

Il piano Alitali. Nuove rotte e aerei. A novembre il primo volo. Fiumicino diventa la porta europea. Malpensa hub per conquistare il Nord

ROMA Il primo volo della nuova Alitalia potrebbe decollare a novembre con l'avvio dell'orario invernale. Ovviamente, se l'alleanza sarà stata firmata. E sarebbe il battesimo di un progetto suggestivo per quanto ambizioso: trasformare in cinque anni la nostra ex compagnia di bandiera in un vettore a cinque stelle. Più rotte, più aerei, più aggressività sui mercati sfruttando anche la forza del made in Italy. Creare, infine, una aviolinea altamente competitiva in grado di reggere la concorrenza dei giganti del cielo. Ma oltre alla buona volontà servono risorse. Gli emiri di Etihad mettono sul tavolo 560 milioni, tanto per cominciare, e sono pronti ad arrivare un miliardo e due da qui al 2018. Un propellente che promette un decollo sicuro. Per arrivare dove? Una parte del sindacato ripete di non vedere rotte e destinazioni certe, Etihad sembra invece avere idee ben chiare puntando a fare di Fiumicino un hub di eccellenza e allo stesso tempo una robusta testa di ponte per lo sbarco in grande stile in Europa.

La strategia di sviluppo di Alitalia ovviamente è complementare a quella del vettore arabo e si basa su sei linee guida: sinergie con la stessa Etihad e le compagnie collegate per consentire guadagni tangibili; integrazione in un network con oltre 95 milioni di passeggeri; riduzione del corto raggio e contestuale sviluppo del lungo raggio con in lancio da Fiumicino di sette nuove rotte in meno di tre anni; ottimizzazione degli slot da Linate per la connessione con le capitali europee; incremento del lungo raggio da Malpensa con 25 nuovi voli settimanali nel 2018 rispetto agli attuali 11.

GLI SCALI

Malpensa costituirà l'hub di riferimento per il rilancio del settore cargo, prevedendo nel contempo lo sviluppo di Fiumicino e Linate. Le città target da collegare all'Italia sono Pechino, Mexico City, Santiago del Cile, San Francisco, Seoul, Shanghai. Previste più frequenze per Chicago, New York e Rio, mentre da Abu Dabhi aumenteranno i voli per Roma, Milano, Venezia, Catania e Bologna. A regime, cioè nel 2018, le destinazioni domestiche saranno 26, quelle internazionali 61 e le intercontinentali 18 per 105 destinazioni complessive. Il flusso di passeggeri sfiorerà, sempre nel 2018, quota 23 milioni. In sintesi, in una prima fase saranno 7 le nuove destinazioni e 16 le nuove rotte.

Sotto il profilo finanziario, il ritorno all'utile è previsto per il 2017 con 108 milioni, un fatturato a 3,7 miliardi e load factor, l'indice di riempimento degli aerei, che sfiorerà l'80 per cento. Nel 2023 l'utile volerà invece a quota 212 milioni e il fatturato a 4,5 miliardi. Per il mol balzo dai 237 milioni del 2015 ai 526 milioni del 2017 fino ai 694 de 2023. Cifre da capogiro comunque impensabili se confrontate con il rosso fisso con cui si sono chiusi gli ultimi bilanci della nostra ex compagnia di bandiera.

Intanto Etihad guarda con legittimo interesse alla opportunità offerta dall'Expo. Tanto è vero che nel piano si spiega in maniera dettagliata come l'alleanza potrà «coprire completamente i target», rispondendo così alla domanda interna (sono previsti oltre 2,8 milioni di visitatori dall'Italia), a quella europea (3,3), e a quella internazionale (1,6). Nell'operazione dovrebbe entrare anche Air Berlin, compagnia partecipata della stessa Etihad. Un altro obiettivo, non secondario, della nuova compagnia è la riconquista del ricco mercato del Nord Italia in gran parte appannaggio di Lufthansa che non per niente ha sempre osteggiato e continua ad ostacolare l'alleanza italo-araba. Prova ne siano i ripetuti "reclami" presentati a Bruxelles. Il Nord del nostro Paese è stato sempre terreno di battaglia tra i grandi vettori continentali. Alitalia non è mai riuscita a conquistarlo: ha provato alla fine degli anni Novanta con l'alleanza con Klm e l'apertura di Malpensa; avrebbe potuto farlo con il possibile accordo con Air France. Entrambi tentativi falliti miseramente. Ora ci prova con il partner arabo.