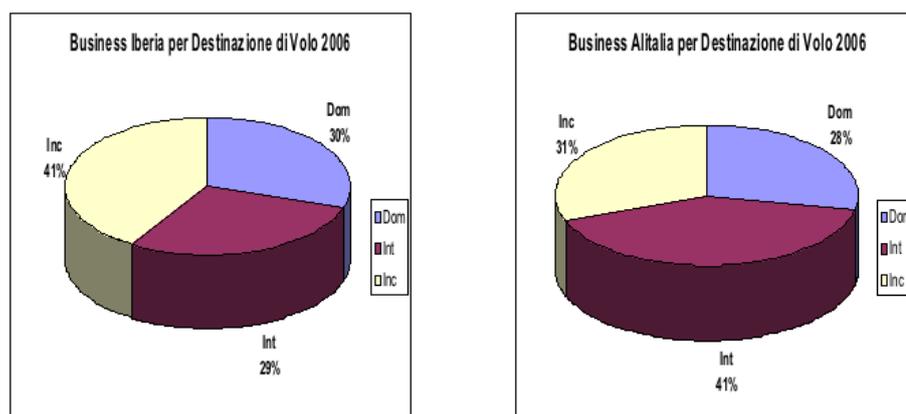
- I passeggeri Alitalia sono in diminuzione negli ultimi anni. Di seguito (pag.2) è riportata una tabella che mostra il numero di passeggeri trasportati dalle principali compagnie aeree europee.
- Deve essere capace di aumentare il proprio *load factor*, cioè essere in grado di riempire maggiormente i propri aerei di passeggeri tramite una migliore discriminazione di prezzo dei biglietti aerei.
- Deve rifocalizzare il proprio *business* su quelle rotte dove subisce meno concorrenza, i voli intercontinentali.

*Andrea Giuricin è assistente per i corsi di Politica economica pubblica e Finanza pubblica presso l'Università di Milano – Bicocca.*

COMPAGNIA AEREA	Passeggeri 2001	Passeggeri 2006	Load Factor 2006
Air France	43	73.5	81.4%
di cui Klm	15.9	...	...
Lufthansa	44.2	53.4	75.2%
Ryanair	9.3	42.5	82.0%
British Airways	35	33.1	76.1%
Easyjet	7.1	33	84.8%
Iberia	24.9	27.8	79.8%
Alitalia	24.6	24.1	73.6%

Dati: Passeggeri in milioni, Load Factor o capacità di carico in percentuale  
Fonte: Elaborazione Dati Compagnie e AEA

Il grafico sottostante raffronta il *business* Alitalia e Iberia nel 2006 suddiviso per destinazione geografica. I voli per destinazioni nazionali (DOM) e voli internazionali (INT), sono quelli dove maggiore è la concorrenza grazie alle liberalizzazioni imposte dall'Unione Europea. Il *business* Alitalia è per quasi il 70 per cento da queste destinazioni contro il 60 per cento di Iberia.



- Deve inoltre eliminare le rotte che non sono remunerative. Il servizio universale è già difeso dal sistema degli oneri di servizio pubblico (mal funzionante, come anche ammesso dall'Unione Europea).
- Deve essere in grado di ridurre i costi del personale come molte altre compagnie europee hanno già attuato, in seguito alla crisi del settore dovuta all'attacco delle Torri Gemelle.
- Deve inoltre saper ridurre i costi di marketing e distribuzione, migliorando la vendita sul sito internet.
- La strategia di doppio *hub* non ha alcun senso, se non quello di aumentare i costi.
- Ultimo punto è la capacità di finanziare dei grandi investimenti per il rinnovamento della propria flotta; Alitalia ha aerei che consumano fino al 30 per cento di carburante in più rispetto agli aerei moderni.

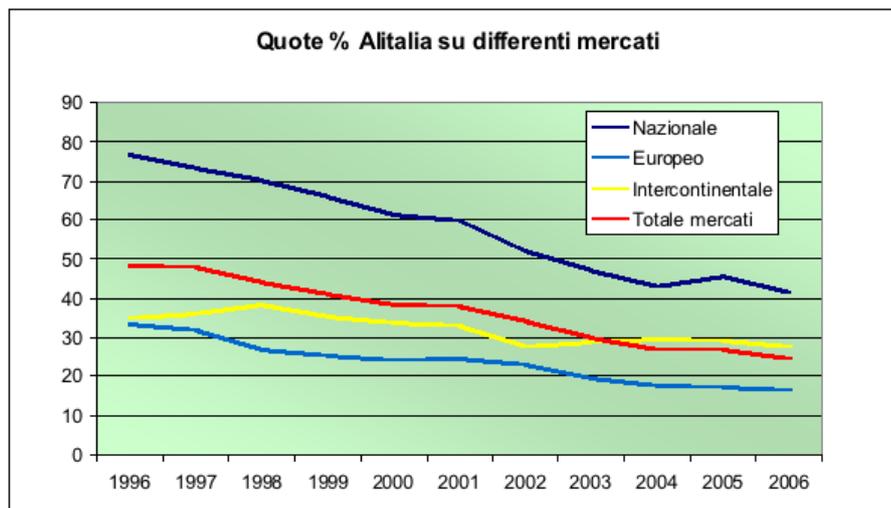
La liquidazione o soluzione Bondi, dal nome del risanatore di Parmalat, potrebbe riuscire a eliminare gran parte delle debolezze competitive di Alitalia, ad eccezione forse, del reperimento delle risorse per investire più di un miliardo di Euro nella flotta.

La trattativa privata non dovrebbe invece tradursi ad una corsa al ribasso, poiché Alitalia non contabilizza un *asset* molto importante e di grande valore quali gli *slot*.

L'unica certezza è che l'azionista pubblico deve uscire dall'azionariato perché ha dimostrato di non essere in grado di saper gestire la compagnia. Nell'ultimo anno Alitalia ha bruciato più di 600 milioni di Euro, una tassa di 10 Euro per ogni cittadino italiano o 25 Euro per passeggero.

L'azionista pubblico non sarebbe in grado di ridurre la capacità nelle rotte meno remunerative, non potrebbe investire altri soldi e in generale non saprebbe eliminare gli svantaggi competitivi che affliggono la compagnia.

L'andamento delle quote di mercato di Alitalia mostrano bene il declino di questi ultimi anni di gestione pubblica.



Ci si può porre un'ulteriore domanda: perché Iberia è contesa da diversi acquirenti proprio mentre la procedura di privatizzazione per Alitalia va deserta?

La risposta più semplice potrebbe essere che la vendita non è sottoposta a limiti quali quelli esistenti in Italia, ma ci sono tante altre motivazioni.

Da quando Iberia è stata privatizzata pochi anni fa è riuscita ad attuare quei cambiamenti che la stessa Alitalia necessita; ha focalizzato il *business* verso l'intercontinentale, ha rinnovato la flotta, ha ridotto i costi, ha aumentato il *load factor*.

Il mercato ha imposto le condizioni necessarie alla sopravvivenza della compagnia di bandiera iberica e la sfida è stata vinta.

Ci poniamo nuovamente la domanda principale: quale fine per Alitalia?

Le soluzioni rimaste sono due, ma quella di cui avrebbe avuto bisogno Alitalia non è mai stata presa in considerazione dal governo: una vera gara senza limitazioni, dove il vincitore è scelto dal mercato e non dalle condizioni politiche.

Qualunque scelta venga preso adesso, è una scelta non ottimale.

L'unica certezza è che sono stati persi più di sei mesi, quando l'unica certezza sarebbe dovuta essere una privatizzazione veloce di una compagnia sull'orlo del fallimento.

## 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.