

TRASPORTO MERCI**LA NUOVA ALITALIA**

L'appello della logistica per una compagnia cargo che aiuti l'export

Tra gli operatori della logistica circola una battuta: «Perché dobbiamo esportare chiedendo ospitalità a Lufthansa, Air France o a Klm? Il cargo merci dovrà essere un pilastro del piano industriale della nuova Alitalia». Detto fatto, Alessandro Albertini, presidente di Anama (Associazione nazionale agenti merci aeree, sezione aerea di Fedespediti e aderente a Confetra), ha scritto nei giorni scorsi una lettera ai ministri dell'Economia (Roberto Gualtieri), dello Sviluppo economico (Stefano Patuanelli) e dei Trasporti (Paola De Micheli) per lanciare un appello: «Il cargo aereo rappresenta il 26% del valore economico dell'export extra Ue: è fondamentale che la nuova Alitalia supporti le nostre imprese nell'import/export». E al Sole 24 Ore Albertini indica quali rotte potrebbero essere le più remunerative per un'Alitalia che volesse puntare, diversamente dal passato, anche sullo sviluppo del traffico cargo: New York, Shanghai, Honk Kong, Seul, Tokyo e Chicago.

Una posizione pienamente sostenuta da Silvia Moretto, vice presidente vicaria di Confetra e leader degli spedizionieri internazionali: «Vista la grande attenzione con la quale la ministra De Micheli sta seguendo i dossier relativi alla logistica, ci siamo rivolti a lei, oltre che al ministro Patuanelli, affinché il piano industriale della costituenda nuova Alitalia dedichi una parte importante al cargo. Avere un vettore nazionale a sostegno delle esportazioni italiane, ad esempio, sarebbe un asset trasportistico fondamentale al servizio anche del nostro Made in Italy».

Il punto di partenza è l'art. 79 del decreto Cura Italia, che prevede la creazione di una nuova Alitalia interamente controllata dal Mef o controllata da una società a prevalente partecipazione pubblica anche indiretta. Ecco perché le imprese della logistica si rivolgono direttamente al governo. Spiega Albertini: «La strategicità del trasporto merci nel settore aereo è nei dati: rappresenta circa il 2% del volume delle merci trasportate in tut-

te le modalità, a cui però corrisponde una quota rilevante del valore economico complessivo (tra le merci tipiche del cargo aereo ci sono, per esempio, i beni lusso, ndr). Per le sole esportazioni verso Paesi extra Ue parliamo di circa il 26% del valore economico, e per l'Italia le esportazioni contano circa il 30% del Pil».

Il cargo aereo è fondamentale anche nell'import, in particolare nelle filiere dell'elettronica, della meccanica e della farmaceutica. «Per questo - continua Albertini - come spedizionieri aerei che gestiscono quotidianamente l'import/export del Paese, crediamo che sia necessario che questa funzione venga esplicitata a partire dall'attuale fase costitutiva, dedicando ampio spazio al trasporto merci nello statuto e nell'oggetto sociale della nuova Alitalia. La crisi in atto mostra ancor di più l'importanza di avere un sistema di trasporto merci via aerea attivo, efficiente e a servizio del Paese: il cargo aereo è l'unica modalità di trasporto che consente di raggiungere in un breve lasso di tempo i mercati di destinazione finale».

«In passato - prosegue il presidente di Anama - la strategicità del cargo aereo per Alitalia non è stata considerata in modo adeguato, per questo crediamo che sia essenziale rivendicarlo ora con forza. Avere una Alitalia forte nel cargo darebbe maggiore competitività per i nostri prodotti esportati, e genererebbe ricchezza per il Paese perché le merci viaggierebbero da/per aeroporti italiani».

Per questo, conclude Albertini, «crediamo anche che la nuova Alitalia dovrebbe essere una compagnia dedicata ai voli di lungo raggio con una flotta potenziata da velivoli all cargo, come i player mondiali tradizionali. Le rotte nazionali ed europee sono già coperte dalle low cost che risultano più competitive nei voli brevi e così sarà anche dopo la crisi. Per le compagnie tradizionali i voli remunerativi sono quelli a lungo raggio. Il cargo aereo funziona proprio sulle rotte lunghe poiché è residuale la quota di merci che viaggia per via aerea all'interno del mercato nazionale ed europeo».

—Marco Morino

© RIPRODUZIONE RISERVATA

