

CHIARIMENTI RELATIVI LA COMPOSIZIONE DELLA FLOTTA ALITALIA ED ELEMENTI DISTINTIVI DEL POSIZIONAMENTO DI MERCATO DELLA COMPAGNIA

In relazione a notizie apparse oggi su organi di stampa, Alitalia precisa quanto segue:

Relativamente alla **flotta** deve essere osservato che:

- **La flotta di lungo raggio di Alitalia è attualmente composta da 28 aeromobili** di cui 23 dedicati al trasporto passeggeri e 5 dedicati al trasporto delle merci.

L'età media della flotta di lungo raggio destinata al trasporto passeggeri, al 30 giugno 2006, è di circa 7 anni e **risulta tra le più giovani in Europa**. Con questi aeromobili Alitalia opera 254 frequenze settimanali su 28 destinazioni intercontinentali, classificandosi 4° vettore europeo in termini di frequenze intercontinentali offerte.

- **Gli aeromobili MD80 attualmente in flotta sono 76 pari a circa il 40% del totale degli aeromobili.**

La tipologia di aeromobile MD80 è molto diffusa sia in Europa (per esempio in Italia Meridiana ha 17 MD80 pari a circa l'81% del totale, SAS ne ha 57 pari a circa il 40% del totale, Iberia ne ha 30 pari a circa il 26% del totale) sia nel resto del mondo (per esempio negli Stati Uniti American Airlines ha 322 MD80 pari a circa il 46% del totale e Delta ne ha 132 pari a circa il 30% del totale).

L'aeromobile MD80 è inoltre tra le tipologie di aereo più sicure al mondo, classificandosi ai vertici delle statistiche per i minori incidenti (su 33,33 milioni di voli gli MD80 hanno un rateo di soli 0,22 fatalità per milione di voli rispetto ad esempio allo 0,41 del Boeing 737).

- **Il Piano Industriale 2005-2008 della Compagnia prevede uno sviluppo della flotta sia nel lungo raggio sia nel breve medio raggio**, coerente con la crescita attesa della domanda di trasporto aereo da e per l'Italia, e con il programma di progressivo rinnovo della flotta MD80.

Rispetto al **posizionamento di mercato della Compagnia** appare opportuno evidenziare che:

- **Alitalia ha avuto una quota di mercato nazionale pari a circa l'80% fino al 1994.** Tale situazione si è successivamente **modificata** principalmente a causa:
- a) **dell'unificazione e della liberalizzazione del mercato europeo del trasporto aereo a partire dal 1994;**
 - b) **della decisione assunta il 15 luglio 1997 dalla Commissione Europea** che ha limitato con 10 durissime condizioni lo sviluppo e la competitività della Compagnia, decisione **successivamente (il 12 dicembre 2000) dichiarata illegittima dal Tribunale di Primo Grado delle Comunità Europee;**
 - c) **dell'evoluzione della regolamentazione che disciplina l'accesso agli scali milanesi,** che ha "espropriato" i 2/3 degli slot detenuti da Alitalia sull'aeroporto di Milano Linate, imponendo una regola di "appiattimento" delle frequenze operabili che ha penalizzato e penalizza il leader del mercato malgrado ne fosse prevista una riconsiderazione entro lo stesso anno di emanazione mentre sono passati già 5 anni dalla scadenza di tale termine senza che tale riconsiderazione sia ancora avvenuta;
 - d) **dell'applicazione di una penalizzante politica antitrust, discriminatoria nei confronti di quanto registrati negli altri più significativi sistemi nazionali del trasporto aereo dei Paesi dell'Unione Europea** (Air France ha una quota del mercato domestico francese prossima al 90%, Lufthansa del mercato domestico tedesco prossima al 70% e Iberia del mercato domestico spagnolo prossima al 60%). Politica resa, da ultimo, ancor più restrittiva degli orientamenti assunti dalla stessa Commissione Europea (il caso Volare di questi giorni rappresenta certamente un esempio emblematico);
 - e) **di un'inadeguata politica nazionale e locale del trasporto aereo che:**
 - **per un verso non ha prodotto, dopo il 2001, un sistematico ed organico strumento di programmazione del settore,** disperdendo le sempre più esigue risorse destinate a sostegno dello sviluppo in una polverizzazione di iniziative a livello locale senza un indirizzo comune e che hanno favorito, in modo non trasparente e discriminatorio, la crescita delle compagnie low cost sul mercato italiano
 - **e, per altro verso, ha fatto prevalere la tutela del *sociale* senza pretendere la sostenibilità di questa tutela** a salvaguardia degli interessi della clientela, dei consumatori e degli investitori e senza considerare l'evoluzione sempre più competitiva dello scenario industriale del settore.

Nonostante quanto sopra sottolineato, nel corso del 2005 - per la prima volta dopo molti anni - Alitalia, grazie alla strategia identificata nel Piano Industriale, ha invertito il trend negativo di caduta della quota di mercato nazionale, che è passata dal valore minimo del 43% dell'agosto 2004 a oltre il 51% a fine 2005.

Roma, 13 luglio 2006

Per informazioni:

Simone Cantagallo

Responsabile Relazioni con i Media

Telefono: 06-65627431

E-mail: cantagallo.simone@alitalia.it

Sito internet della Società: www.alitalia.it