

## Alitalia-Poste, ecco la sinergie che escludono l'aiuto di Stato

ROMA E' la prova regina che non si tratta di aiuti di Stato. Semmai dimostra l'esatto contrario. Ovvero che l'investimento delle Poste da 75 milioni di euro in Alitalia era ed è un'operazione di mercato. Con lo scopo dichiarato di aumentare i ricavi, ridurre i costi e sviluppare al massimo le sinergie. La prova, secondo quanto risulta al Messaggero, è stata già recapitata a Bruxelles per dimostrare che le accuse di Lufthansa sono infondate e che parlare di salvataggio pubblico è fuori luogo.

### OBIETTIVO FINALE

Ma veniamo ai fatti. Alle fine dello scorso mese Gabriele del Torchio, ad di Alitalia e Massimo Sarmi, che guida le Poste, hanno siglato una decina di contratti di cooperazione industriale per aumentare efficienza e redditività. Accordi in settori strategici per la vita delle due aziende e che, entro tre anni, garantiranno un flusso di profitti significativo. E che testimoniano la natura commerciale della partnership. Dai primi calcoli, ancora sommari elaborati dai partner, l'impatto totale delle sinergie si attesterà nel 2014 a circa 10,9 milioni di euro, per poi salire a 32 nel 2015 e arrivare a 33,3 milioni l'anno successivo. Tutto questo senza contare lo sviluppo nel comparto dell'information technology che al momento è ancora in fase di elaborazione. Ma che, ne sono convinti alla Magliana, darà anch'esso, grandi soddisfazioni. Al momento le collaborazioni siglate sono una decina. La prima riguarda la rete commerciale: la possibilità cioè di vendere biglietti Alitalia al mercato consumer e carnet alle piccole e medie imprese attraverso tutti i canali distributivi di Poste Italiane (web e rete degli sportelli). In questo campo Poste punta ad ottenere nel 2016 un margine di 3,6 milioni di euro, mentre Alitalia avrà un beneficio di quasi 13 milioni. Ma nello stesso ambito ci sono le iniziative legate all'utilizzo di Poste per l'attiva di direct marketing, quelle per la vendita «on board» del catalogo dei prodotti postali, la gestione e lo sviluppo web e app Alitalia. Sul fronte industriale Mistral Air opererà invece per Alitalia voli di linea e charter attraverso contratti di leasing operativo; mentre Alitalia aumenterà i voli postali per conto di Mistral Air. Le sinergie sono stimate in 1,1 milioni per Poste e circa 3 per la compagnia aerea. Tra i contratti siglati c'è quello che riguarda le «loyalty», ovvero la possibilità di convertire punti Mondo BancoPosta con miglia del programma MilleMiglia, mentre sarà possibile pagare i biglietti aerei con la funzionalità oneclick di PosteID. Non solo. In arrivo anche offerte esclusive con tariffe promozionali riservate ai clienti Bancoposta per l'acquisto dei biglietti aerei. La frontiera da valorizzare riguarda, come detto, l'information technology. Con la sinergia nello sviluppo e manutenzione delle piattaforme tecnologiche del vettore aereo a cui Poste tiene davvero. Anche in considerazione dell'esperienza maturata nel settore con la gestione di complessi date base (offerta cloud). Qui i riflessi commerciali sono evidenti, mentre tra i servizi da mettere a fattor comune ci sono, tra gli altri, quello di recapito, con l'offerta del servizio «door to door» con consegna del bagaglio direttamente a casa da parte delle Poste. Insomma, collaborazioni a vasto raggio in attesa dell'arrivo di Etihad.