

ECONOMIA A TERRA Sul lungo raggio l'Italia perderà miliardi in giro d'affari con tagli consistenti all'occupazione. Per le tratte interne verranno ridotti i posti e i costi saliranno

Meno voli e più cari: la (pessima) idea di dare Alitalia a Lufthansa

» UGO ARRIGO

Il governo italiano sta mostrando fretta di vendere a Lufthansa l'Alitalia commissariata, ritenendo in tal modo che il trasporto aereo italiano possa essere integralmente affidato al mercato. Se il mercato fosse davvero autosufficiente sarebbe una bella notizia, resa ancor più interessante dal fatto che ad affidarsi a esso è un'area politica storicamente orientata all'intervento pubblico. Nel 2008 il centrodestra fece l'esatto contrario e mise in piedi una cordata di imprenditori di Stato per evitare che Alitalia finisse nelle mani di Air France-Klm e i turisti internazionali che desideravano visitare il Colosseo venissero dirottati al Louvre. Quella scelta ci è costata molto cara, circa 7 miliardi di euro, tra perdite residue dell'Alitalia pubblica, prevalentemente dovute alla perdita di valore degli asset di un'azienda venduta a pezzi, costi della generosa cassa integrazione settennale e minori introiti fiscali provenienti da una nuova Alitalia quasi dimezzata. Inoltre andarono persi 9 mila posti di lavoro, inclusi i dipendenti a tempo determinato che all'epoca non vennero neppure inclusi nel conteggio, e furono regalati ai

vettori *low cost* 14 milioni di passeggeri che la nuova Alitalia ridimensionata si rifiutò di trasportare. Ma il fatto che quella scelta abbia rappresentato un grave errore non implica che quella ora perseguita (di segno opposto), sia corretta.

UN MERCATO funziona quando è in grado di soddisfare a prezzi accessibili e qualità idonea la domanda dei consumatori. Nessun dubbio che ciò avvenga nel caso del fornaio e del birraio del famoso esempio di Adam Smith e neppure nel caso in cui gli italiani desiderino recarsi per turismo in un altro Paese dell'Unione europea. Troveranno in questo caso una molteplicità di offerte a basso costo per voli diretti anche verso località secondarie. Le stesse possibilità non sono attese per le rotte interne, su cui è più probabile che si debba volare per necessità anziché per tempo libero. In questo caso non è da escludersi che non si trovino i voli, che i prezzi siano esorbitanti o gli orari non comodi. Perché queste differenze? Principalmente il fatto che il grado di concorrenza sul mercato domestico risulti molto inferiore a quello europeo, dato che i primi due operatori, Alitalia e Ryanair, raggiungono quasi l'80% dei passeggeri trasportati e i primi cinque vettori oltre il 95%. Più che un mercato di concorrenza appare, su molte delle rotte principali, come un duopolio. Se va in porto la cessione a Lufthansa si sa che essa acquisirà solo una parte della flotta di A-

litalia, quella di breve raggio, e che in conseguenza ridurrà sensibilmente l'offerta che si avvale di questo tipo di aerei: quella nazionale. Di fronte alla prevedibile riduzione di offerta da parte di Alitalia non possiamo attenderci che Ryanair non colga l'occasione per aumentare i prezzi. Pertanto sui voli domestici dobbiamo mettere in conto un peggioramento dell'offerta: riduzione dei posti disponibili e innalzamento dei prezzi. Un fenomeno analogo a quello che sta avvenendo in Germania dopo che Lufthansa ha acquisito gran parte del secondo operatore, Air Berlin. Il governo italiano ha valutato questi effetti prima di esprimersi in favore di una rapida cessione di Alitalia?

Resta da considerare il lungo raggio, il segmento economicamente più ricco per i vettori, l'unico nel quale sono riusciti in questi anni a mantenervi stabili condizioni di profitabilità. Tuttavia, a differenza dei voli nazionali ed europei, questo segmento non è liberalizzato, tranne che nel caso del Nordamerica. E i singoli mercati bilaterali sono ancora regolati da accordi tra Paesi che li ripartiscono tra le loro compagnie di bandiera nazionali. Chi possiede Alitalia controlla anche questi diritti di volo e può collegare direttamente l'Italia con tutti i Paesi degli altri continenti. Ma se chi possiede Alitalia è un vettore estero, che già organizza i suoi voli intercontinentali a partire da uno o più hub collocati sul suo territorio, valuterà quanto sia

preferibile offrire voli intercontinentali direttamente dall'Italia oppure convogliare i passeggeri italiani, e mondiali diretti in Italia, sui suoi hub nazionali, riempiendo in questo modo di più i suoi voli a lungo raggio.

GIÀ ORA chivola verso le Americhe o l'Asia lo fa principalmente via Londra, Amsterdam, Parigi o Francoforte. Le statistiche della Banca d'Italia sul turismo internazionale (indagini campionarie alle frontiere) permettono di stimare i passeggeri intercontinentali che usano voli indiretti: nel 2016 sarebbero venuti in Italia da altri continenti 9,6 milioni di stranieri e si sarebbero recati in altri continenti 7 milioni di italiani, per un totale di 16,6 milioni di viaggiatori e una domanda potenziale di viaggi aerei pari al doppio, a 33,2 milioni. Tuttavia la domanda effettiva di voli intercontinentali diretti da e per l'Italia è stata di soli 17,5 milioni e pertanto i 15,6 milioni mancanti sono i passeggeri che hanno raggiunto l'Europa con voli di lungo raggio verso hub non italiani e hanno quindi proseguito verso l'Italia con voli di breve raggio (o italiani che hanno fatto l'opposto). Si può stimare che questi 15,6 milioni mancanti abbiano volato per oltre 130 miliardi di chilometri complessivi, generando ricavi per le compagnie che non servono direttamente l'Italia per più di 8 miliardi di euro, quasi il triplo dell'intero fatturato di Alitalia. Si tratta di una cifra sottratta al mercato italiano e che nel caso di voli

diretti, offerti ipoteticamente da un vettore nazionale di grandi dimensioni, avrebbe

creato nel nostro paese occupazione, redditi e tasse percepite dal settore pubblico.

Quando vi sarà Deutsche Alitalia questa cifra è destinata a salire e il fatturato realizzato

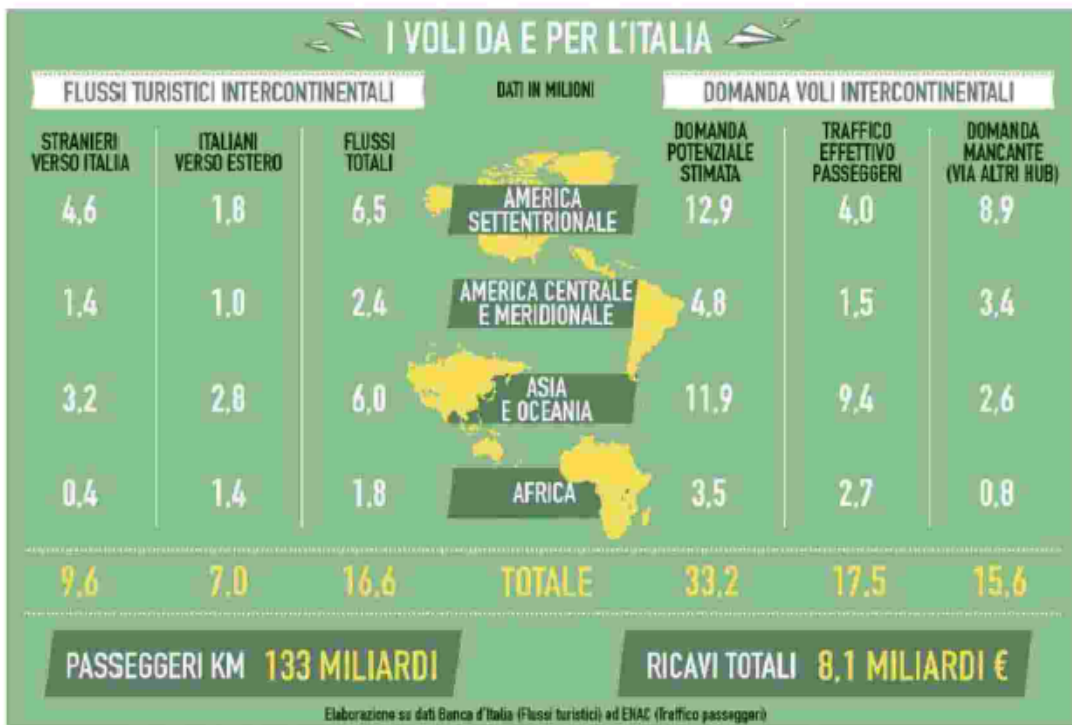
da un vettore nazionale ridimensionato è destinato anch'esso a contrarsi sensibilmente, assieme all'occupazione, ai redditi e alle tasse.



Vendesi

IL FUTURO

"Entro fine anno? Speriamo di chiudere presto, ma non ho elementi per dirlo", ha ribadito ieri il ministro Carlo Calenda. L'idea è quella di vendere una parte di Alitalia ai tedeschi di Lufthansa



Cattivi affari Se Alitalia finisse in mani tedesche i viaggiatori (e l'Italia) non ci guadagnerebbero *Ansa*

8

Miliardi
Sottratti al mercato italiano: i passeggeri, non serviti da un vettore italiano, che hanno volato per o dall'Italia da altri continenti

7

Miliardi
Quanto c'è costata la mancata vendita, nel 2008, di Alitalia a Air France-Klm: tra perdita degli asset, cassa integrazione ecc.

14

Milioni
I passeggeri lasciati alle low cost dalla "nuova" Alitalia dei "capitani coraggiosi". Operazione voluta da Berlusconi nel 2008

9

Milioni
I posti di lavoro persi nel 2008 quando Alitalia finì ai capitani coraggiosi. Quelli a termine non sono conteggiati



Da altri continenti

Già oggi 15 milioni di viaggiatori raggiungono il nostro Paese transitando per altre città europee: 8 miliardi di euro persi. E andrà peggio