



Sa Natzione

Ecco perché Meridiana è in crisi. Quale futuro per il trasporto aereo?

*Di Adriano Bomboi.*

Oltre 300 milioni di euro di debiti, circa 1.600 esuberi previsti ed un amministratore delegato, il dott. Scaramella, appena defenestrato. Cosa sta succedendo alla storica compagnia aerea Meridiana?

Cerchiamo di capire il presente per poi risalire ai motivi con cui si è giunti all'attuale situazione di crisi: il principe Aga Khan, titolare del marchio, sta cercando di tenere in piedi la sua creatura, e per farlo, alla luce del buco patrimoniale attuale, può solo immetterla sul mercato. Portare a termine questa operazione significa renderla appetibile ad un potenziale acquirente, cioè eliminando la quota del 20% del costo del lavoro sui ricavi del vettore: pari a circa due terzi del personale.

Chiaramente il personale in esubero non condivide tali scelte, perché la crisi finanziaria del vettore non deriva unicamente dal costo del lavoro ma da altri fattori, fra cui la concorrenza del low cost, la scarsa remuneratività delle rotte, il protezionismo statalista dei corridoi aerei e le scellerate acquisizioni aziendali partite nel 2006. In particolare, va ricordato che nel maldestro tentativo di solidificare la compagnia rispetto alla concorrenza, il vecchio piano industriale portò il vettore ad acquistare Eurofly e successivamente Air Italy, compagnie in perdita, che trasferirono i loro debiti a Meridiana.

Ma chi è il vettore che acquisterebbe Meridiana preservandone il marchio? Con ogni probabilità si tratta di Qatar Airways, per una serie di motivi: il primo è che Doha ha già avviato un piano di investimenti nella nostra isola ed i trasporti potrebbero rappresentarne un fondamentale tassello di complemento. Il secondo è che Qatar Airways replicherebbe in Sardegna il modello di partecipazione già avviato da Etihad Airways con Alitalia, i cui esiti però sono ancora tutti da verificare (curiosità: Etihad ha arredato la sua business class con le pelli di Poltrona [Frau](#), il prestigioso marchio sardo fondato nel 1912). Il terzo consta nella fiducia che gli investitori arabi, sia l'Aga Khan che la compagnia di bandiera del Qatar, ripongono in una reciproca collaborazione. Il quarto è che Qatar Airways, in quanto partner di *Oneworld* (la maggior alleanza mondiale fra vettori), si aprirebbe una finestra nel mercato dell'Europa meridionale e centro-occidentale, con una importante collocazione sul Mediterraneo. Il quinto è che i vertici di Meridiana hanno già informato il personale in esubero della ricerca di nuovo personale da parte di Qatar Airways, a riprova di consolidati contatti fra le due compagnie.

Ci sono alternative? Nel breve termine no, nel lungo termine si.

Sa Natzione

In base alla situazione finanziaria attuale la compagnia non potrà continuare i suoi viaggi a lungo, la cessione in una nuova partnership appare dunque la soluzione più credibile. Scordiamoci anche l'idea di immettere denaro pubblico nel vettore, l'UE e il buon senso lo sconsigliano: sia perché ciò lederebbe la normativa contraria agli aiuti di Stato, sia perché utilizzare il denaro dei contribuenti per tamponare problemi strutturali servirebbe unicamente a rimandare il fallimento, traducendosi in un inutile costo sociale. Costo che purtroppo si determinerà unicamente per coprire quella fascia di personale che non riuscirà a ricollocarsi nel settore.

Scordiamoci anche la fesseria di realizzare una "Flotta Sarda dei cieli", così come paventato da Renato Soru e da pochi indipendentisti.

Quindi che fare nel lungo termine? Dovremo inevitabilmente riflettere sui problemi strutturali. Il che non significa valutare le responsabilità gestionali del vecchio piano industriale di Meridiana, ma le condizioni oggettive che col libero mercato non hanno nulla a che vedere: la prima condizione si chiama *co-marketing*. La seconda si chiama *protezionismo*. Entrambe causate dal settore pubblico, che hanno danneggiato i vettori privati. Nel primo caso infatti bisogna valutare la peculiare situazione di Ryanair, la compagnia grazie alla quale tantissimi sardi hanno potuto finalmente rompere il loro isolamento col resto d'Europa e che tuttavia ha danneggiato proprio Meridiana. Ebbene, che differenze ci sono fra la Ryanair che ha sede ad Alghero e quella che ha sede a Shannon in Irlanda? Che la prima lavora in regime di *co-marketing*, la seconda in regime di zona franca. Che cosa significa esattamente? Che ad Alghero, così come negli aeroporti (secondari) di mezza Europa, le istituzioni finanziano la partnership aeroportuale di un determinato hub di collegamento con un preciso vettore, abbassando i comuni costi di gestione. A Shannon, tali costi di collaborazione non sono coperti dalle istituzioni ma defiscalizzati dalle stesse. Insomma, in Irlanda esiste un barlume di vero libero mercato, senza costi a carico della collettività, ed a tutto vantaggio della compagnia e del suo indotto occupazionale. In Italia invece la sconclusionata politica del parassitismo sociale ha prodotto una serie di paradossi: da un lato ha drogato la concorrenza fra vettori, subordinandone la sopravvivenza aziendale a due distinte logiche di aiuti pubblici. La prima, come abbiamo visto, ha prevalentemente avvantaggiato la scelta di Alghero. La seconda, Meridiana, che ha trovato nella cosiddetta "continuità territoriale", stipendiata dai contribuenti, uno strumento di finanziarizzazione delle rotte verso la penisola, in abbinamento ad Alitalia. Il risultato di questo interventismo pubblico tradotto in due concezioni industriali diverse è che a determinate condizioni tariffarie costa meno andare a Barcellona che a Milano.

Ma non è tutto! Il protezionismo statale delle rotte interne alla penisola - che fino alla censura dell'Antitrust italiano - avvantaggiò Alitalia ingessando i prezzi, aveva ridotto anche i margini a favore di altri concorrenti, fra cui Meridiana, riducendo a quest'ultima ogni possibilità di espansione nelle rotte continentali (ad esempio in seguito sarà EasyJet ad introdursi negli slot della tratta [Roma-Milano](#)). Il tutto in assenza di un Antitrust sardo, che avrebbe sicuramente posto la lente di ingrandimento su questa spartizione dei trasporti indirettamente causata dall'interventismo pubblico nel comparto.

Da tempo le compagnie tradizionali guardano con sospetto alle compagnie del low cost a causa della spietata concorrenza del *co-marketing*, mentre quelle para-pubbliche di bandiera appassiscono facendo ricorso a forme più o meno celate di protezione delle rotte. I fatti dimostrano che sopravvive solo chi si avvicina maggiormente ad un contesto di maggior flessibilità nel mercato. Forse, come sostiene anche Mario

Carboni, al riparo dai dispensatori di favole del recente passato, sarebbe tempo di ragionare più seriamente sulla zona franca come valida alternativa per lasciar prosperare il nostro sistema dei trasporti. Un sistema che contro ogni ragionevole dubbio non può essere paragonato ai 17 milioni di passeggeri annui delle isole Baleari. Soprattutto, come ha ricordato il sociologo Marco Zurru in un [articolo](#) sul fallimento della Keller elettromeccanica di Villacidro, alla luce di una economia prevalentemente incentrata sul terziario piuttosto che sul settore primario (agroalimentare) e men che meno secondario (con una piccola industria pesante maggiormente condizionata dalle logiche globali, di cui su *Sa Nazione* vi abbiamo parlato spesso).

Naturalmente, se la dozzina di "utili" movimenti indipendentisti e sovranisti ha dei contributi credibili da offrire all'argomento, questo è il momento migliore per farlo.

- *Sul tema: [Trasporti? Ecco perché la politica deve starne alla larga \(Sa Nazione, 10-09-14\)](#).*

19-11-14.