

In Europa ci sarà lo spazio solo per tre colossi

Vittorio Carlini

MILANO

Da una parte i big, le grandi compagnie. Difficilmente più di tre. Probabilmente: British Airways, Lufthansa e Air France. Dall'altra due, al massimo tre, carrier low cost. Quasi certamente: Ryanair ed EasyJet. Nel mezzo, società senza un modello di business preciso, destinate ad entrare nel radar dei colossi dell'aria. È lo scenario, di medio periodo, disegnato all'unanimità per il mondo europeo delle compagnie aeree. Un settore che, peraltro, è in forte crescita: «Nel 2007 - dice Stefano Paleari, direttore scientifico dell'International center for competitiveness study in aviation industry (Iccsai) - il traffico aumenterà a livello mondiale di circa il 5%». Un vero e proprio boom che i «vincitori» di domani sfrutteranno in maniera differente.

I grandi player, giocoforza, sono in caccia di economie di scala e di scopo. «Devono - sottolinea Stefano Bosisio, responsabile settore trasporti per Ambrosetti - fronteggiare, oltre alle low-cost, la concorrenza delle compagnie asiatiche e del Medio Oriente». Soprattutto quest'ultime si propongono sempre più come un "ponte" tra l'East-cost americana e il lontano Oriente. In stati quali Arabia Saudita o gli Emirati, l'obiettivo è raggiungere una capacità aeroportuale di circa 350 milioni di passeggeri all'anno. «Non va dimenticato - sottolinea Bosisio - che le compagnie aeree di quei Paesi soffrono meno in caro petrolio e sono fortemente sovvenzionate dallo stato». Di più: i grandi costruttori, come per esempio Boeing, aprono ampie linee di finanziamento per l'acquisto di nuovi velivoli. Il dreamliner 787, in primis.

Ma se queste sono le sfide, quali le concrete mosse che i grandi player realizzeranno? «Certamente - risponde Paleari - assisteremo a un'attività di M&A. È possibile, per esempio, che i leader delle varie alleanze dei cieli (Star Alliance, Sky Team e OneWorld, ndr) stringano maggiormente i "legami" con qualche membro dell'alleanza stessa». In tal senso, l'interesse di British Airways per Iberia è più che un semplice indizio. Tuttavia non è solo questione di appartenenza: i target dei big del cielo sono anche quelle aziende che non hanno un business model ben definito. L'Iccsai li definisce «limbo» vettori: società che, da un lato, non sono low cost; dall'altro, non hanno né una forte presenza nei voli intercontinentali né una sufficiente attività di federaggio, cioè di trasporto, dei passeggeri dal piccolo aeroporto conti-

mentale verso l'hub. Un identikit che, secondo l'Iccsai, ben si adatta ad aziende come Olympic Airlines, Finnair, Tap o Aer Lingus. «Tutte aziende - dice Paleari - che potrebbero essere oggetto di operazioni straordinarie».

Così come ci sarà effervescenza anche nel mondo dei carrier a basso costo. Qui, infatti, le compagnie che per prime si sono buttate sul business, sfruttando anche la liberalizzazione dei cieli voluta dall'Ue, godono di una indubbia rendita di posizione. «Pensiamo a società come Ryanair o EasyJet - sottolinea Bosisio -. Saranno, probabilmente, i soggetti aggregatori. È difficile credere che il numero degli attuali player rimanga immutato». Anche perché, da aprile prossimo, l'open sky (cioè il superamento dei trattati bilatera-

SCENARI

È boom del traffico aereo e il mercato si consolida. Lufthansa, British Airways e Air France destinate a «controllare» il business

LE SFIDE

I big del Medio Oriente e del Far East, guardano al Vecchio Continente. Nel low cost in arrivo una fase di M&A

li per la regolamentazione del traffico aereo) entrerà in vigore anche verso gli Stati Uniti. E la concorrenza sul fronte dei prezzi sarà sempre più serrata. Così non stupisce la mossa di Lufthansa che, pochi giorni fa, ha comunicato lo shopping del 19% del capitale nella compagnia statunitense low cost JetBlue. «È l'approfondimento - indica Paleari - di una strategia che prenderà sempre più piede. Un po' com'è successo nell'auto, i colossi europei vorranno controllare "marchi" che operano in fasce di business al di fuori delle loro attività tradizionali».

Un trend dettato anche da un'ulteriore sfida. La quale, però, non arriva dal cielo: bensì, dalla terra. In particolare, dalle strade ferrate. Il sempre maggiore sviluppo dell'alta velocità (esclusa, ovviamente, l'Italia) sta infatti modificando le strategie di diverse compagnie. In Germania, per esempio, dove la Tav ha una discreta estensione, la percentuale dei voli interni si aggira attorno al 15%. A fronte di una media europea del 30 per cento. Ciò vuol dire che i tedeschi usano il treno al posto dell'aereo. E Lufthansa? Diversifica e, ovviamente, vuole crescere.

