

CONCORRENZA AEREA

Ryanair è stata rieducata dal libero mercato

ECONOMIA

02_10_2017

**Francesco
Ramella**



Per dirla in termini cinematografici, la "critica" non l'ha mai amato. Ma pure il "pubblico" ha spesso mugugnato tanto che abbondano le storielle sul suo conto come quella che lo vede protagonista di una disavventura al bar. Lui è Michael O'Leary, l'amministratore delegato di Ryanair. Entrato in un locale chiede una pinta di birra. Il barista gliela serve prontamente e gli dice "Fa un euro". O'Leary si compiace del prezzo ma si scoccia

quando viene a sapere di dover pagare anche il bicchiere, inizia ad innervosirsi quando deve tirare fuori di tasca altri due euro per sedersi e poco dopo se ne va schiumante di rabbia per non avere potuto esporre il suo disappunto al direttore del locale (contattabile solo per telefono, il lunedì o il martedì dalle 9 alle 9.10, con tariffa di dieci centesimi al secondo...) e strillando "non entrerà mai più in questo bar nella mia vita". Un vero e proprio contrappasso del suo comportamento verso i viaggiatori: prezzi stracciati per il volo ma solo per quello. Tutto il resto si paga a parte: bevande a bordo, bagagliaio oltre al minimo consentito, *check-in* all'aeroporto invece che *on-line*, scelta del posto a bordo.

Un modello di business, quello adottato da Ryanair, che ha costituito una svolta radicale rispetto all'assetto pre-esistente e che ci consente di riflettere sulla efficienza e sulla moralità del mercato. Mercato inesistente fino a soli tre decenni fa: lo stato, tutti gli stati, detenevano, attraverso quella che non a caso era detta la "compagnia di bandiera", il monopolio del settore. L'aereo era un'opzione di trasporto per pochi fortunati. La maggior parte delle persone non poteva servirsene a causa del livello troppo elevato delle tariffe. Accondandosi a quanto fatto negli Stati Uniti a partire dagli anni '70, alla fine dello scorso secolo anche l'Europa decise di eliminare le barriere all'entrata e di rendere possibile la concorrenza tra più soggetti. I risultati sono stati spettacolari. In molti casi il costo del volo si è ridotto da molte centinaia a poche decine di euro: il trasporto aereo è così divenuto alla portata della maggior parte di noi. La sola compagnia irlandese da meno di un milione di trasportati a fine anni '80 è salita a 100 milioni di passeggeri nel 2016 (in media si alza in volo un velivolo ogni quarantacinque secondi senza alcun incidente fatale in tre decenni di attività), all'incirca il doppio di Air France e di Lufthansa con un coefficiente di riempimento degli aerei pari al 94%. Insomma, nonostante le lamentele, il bar Ryanair è sempre pieno. E, per tornare alla storiella, senza che nessuno sia costretto ad entrarvi. Ciascuno dei clienti può, di giorno in giorno, decidere se rinnovare o meno la fiducia alla compagnia. Un meccanismo di "voto" continuo e che, a differenza di quello democratico, non impone costi a terzi come accade, ad esempio, con le ferrovie: tutti i contribuenti, ricchi e poveri, sono stati costretti a finanziare la rete ad alta velocità i cui servizi sono utilizzati prevalentemente da viaggiatori con reddito superiore alla media.

E' questo processo che impedisce a qualunque azienda che operi in un mercato concorrenziale di sedersi sugli allori. In questo caso il voto di fiducia verrebbe ritirato, nuovi concorrenti acquisirebbero una parte di clientela e nei casi più estremi l'azienda si avvierebbe al fallimento. In assenza di salvataggi pubblici, neppure la più grande impresa va esente da questo rischio come possiamo constatare dai più recenti

eventi che hanno coinvolto la società irlandese. A causa di errori nella pianificazione delle ferie o, come sostengono alcuni analisti, come risultato di una deliberata strategia volta a massimizzare i profitti aziendali incrementando le ore di volo dei piloti nel periodo estivo che fa registrare le punte di domanda, Ryanair si è vista costretta a cancellare oltre 2.000 voli. Immediata la reazione del mercato: la quotazione della compagnia è scesa ed i concorrenti si stanno attrezzando per coprire i buchi lasciati liberi. La compagnia aerea ha cercato di tamponare la crisi acquistando biglietti di altri vettori per conto dei passeggeri rimasti a terra e offrendo loro rimborsi e buoni sconto. Al contempo, sembra che Ryanair stia prendendo le contromosse per frenare la fuoriuscita di parte dei suoi piloti verso altre società che offrono loro migliori condizioni di lavoro. Già, perché come non può costringere alcuno a salire su un proprio velivolo, Ryanair, come qualsiasi altra società, non può trattenerne contro la sua volontà alcun dipendente o collaboratore: è sufficiente che un qualsiasi altro imprenditore offra condizioni anche marginalmente migliori e costui farà le valigie. Se decide di rimanere è perché nessun altro è disposto a farlo.

Come ha scritto Sergio Ricossa: "chi sostiene che il mercato di concorrenza non è sociale, sbaglia. Chi sostiene che non è pietoso, ha ragione". La saga della compagnia irlandese lo conferma una volta di più.