

Polizze

Il Leone diventa più grande Generali assorbe Alleanza

Generali ha deciso l'integrazione delle attività assicurative di Toro e Alleanza in una newco. L'integrazione tra le due compagnie dà vita ad un'unica realtà con una quota di mercato superiore al 5 per cento e oltre 3,3 milioni di clienti.

Il nuovo operatore garantirà al gruppo Generali maggiori vantaggi competitivi nel mercato italiano grazie alla valorizzazione della complementarietà delle reti di distribuzione, agenti per Toro e produttori dipendenti per Alleanza, e del know-how nel danni e nel vita specifico delle compagnie. Grazie all'operazione, la rete di Alleanza potrà distribuire prodotti danni retail alla propria clientela e quella di Toro potenziare l'offerta di polizze nel ramo-vita.

Sono previste entro il 2012 significative sinergie annue lorde per 200 milioni di euro. ♦

CAVALLI NON SFILA

Roberto Cavalli annulla la sfilata della collezione Just Cavalli del 26 Febbraio. "Ho preso la decisione per tutelare l'immagine ed i clienti, la difficile situazione di Ittierre non mi dà garanzia".

SEGNALI

Segnali che dovrebbero preoccupare il governo, avvertono i consumatori così come anche i sindacati. Ma non è così. Anzi, ben lontano dal trovarli preoccupanti, il ministro Scajola (Sviluppo) li trova dati «incoraggianti»: perché «il calo dei prezzi non deriva dalla riduzione dei consumi, che stanno viceversa tenendo», sostiene. Qualche conto l'ha fatto anche l'Osservatorio dei Consumi ortofrutticoli di Macfrut, la rassegna internazionale specializzata in ortofruticoltura: per frutta e verdura fresche e per ortaggi surgelati le famiglie italiane nel 2008 hanno speso 14 miliardi, il 3,4% in più rispetto al 2007. Le quantità totali acquistate, viceversa, sono inferiori dello 0,24% sul 2007, un dato cui fa riscontro un incremento del prezzo medio (frutta fresca +7,7%). In sostanza, si acquista di meno ma si spende parecchio di più. ♦

IL LINK

IL SITO DELL'ISTITUTO DI STATISTICA
www.istat.it

Intervista a Francesco Pugliese (Conad)

«Consumi, la vera crisi arriverà solo in primavera»

«In gennaio le nostre vendite di alimentari sono aumentate del 5% ma il carrello della spesa è diventato più povero»

LA. MA.

MILANO
lmatteucci@unita.it

Cala l'inflazione generale e incominciano a raffreddarsi anche gli alimentari, fermo restando che la pasta in un anno è balzata del 25% e il pane del 7%. Quanto a consumi, il comparto sta tenendo. Anzi. Confermandosi come anticiclico nei momenti di crisi, l'alimentare aumenta il volume delle vendite: più 5% nei punti Conad a gennaio rispetto a un anno prima, a parità di strutture. «Ma la vera crisi la vedremo nel secondo trimestre, quando si faranno sentire l'aumento della cassa integrazione e i posti di lavoro persi», dice il direttore generale di Conad Francesco Pugliese. Che parla delle promozioni e delle strategie del gruppo per reggere l'urto dell'onda lunga del 2009. E ricorda che «la crisi ha due facce».

L'alimentare regge, ma come cambiano le abitudini degli italiani?

«Il prezzo è essenziale, se unito però ad un certo standard qualitativo. Si rinuncia, semmai, a certi contenuti di servizio, all'insalata già lavata, alla verdura già tagliata. E si preferisce il prodotto a marchio, i cui prezzi sono mediamente più bassi del 35-40% rispetto agli altri. Sul largo consumo confezionato, i prodotti a marchio Conad sono passati da una quota del 16% nel 2007 al 19,3% del 2008. Chiaro, il carrello della spesa è più povero: le quantità acquistate restano le stesse, ma la battuta di cassa è inferiore».

La crisi ha due facce, dice lei.

«Chi ha un lavoro diciamo sicuro aumenta il proprio potere d'acquisto, visto che sono in calo benzina, energia, gas, e pure le rate dei mutui. Si allargherà la forbice. Chi incremen-

ta il potere d'acquisto, e chi lo vedrà crollare, soprattutto i giovani con lavori precari, chi entra in cig o perde il posto».

Di social card se ne vedono nei vostri punti vendita?

«Poca roba. Del resto, molto meglio sarebbe stato fare altro, mettere mano agli ammortizzatori sociali per esempio».

Un paio di mesi fa colpi la vostra promozione sulla pasta, mezzo chilo a 0,35 cent. La riproporrà?

«Sicuro. Ma non sarà l'unica. È appena partita un'altra campagna, riguarda le arance rosse di Sicilia che verranno vendute tra Belgio, Svizzera, Francia e Germania, oltre che nei 3mila punti vendita d'Italia. A marzo sarà la volta dei pomodorini di Pachino, a giugno di cannoli e cassate. L'intenzione è quella di rafforzare la presenza all'estero (il ritorno è un fatturato che nel 2008 stima 38 milioni solo

Made in Italy

«Attenti al protezionismo: il marchio di provenienza perde rilevanza rispetto a qualità a prezzo, ma la crisi non si risolve chiudendosi»

per il confezionato, ndr), in Svizzera, in Belgio, in Austria nel secondo semestre. Con qualche aggiustamento di tiro».

Aggiustamenti sull'estero?

«Prima c'era un'enfaticizzazione del made in Italy, adesso la provenienza perderà rilevanza rispetto a qualità e prezzo. Siamo preoccupati delle spinte protezionistiche, e convinti che la crisi non si risolverà chiudendosi. Noi per primi dobbiamo continuare ad importare». ♦

Affari

EURO/DOLLARO: 1,2746

MIBTEL
12.639
-1,29%

S&PMIB
15.391
-0,90%

ANTITRUST

Multa Wind

L'Antitrust ha multato Wind Telecomunicazioni per pratica commerciale scorretta sanzionando la società con una multa di 135mila euro.

AIR ALPS

120 in cig

Il vettore aereo altoatesino Air Alps ha annunciato la cassa integrazione dal 20 al 50% per 120 lavoratori dei 144 addetti complessivi.

LAGARDERE

Tagli in Italia

Lagardere Active, polo stampa del gruppo Lagardere, sta per tagliare 250 posti in Italia, Spagna e Gbr: circa il 10-20% della forza lavoro.

HARRY'S BAR

Verso l'intesa

Si dovrebbe chiudere in giornata la vertenza del contratto interno dei dipendenti dell'Harry's bar di Venezia. L'intesa allontanerebbe ogni possibile spettro sul futuro dello storico locale.

ALFA ACCIAI

Colate di notte

Accordo per i 740 operai dell'Alfa Acciai di Brescia. L'intesa preveda la concentrazione della produzione tra le 19 e le 11 del mattino dal lunedì al venerdì e per 24 ore al giorno nel weekend.

INFISSI IN PVC

Maico ok

È di 60 milioni il valore del mercato degli infissi in PVC in Italia (+8% nel 2008). A beneficiarne due aziende: Maico (fornitore di meccanismi) e Profine (produttore di profili in pvc).