Alitalia, flop dell'asta per l'acquisto del marchio. Adesso via ai ribassi

E' andata deserta l'asta per rilevare lo **storico marchio Alitalia**. Con una base fissata a 290 milioni di euro, il termine per presentare le offerte vincolanti è scaduto senza che nessun potenziale acquirente abbia fatto nessuna offerta.

A far mancare un'offerta è stata anche Ita, l'unico vettore seriamente interessato all'acquisto). Già nei giorni scorsi, infatti, il presidente della compagnia **Alfredo Altavilla**, aveva definito la cifra di partenza "irrealistica" perché "rende antieconomico l'investimento". Queste dichiarazioni, che hanno fatto scaturire polemiche con i commissari straordinari di Alitalia, lasciavano intendere che la nuova compagnia di bandiera non avrebbe presentato la propria offerta. Tanto più che, in base ad alcune analisi indipendenti, il valore del brand sarebbe inferiore alla metà di quanto richiesto (130-150 milioni).

A questo punto, si passerà a una seconda fase aperta a offerte più basse. Se anche questa procedura si concludesse senza risultati, stando al bando di gara, "i commissari straordinari procederanno alla cessione del brand senza vincoli procedurali nei confronti dell'operatore economico da essi individuato", cioè con una **trattativa privata**.

Il marchio Alitalia sarà reso disponibile al vincitore della gara entro il 31 dicembre 2021. Nel frattempo, come annunciato più volte, **Ita decollerà il 15 ottobre** senza la vecchia denominazione con 52 aerei e con 2.800 dipendenti.