

Assicurazioni Secondo i calcoli dello Sna (Sindacato agenti) sono a rischio almeno 5 mila posti di lavoro. E il mercato si stringe

Unipol e FonSai, il nodo delle agenzie

La rete va razionalizzata. Cacciamani (Uniparma): «Esiste un piano B per l'operazione?»

Tra azioni della Procura della Repubblica, piani industriali e fallimenti, il percorso di salvataggio dell'ex impero di casa Ligresti, concentrato sulla compagnia di assicurazione Fondiaria-Sai, procede con passo lento e l'interesse non sopito da parte di chi, come Palladio-Sator, è convinto di disporre di un piano alternativo e maggiormente efficace di quello predisposto da Mediobanca.

Parallelamente alle ipotesi sul tavolo per arrivare a dare un futuro a quella che è la seconda compagnia assicuratrice italiana, emergono almeno un paio di aspetti trascurati che possono però avere un concreto impatto sul futuro del progetto. Da un lato, il fattore tempo, dall'altro l'impatto delle razionalizzazioni della rete agenziale. «Il

piano industriale per l'integrazione in Unipol di Fondiaria-Sai — spiega Claudio Cacciamani, docente di Economia delle aziende di assicurazione all'Università di Parma — ha di certo considerato il *combined ratio* della società risultante dall'operazione, ma occorre verificare con attenzione il coefficiente di solvibilità della nuova compagnia, in particolare nel caso in cui si debba procedere a una necessaria pulizia di portafoglio e a una ra-

zionalizzazione delle reti distributive, in molte piazze sovrapposte. Al di là di questi aspetti tecnici, ce n'è un altro che mi pare solo marginalmente considerato: il tempo. Il fattore temporale è un elemento critico dell'architettura predisposta, in particolare con riguardo alle dimissioni di *asset* e al conse-

guimento delle sinergie aziendali». L'esordio della nuova società è fissato per l'1 gennaio 2013. «Ma se si dovesse esaurire il cuscinetto di patrimonio richiesto anche dalle Autorità di vigilanza — continua Cacciamani — occorre domandarsi chi possa provvedere a nuovi aumenti di capitale, assolutamente da non escludere, anzi probabilmente necessari. Non i soci di maggioranza, ovvero le cooperative di consumo socie di Unipol, già abbastanza stressate dall'operazione, né i soci di minoranza che, con l'attuale crisi finanziaria, i flebili corsi dei titoli assicurativi e l'architettura impressa all'operazione, hanno poco da essere felici. Così la domanda è: esiste un

piano B pronto da essere implementato nel caso di un ritardo del piano principale? Non c'è motivo per dubitare

che dalla fusione si generi potenziale valore, ma questo è comunque legato a un cronoprogramma da rispettare in modo ferreo. Il ritardo nel suo adempimento, sia sul piano delle dimissioni sia su quello del conseguimento degli obiettivi gestionali, richiede risorse finanziarie e patrimoniali che gli azionisti, tutti, dovrebbero avere a pronta disposizione. Non è possibile ricorrere ulteriormente all'indebitamento. E poi — conclude Cacciamani — non è ancora chiaro l'impatto potenzialmente negativo dei rischi giudiziari che, a valle, verranno portati dal

fallimento, a monte, di Sinergia e di Immco, le due società della famiglia Ligresti».

Tra gli aspetti di criticità futura è l'esigenza di razionalizzazione della rete agenziale. Le aree delle reti di consulenza e vendita di Unipol si sovrappongono in molte zone del Paese a quella di Fondiaria-Sai. «Nel piano industriale che l'amministratore delegato di Unipol, Carlo Cimbri, ha recentemente presentato — dice Claudio Demozzi, presidente dello Sna, il sindacato nazionale degli agenti di assicurazione, 8 mila iscritti sul circa 18 mila agenti operanti — le cifre sono chiare: agenzie

pre-fusione 4.600, agenzie post-fusione 3.600. Mille agenzie in meno con il piano a regime. Questo significa, visti i dati medi nazionali, almeno 1.500 agenti a spasso e circa 5 mila persone, considerando i dipendenti delle agenzie, senza un lavoro».

Non meno gravosa di insidie è la concentrazione del mercato italiano delle poliz-

ze danni nello scenario post-fusione. A fronte di circa 7,3 miliardi di premi in capo a Generali Assicurazioni, la fusione creerebbe un *player* composto da tre marchi (Fondiaria-Sai, Unipol e Milano) che assommano circa 14,2 miliardi di euro di premi. Cosicché a fronte di un mercato che sviluppa circa 33 miliardi di premi danni, oltre 21 miliardi — cioè circa il 60 per cento — sarebbero riconducibili ai primi due *player*.

«L'Antitrust dovrebbe vigilare sulle possibili distorsioni derivanti per il mercato da questa fusione — conclude Demozzi — come dovrebbe essere chiaro a tutti che buona parte del risultato operativo prospettato da Unipol si basa sostanzialmente sul ridimensionamento delle rete agenziale con evidenti riflessi sul livello occupazionale fin qui garantito dalle due distinte compagnie».

S. RIG.

@Righist

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Bologna
Carlo Cimbri,
amministratore
delegato del
gruppo Unipol,
pronto ad
aggregare
Fondiaria-Sai

image economica



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.