



L'export che corre resta in lista d'attesa

GUIDO RIVOLTA

Probabilmente ha ragione Sergio Marchionne quando sostiene che gli italiani «devono imparare a volersi bene». Proviamoci. In questo senso la cosa più urgente, per dirla con Giuseppe De Rita, è trovare terreni di comune consenso, buoni per saldare gli interessi della «minoranza industriale» che, nonostante tutto, continua a far crescere il Paese con un corpo sociale affaticato, pessimista, schiacciato dal debito di Stato che corre veloce e dai salari lenti. Un modo, se volete, per riempire di contenuti il concetto di «italianità» agitato spesso, ma quasi sempre per interessi particolari. L'Alitalia, al proposito, sembra un caso di scuola «facile», dato l'ovvio interesse comune che mette insieme imprese, territori e sindacati. Ma, come si è visto, l'apparenza inganna, tanto che, a un certo punto, la prospettiva di un grande *flip* è apparsa più che concreta.

Solo alla fine, e speriamo sia così, Maurizio Prato è riuscito a mettere insieme un paio di offerte buone per Alitalia nei termini previsti del 5 dicembre. Confermando le previsioni, a contendersi la compagnia, che negli ultimi 15 anni ha cumulato 4,35 miliardi di perdite, sono pochi e male assortiti. A parte l'improbabile cordata Baldassarre, c'è un solo pretendente qualificato, ossia Air France. AirOne, con 600 milioni di fatturato, sembra infatti troppo piccola per inghiottire un boccone come il vettore tricolore, otto volte più grande. E con 550 milioni di debiti, già troppo appesantita per reggere l'aumento di capitale (stimato in un miliardo) necessario per rilanciare l'ex compagnia di bandiera. Dispone di un parterre de roi di finanziatori, primo fra tutti Intesa Sanpaolo. Ma, per una specie di maledizione che grava sul trasporto aereo italiano, i livelli di servizio e di efficienza non sono molto migliori di quelli di Alitalia: la puntualità dei voli sul breve e medio raggio è del 62%, contro il 71% (siamo in entrambi i casi in fondo alle classifiche internazionali dei vettori), e anche il coefficiente di occupazione dei posti è inferiore a quello di Alitalia. Difficile attendersi, nel caso AirOne prevalga, un significativo vantaggio per l'utente.

Tra le compagnie estere è rimasta in campo solo Air France. Diceva Gianemilio Osculati, guru della consulenza aziendale: «Alitalia ha problemi enormi, ma conserva un valore strategico da non sottovalutare. Con lei,

Air France conquista definitivamente la leadership continentale. Per questo Lufthansa non deve farsela scappare». Ma il 5 dicembre la compagnia tedesca non si è presentata all'asta del Tesoro, per non mettere a repentaglio il rating, per non impegnarsi nell'inevitabile battaglia con i sindacati, o forse temendo che i giochi fossero già fatti. Lufthansa si fa apprezzare per il suo modello federale, ovvero multi-hub, che avrebbe consentito di mantenere Malpensa, che nell'ipotesi Air France sarà smantellata, conservando il solo hub di Fiumicino. Per la soddisfazione dei vari Rutelli e Veltroni, che negli anni passati hanno sostenuto l'hub romano contro ogni logica economica. «Dal punto di vista dei margini - dice ancora Osculati - un passeggero che vola in business ne vale dieci in economy». Fiumicino garantisce grandi flussi di turisti e pellegrini, ma la redditività sta a Nord, dove si concentra la clientela business degli uomini d'affari, che Air France diriggerà verso Parigi. In ciò consiste l'errore della cessione di Alitalia se, come è ragionevole pensare, finirà in mani francesi. Immaginare che nella divisione internazionale del lavoro l'Italia faccia turismo, gastronomia e altre cose piacevoli, ma che poco hanno a che vedere con i reali fattori di competitività del suo tessuto produttivo. Mentre infuriava il dibattito sul declino economico, alimentato persino da Confindustria, le imprese italiane hanno compiuto una ristrutturazione durissima, paragonabile a quella degli anni Settanta. Allora all'origine ci fu l'impennata del costo del lavoro, oggi nasce tutto da una moneta forte, come nel caso dell'industria inglese nell'era Thatcher. In Gran Bretagna sono rimasti l'industria avanzata, i servizi e la finanza. Nel caso italiano è presto per trarre conclusioni. Quello che si può notare è l'inedita, straordinaria aggressività delle imprese italiane all'estero. Nell'inchiesta di copertina documentiamo l'eccezionale sforzo in termini di Opa lanciate su società straniere. Un fenomeno comune a vari settori, dall'energia alle banche all'hi-tech, alimentato anche, è vero, da fattori congiunturali (euro forte, caduta dei prezzi di Borsa, difficoltà dei private equity di andare a leva), ma che non sarebbe stato possibile in assenza di bilanci solidi e visione strategica.

Non meno sorprendente è quello che sta succedendo sul fronte dell'export. A dispetto della rivalutazione dell'euro nei confronti di quasi tutte le monete, secon-

do la **Fondazione Edison** nei primi dieci mesi del 2007 l'export è cresciuto al ritmo del 16,4% (il doppio rispetto all'import) e la quota di mercato dell'Italia nel commercio mondiale, ritenuta in inarrestabile caduta, è risalita dal 3,3% al 3,6 per cento. Il saldo negativo di 13,5 miliardi è dovuto a una bolletta energetica che in dieci mesi ha sfiorato 40 miliardi. Per rendere l'idea di questa ritrovata vitalità, tra gennaio e agosto di quest'anno l'aumento delle esportazioni della sola meccanica italiana (pari a 7,9 miliardi) ha superato l'incremento dell'intero export della Francia (7,4 miliardi) e della Spagna (4,6). Dietro questi numeri ci sono gli operatori economici che hanno assorbito lo shock dell'euro, mettendosi a girare come trottole in tutto il mondo. Per restare competitivi, disporre di un'infrastruttura di trasporto aereo efficiente, ha davvero poco senso difendere l'italianità di una compagnia se poi è virtualmente impossibile (se non con due mesi di attesa) andare dall'Italia nella nuova capitale del mondo, che è ormai Shanghai. Su questa pregiudiziale di servizio e di efficienza, non sull'italianità o sulla difesa di posti di lavoro decotti, il governo dovrebbe attestarsi nella vendita di Alitalia.