

Air France pronta all'acquisto di Alitalia. Lazard prepara l'offerta: ai privati il 20% in più di quanto speso nel 2008

ROMA Air France marcia spedita su Alitalia. Questa volta consapevole che, nonostante la campagna elettorale, sarà molto difficile opporsi alla fusione. Nei piani di Parigi l'operazione dovrebbe chiudersi prima dell'estate. O almeno, è questa la deadline che i francesi si sono dati. Al progetto, ormai in fase avanzata, sta lavorando la banca d'affari Lazard, storico consulente del gruppo transalpino che, per la verità, non ha mai abbandonato il campo, avendo già disegnato nel 2008 modalità, tempi e costi dell'integrazione. Sfumata, come noto, per la dura opposizione dei sindacati e le resistenze del governo Berlusconi.

FUSIONE IN ESTATE

Bruciati da quella vicenda, i francesi, cui fa capo il 25% di Alitalia, vogliono evitare passi falsi e stringono d'assedio i soci italiani. Non c'è infatti tempo da perdere. A partire dal 12 gennaio, cioè tra una settimana esatta, la cordata guidata da Intesa Sanpaolo potrà infatti cedere sul mercato le proprie quote, che però sono soggette a un diritto di prelazione proprio dei soci. Ebbene, secondo indiscrezioni raccolte dal Messaggero, Air France non avrebbe nessuna intenzione di lasciarsi sfuggire la preda per la seconda volta. Servirà, è vero, anche l'ok del cda per la cessione, ma il pressing tra i soci tricolore, che all'epoca sborsarono poco più di 1 miliardo per salvare l'italianità della compagnia di bandiera, si fa ogni giorno più serrato. Tanto più che mai come oggi i vari componenti della cordata (dai Riva ad Equinox, dal gruppo Solido ad Atlantia, da Unipol fino alla stessa Intesa, da Immse al gruppo tessile di Cesare Carbonelli D'Angelo) avranno la possibilità di monetizzare così facilmente. Del resto, alcuni di loro si stanno già muovendo. Avrebbero infatti affidato a Rothschild il mandato ad esplorare ogni possibile alternativa. La formalizzazione è attesa nei prossimi giorni.

OCCASIONE STORICA

A sua volta, la compagnia guidata da Jean-Cyril Spinetta può approfittare di un momento di forza, grazie alla severa ristrutturazione ormai alle spalle e una capitalizzazione di Borsa tornata oltre 2 miliardi di euro. Non solo. Dai primi sondaggi informali effettuati con i soci italiani, l'idea di uno scambio carta contro carta con una società quotata non dispiacerebbe, anche perché permetterebbe un disimpegno agevole dell'investimento. Il nodo da sciogliere è ovviamente la valutazione. Ma anche qui il range ideale non pare lontano. Air France sarebbe disposta ad offrire un concambio pari a 1,6 che valorizzerebbe il pacchetto di Cai il 20% circa in più rispetto al costo d'acquisto. Una valutazione che però non incontra il favore di tutti i soci. Per questo verrà probabilmente avviata una ricognizione a 360 gradi, ad opera della compagnia, per verificare l'esistenza di altre proposte.

LE MOSSE DI ETIHAD

Alla finestra c'è infatti Etihad, la compagnia di Abu Dhabi con la quale Alitalia ha già un accordo commerciale e che sarebbe un partner ideale per far diventare Fiumicino un hub per tutta l'Europa. Fumo negli occhi per Air France che, con atti formali, avrebbe già allontanato l'ipotesi, impedendo al presidente Roberto Colaninno di trattare con altre compagnie. Questo non esclude comunque che gli altri soci tentino di aggirare il blocco, se non altro per provare ad alzare il prezzo, minacciando o semplicemente auspicando le nozze arabe. Una strada comunque in salita visto che anche Air France ha stretto un'alleanza commerciale con Etihad, per controllare da vicino le mosse della compagnia del Golfo. Il futuro di Alitalia (che in 4 anni ha bruciato 753 milioni), a meno che la politica torni prepotentemente a far sentire la sua voce, sembra quindi già scritto nella volontà della sua storica promessa sposa. Se non altro perché smontare il processo d'integrazione avviato con Air France sarebbe davvero complesso. Le due compagnie

parlano da tempo la stessa lingua, si suddividono il mercato, hanno sistemi operativi connessi. Lazard, che conosce a fondo la realtà italiana, sa poi bene come procedere. Nel dossier in preparazione ci sarebbe, tra l'altro, anche la nascita di holding per valorizzare le peculiarità di ciascuna compagnia. Un piano che ricalca quello già studiato sei anni fa. In attesa dello sprint finale, l'ad Andrea Ragnetti spinge sul marketing, rinnova le sale d'attesa sulla Roma-Milano e studia come valorizzare al massimo la compagnia, scorporando il marchio Mille Miglia. Troppo poco per far saltare il matrimonio con Parigi.

