

Perché le compagnie aeree falliscono tutte d'estate?

Di Andrea Giuricin

La situazione di stallo in cui versa Alitalia non è certo benaugurante né per la compagnia aerea, né per il contribuente italiano. Il vettore si trova in una situazione difficile, nonostante i soldi messi dallo Stato italiano nel corso degli anni. Da ultimo il prestito ponte da 900 milioni di euro che dovrà essere restituito entro un trimestre e per il quale Alitalia non sembra avere i soldi in cassa per ripagarlo.

Il settore aereo non sta andando male negli ultimi anni e al contrario quasi tutte le grandi compagnie, chi più chi meno, vede dei margini positivi.

Andrea Giuricin è Fellow dell'Istituto Bruno Leoni.

FIGURA 1
Margine delle compagnie aeree nel 2018 (Ebit/Ricavi)



Fonte: Elaborazione Andrea Giuricin su dati compagnie

In particolare ci sono alcune best practice in termini di conti aziendali, dalla low cost irlandese Ryanair, fino ai vettori tradizionali come British Airways or AerLingus.

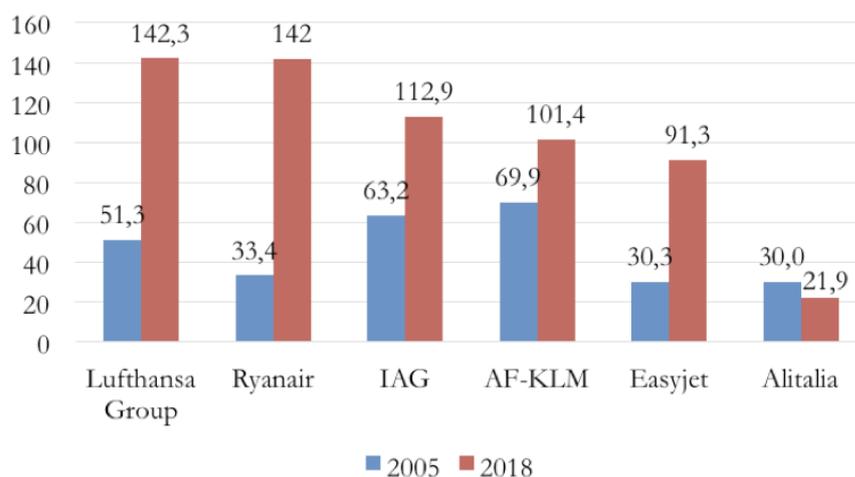
A parte Eurowings, società del gruppo Lufthansa alle prese con la ristrutturazione e integrazione di AirBerlin, nessuno degli altri grandi vettori vede un margine

operativo negativo. Solamente Alitalia, per ogni 100 euro di ricavi, registra costi operativi superiori a 113 euro al netto delle operazioni straordinarie¹.

L'operatore irlandese AerLingus, che fa parte del gruppo IAG (che comprende anche British Airways, Iberia e Vueling), soffre in casa la concorrenza della più grande low cost europea, Ryanair, e nonostante questo è riuscito a trovare il mercato necessario per essere una delle compagnie più profittevoli in Europa. Molto meno performante è invece AirFrance, che ha un risultato poco superiore al pareggio e che nel gruppo AF-KLM è un po' la "pecora nera". Tra i grandi gruppi, Lufthansa è leader in termini di passeggeri trasportati nel corso dello scorso anno.

Nel 2005, il numero di passeggeri trasportati congiuntamente da Alitalia e Airone (che si sarebbero fuse nel 2008) aveva lo stesso numero di passeggeri delle due principali low cost europee, Ryanair ed Easyjet. Il mercato tuttavia è andato crescendo, mentre Alitalia affondava prima con la gestione pubblica, poi con quella privata.

FIGURA 2
Compagnie Aeree (milioni di Passeggeri)



Fonte: Elaborazione Andrea Giuricin su dati compagnie

Nel 2018 invece, il mercato era completamente diverso. Il numero di passeggeri di Lufthansa è stato superiore ai 142 milioni, poco sopra al risultato raggiunto da Ryanair. Le prime cinque compagnie sono tutti dei grandi operatori.

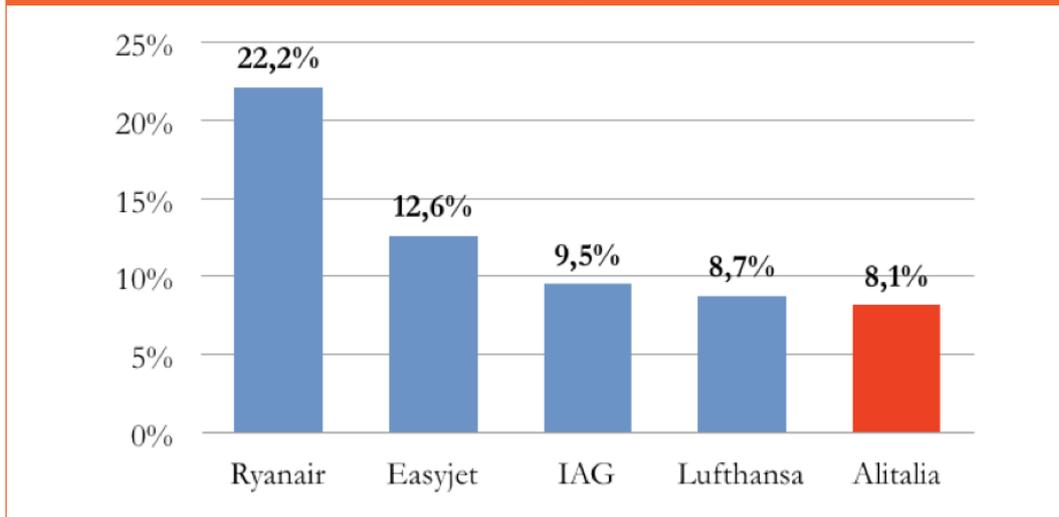
Confrontando Alitalia a questi vettori è chiaro che una strategia stand alone è impossibile per la compagnia. Troppo piccola e troppo debole, non ha speranze di restare sul mercato da sola senza un piano serio di ristrutturazione. Questa ristrutturazione non può arrivare ancora una volta dallo "Stato Imprenditore", che ha portato nel corso degli anni solo un grande buco per le casse italiane.

Perché le compagnie aeree falliscono quasi tutte d'estate?

Questo è il quesito che dovrebbero porsi sia i dirigenti di Alitalia che i nostri Governanti,

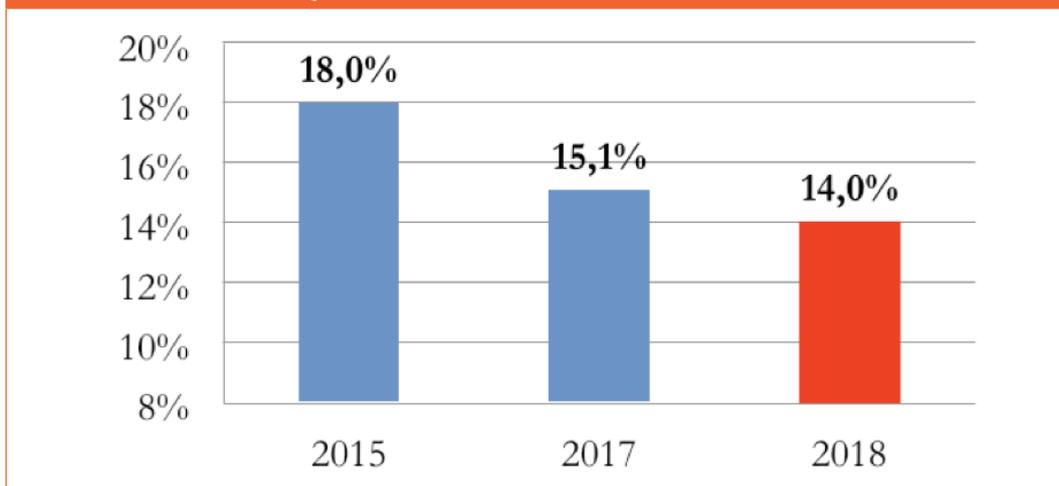
¹ Gianni Dragoni, Il Sole 24 Ore, 22 Marzo 2019: <https://www.ilsole24ore.com/art/finanza-e-mercato/2019-03-21/alitalia-fs-riapre-caccia-socio-tavolo-fincantieri-e-china-eastern-205421.shtml?uuid=ABcOrmgB>

che continuano invece a dipingerci una situazione rosea per la compagnia di bandiera italiana. Un vettore che ha perso lo scorso anno oltre mezzo miliardo di euro (ultima riga di bilancio) e che al tempo stesso ha visto cadere la quota di mercato di passeggeri internazionali (da e per l'Italia) al suo minimo storico, l'8,1 per cento.

FIGURA 3**Quota del mercato internazionale nel 2018 (da e per l'Italia)**

Fonte: Elaborazione Andrea Giuricin su dati compagnie ed ENAC

Meno di un passeggero su dodici vola da o per il mercato internazionale con l'ex compagnia di bandiera. E questo è ancora più vero per i passeggeri stranieri che vogliono raggiungere il nostro paese per motivi turistici. Molto probabilmente la quota di mercato di Alitalia, per questa tipologia di passeggeri, sarà di poco superiore al 6-7 per cento del totale.

FIGURA 4**La caduta continua della Quota di mercato Alitalia in Italia**

Fonte: Elaborazione Andrea Giuricin su dati compagnie ed ENAC

Tutti questi dati sono tuttavia meno importanti rispetto a un dato tragico che i Commissari hanno fatto trapelare in audizione al Senato. Alitalia ha già venduto cinque milioni di biglietti per l'estate. Un dato positivo? Tutt'altro. Ogni biglietto per l'estate dovrebbe avere un valore stimato di circa 150 euro (la media annua del biglietto è di circa 140 euro) e quindi

Alitalia ha già incassato circa 750 milioni di euro per servizi ancora non erogati. Quanti soldi ha in cassa? Ormai meno di 500 milioni di euro, i soldi che rimangono dal prestito ponte e quindi dai contribuenti italiani.

Questo significa che la compagnia ha già bruciato di fatto tutta la cassa (gran parte dei pagamenti relativi ai servizi si hanno dopo l'effettuazione del volo) e che è già sotto di quasi 300 milioni di euro. Un buco enorme che verrà fuori in tutta la sua tragicità a fine estate.

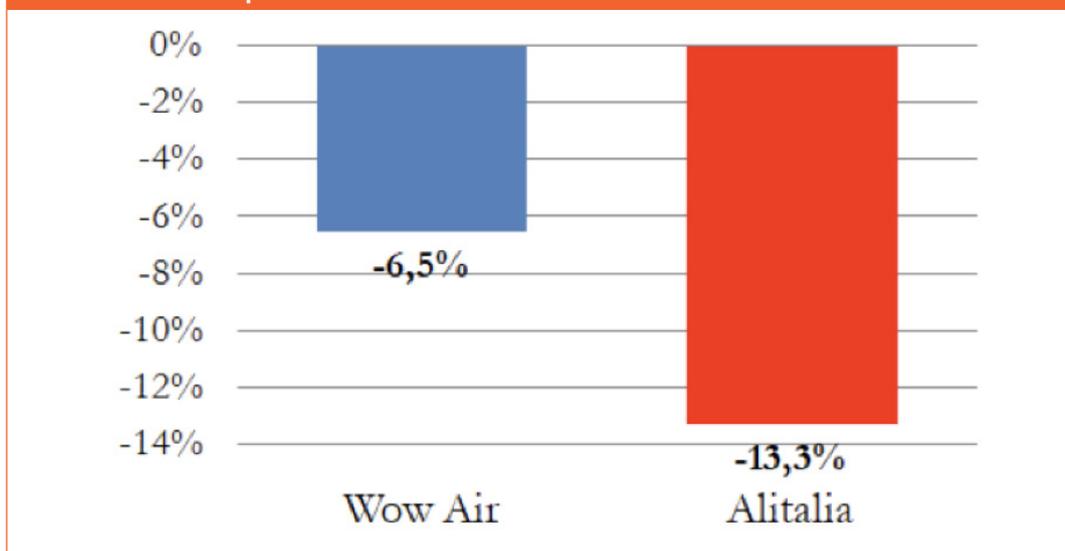
Torniamo alla domanda iniziale: perché la vecchia Alitalia è fallita a fine agosto del 2008? O perché Windjet è fallita sempre ad agosto? O perché AirBerlin sempre nello stesso periodo dell'anno? Molto semplice. La fine dell'estate è quando finisce il picco dei ricavi per una compagnia aerea e al tempo stesso si pagano buona parte dei costi relativi al periodo.

Il fallimento della settimana scorsa di Wow Air è un'eccezione. La compagnia islandese era in difficoltà da tempo e stava cercando dei finanziatori. Settimana scorsa alla fine si è deciso che non ci sarebbe stato futuro per l'azienda e quindi ha portato i libri in tribunale. Wow Air non era così piccola, dato che è grande quasi il doppio di Air Italy in termini di passeggeri trasportati. Ma Wow Air aveva un indicatore di perdite su fatturato al 30 settembre del 2018 negativo per oltre sei punti percentuali nei primi nove mesi dell'anno.

Alitalia, nello stesso periodo, aveva un indicatore perdite su ricavi negativo a 13,3 punti percentuali.

FIGURA 5

Perdite su ricavi nei primi 9 mesi 2018



Fonte: Elaborazione Andrea Giuricin su dati compagnie

Alitalia si trova quindi già tecnicamente sull'orlo del fallimento in questo momento, ma sembra che la politica non se ne sia accorta. L'unica differenza con Wow Air è che la compagnia italiana gode del sussidio del contribuente italiano.

L'aumento dei ricavi serve a poco se le perdite continuano a superare il mezzo miliardo di euro. Non a caso i Commissari Alitalia sono preoccupati che si trovi in fretta una quadra alla soluzione, perché il tempo stringe. Sarebbe dovuta arrivare nei giorni scorsi la soluzione di Ferrovie dello Stato Italiane, ma ben pochi partner privati sembrano interessati.

In questo momento pare che il 90 per cento dell'azienda rimarrà in mano al contribuente

italiano, direttamente o indirettamente (società a trazione pubblica). Un socio pubblico troppo ingombrante.

A queste condizioni, anche se Delta fosse interessata, difficilmente metterebbe una “fiche” (in termini economici) molto elevata. È vero che la compagnia americana potrebbe portare esperienza e know-how, ma al tempo stesso per la regolamentazione europea non potrà avere il controllo².

Ferrovie dello Stato Italiane si trova dunque in grande solitudine, ma il vero colpevole di tutto questo è in realtà la politica. Al posto di cercare vie d'uscita credibili, il Governo si sta impuntando su soluzioni alquanto improbabili, senza capire che più il tempo passa, più debole sarà la forza contrattuale (visto l'andamento economico della compagnia).

2 La legislazione europea vieta il controllo di compagnie europee da soci extra Europei, pena la perdita della possibilità di fare voli interni europei.

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.