[***Aviation-Industry-News.com***](http://www.Aviation-Industry-News.com)

**IL PRIMO MESE DI ITA AIRWAYS**

15 ottobre -14 novembre, la nuova star dei cieli Ita Airways ha compiuto un mese di vita.

*“La ripresa di mercato post-Covid 19 rappresenta una opportunità unica per costruire una nuova compagnia aerea flessibile, moderna e redditizia.*” Così si può leggere nelle pagine del piano industriale sottomesso a parere parlamentare dai vertici di ITA. Quindi l’avvio in un contesto di discontinuità e in un momento di uscita da un’emergenza sanitaria è stato visto come una ottima occasione per il lancio del nuovo vettore che sostituisce la storica “freccia alata”. Un momento magico che permetterebbe di acquisire significative quote di mercato.

L’industria aerea commerciale ha assunto ai nostri giorni delle precise caratteristiche dalle quali è difficile sottrarsi. Così come si è venuta evolvendo, oggi troviamo attivi **grandi vettori internazionali** con flotte di centinaia di velivoli principalmente dedicati al lungo raggio, grandi vettori dalle **caratteristiche low cost** anch’essi dotati di grandi flotte i quali però si sono affermati grazie al fatto di *essere nati* come low cost, e poi troviamo **tutti gli altri** i quali navigano alla giornata, magari all’interno di uno dei tre megagruppi che si è venuto nel frattempo formando. Parafrasando Pirandello potremmo chiamare quest’ultimi come *aerolinee in cerca d’autore.* Per il momento la neo compagnia tricolore appartiene a quest’ultima categoria.

Ita Airways è nata dalla testardaggine di una classe politica che nel corso degli anni non ha voluto attuare la decisione che tutti si attendevano, la decisione più ovvia da prendere quando una società commerciale anno dopo anno continua ad accumulare perdite. Per Alitalia si è perfino giunti a coniare un termine che , almeno noi nel campo delle aerolinee, non avevamo mai inteso nominare: “discontinuità”. Ecco, Ita Airways è nata grazie ad un parto discontinuo, almeno in questo dobbiamo riconoscere l’assoluta originalità del suo certificato di nascita. Se si volesse una prova di ciò che stiamo affermando basti pensare a quanto accaduto durante la prima settimana di operazioni allorchè piloti della neo compagnia non hanno potuto atterrare a Linate causa nebbia, in quanto le certificazioni per i *nuovi equipaggi* non erano state completate. Cose che succedono quando si lancia una nuova aerolinea in carattere di “discontinuità”, ovvero un promiscuo fra vecchio e nuovo.

Il 4 novembre scorso è partita intanto la prima tratta intercontinentale da Roma a New York la quale tuttavia non viene svolta su base giornaliera come di norma ormai avviene su qualsiasi collegamento, ma solo sei volte alla settimana. Si tratta di un collegamento che -avverte la compagnia- salirà a 10 frequenze settimanali a dicembre. L’A330 è decollato con un coefficiente di carico del sessanta per cento, di certo un *load factor* non esaltante per un volo inaugurale da tempo annunciato. Fa comunque piacere osservare come in occasione di questo lancio non si sia assistito a polemiche fra milanesi e romani, come avvenuto in tempi non lontani quando le due città litigavano fra loro per ospitare la base per i collegamenti a lungo raggio.

Tornando al piano industriale, le proiezioni prevedono il sottostante schema di ricavi/costi il quale però dovrà essere rivisto a causa del fatto che allorchè lo scorso dicembre venne presentato, si ipotizzava un avvio dell’attività nel mese di aprile 2021, ovvero nove mesi di competenza pr l’anno in corso, che in realtà va rivisto riducendolo a soli tre mesi, due e mezzo per l’esattezza, in quanto l’avvio è avvenuto il 15 ottobre.

Le proiezioni del piano 2021:2025

Ricavi (x000): Costi (x000): EBITDAR (x000) Pax previsti (milioni) Flotta

2021 (9 mesi) 920.000 987.000 -67.000 8.2 52

2022 2.059.000 1.939.000 120.000 17 86

2023 2.825.000 2.413.000 412.000 20.7 103

2024 3.176.000 2.618.000 558.000 22 108

2025 3.353.000 2.695.000 658.000 22.5 110

Precisato ciò va annotato che nel 2024/25 la ITA prevede di trasportare 22 milioni di passeggeri una cifra che corrisponde, secondo i dati Enac, al numero passeggeri che Alitalia aveva trasportato nel 2019. (1) Certamente il raffronto potrebbe sembrare poco significativo dal momento che quel numero passeggeri sarà portato da un nuovo vettore che il piano industriale definisce un “*Full Service leader nel traffico da/per l’Italia con processi e soluzioni sostenibili da un punto di vista ambientale ed economico e orientate al cliente che consentano di valorizzare tutto il potenziale del mercato travel e turismo.”*

Quindi è vero che il numero passeggeri è lo stesso, tuttavia se le operazioni vengono effettuate con una nuova, più snella struttura, il risultato finanziaro potrebbe tramutarsi da negativo a positivo. E’ per questo motivo che la nuova dirigenza punta la massima attenzione sulla esecuzione di una strategia che si accentrerà su quattro precise aree di intervento.

-Network & Alleanze

-Rinnovo Flotta

-Strategia commerciale innovativa

-Operazioni con migliorata struttura costi

Ora ammesso che tutte queste innovazioni riescano a centrare l’obiettivo, bisognerà vedere se i mercati cui ITA punterà permetteranno il raggiungimento dei target prefissati. Di certo quei 22 milioni di passeggeri che si punta di raggiungere nel 2024/2025 se trasportati da una aerolinea snella ed efficiente, ovvero non gravata da costi inutili e da sprechi, potrebbero senz’altro fornire il tanto atteso profitto ma tutto è legato, ovviamente, al *revenue* che si genererà sulle rotte scelte.

Va subito precisato che un vero segno di discontinuità sarebbe stato quello di ridurre al minimo le rotte europee e mediterranee ormai completamente controllate dai vettori low cost quali Ryanair, Easyjet, Volotea, Wizz Air, per puntare invece su destinazioni ad *high yield* intercontinentali per raggiungere le quali oggi il passeggero italiano deve transitare sugli scali medio-orientali o sugli hub europei. La nostra osservazione si riferisce in particolare ad hub quali ad esempio Madrid per destinazioni centro/sud americane, o Dubai/Doha/Istanbul per raggiungere destinazioni asiatiche o africane.

Da questo punto di vista la partenza di ITA è stata assolutamente prevedibile: tante destinazioni mediterranee/europee, poche o nulle quelle intercontinentali che inizieranno a concretizzarsi progressivamente. Avvertiva il comunicato sul Piano Industriale: *All’avvio delle attività, la compagnia servirà 45 destinazioni con 61 rotte che saliranno a 74 destinazioni e 89 rotte nel 2025, a conclusione del processo di ribilanciamento dei voli verso il settore del lungo raggio che ha l’obiettivo di colmare il gap di connettività del Paese. Sulla rete di lungo raggio, nella stagione IATA Winter 2021 ITA opererà collegamenti su New York (da Roma e Milano), Tokyo Haneda, Boston e Miami (tutte e tre da Roma), ma già con la stagione IATA Summer 2022 la compagnia prevede di avviare nuovi voli su San Paolo, Buenos Aires, Washington e Los Angeles.”*

Lo scaglionamento nell’apertura dei voli a lungo raggio va ricollegato all’annuncio congiunto fatto il primo ottobre scorso da Airbus e ITA circa l’acquisto di nuovi velivoli. In quella data

la nuova compagnia ha firmato un Memorandum of Understanding (MoU) con il costruttore europeo per l'acquisto di 28 aeromobili. Si tratta, nello specifico, di 10 Airbus A330neo per i collegamenti di lungo raggio, 7 esemplari della famiglia di aerei regional Airbus A220 e 11 velivoli della famiglia A320neo. Ma c'è di più in quanto è stato anche firmato un accordo con la società Air Lease Corporation tramite il quale ITA potrà disporre in leasing di altri 31 aerei Airbus fra velivoli di lungo, medio e breve raggio. Come specifica la compagnia aerea, nell'arco del suo piano acquisirà 56 velivoli Airbus in leasing: 13 di lungo raggio (anche il modello Airbus A350-900) e 43 di breve e medio raggio.

In conclusione, si può dire che con una forza lavoro ridotta all’osso, con nuovi contratti di leasing per una flotta innovativa, con costi tenuti sotto controllo, la vera incognita rimane il *revenue* che si riuscirà a generare sulle rotte selezionate. Se sul corto raggio sarà quasi impossibile scalzare vettori consolidati che offrono tariffe low cost e multifrequenze, va ricordato che anche sul lungo raggio, e citiamo quale esempio la Turkish Airlines, tariffe scontate non mancano e quindi ricollocarsi su queste rotte non sarà compito agevole, tuttavia potrebbe giocare a favore il particolare di offrire voli diretti senza necessità di cambiare aereo su hub stranieri.

Quanto esposto è valido in attesa che spunti un acquirente dalle parti di Parigi o di Francoforte, dopo di che sarà quest’ultimo a decidere su destinazioni, frequenze….e personale.

*Antonio Bordoni*

1. Nel 2019 Alitalia aveva trasportato 21.770.000 contro i 40.527.000 di Ryanair.