

Assicurazioni

Si riaffaccia a Piazza Affari la compagnia, oggi di De Agostini. La guida Salvati: che promette lo sviluppo nel vita e investimenti sulla struttura agenziale. Bancassicurazione punto fermo nel business futuro: cercando un nuovo partner.



Torna il Toro, diesel col turbo

Sotto la guida di **Sandro Salvati** (nella foto), torna in Borsa la storica **Toro Assicurazioni**, compagnia presieduta da **Antonio Belloni**. Il consiglio di amministrazione della società, che **Marco Drago**, numero uno del Gruppo De Agostini Invest Sa, aveva rilevato da Fiat per 2.378 milioni di Euro, ha deliberato il collocamento sul mercato di una quota del capitale. *Advisor* finanziario dell'operazione è Credit Suisse First Boston. Ubm, Caboto e Lehman Brothers sono i *joint global coordinators*. Ubm è lo *sponsor* dell'operazione. *Advisors* legali dell'emittente sono gli studi Nctm e d'Urso, Munari Gatti e per la

parte internazionale, Latam & Watkins. *Advisor* legale dei *global coordinators* è lo studio Erede, Bonelli, Pappalardo e per la parte internazionale Shearman & Sterling.

Per capire la strategia di Toro in vista di Piazza Affari, **INVESTIRE** ha sentito Salvati, manager con un lungo curriculum assicurativo. Di piano industriale, possibili acquisizioni, progetti, investimenti, con la quotazione al decollo, non ne può parlare. Di come si sente dopo l'uscita da una grande compagnia come Alleanza, dal destino ingessato nell'orbita di Generali, non ne vuol parlare più. «Toro, Toro, Toro», insiste.

Viene in mente il titolo di un vecchio film, ma è di un nuovo copione che si sta occupando il manager numero uno della storica compagnia che per un secolo è stata il gioiello del gruppo Fiat.

Che cosa ha trovato in questo gruppo?

Una situazione tecnica positiva e asset patrimoniali robusti. Un motore *diesel* sicuro e affidabile al quale ora va attaccato il turbo, senza perdere tempo. Abbiamo messo a punto un *business plan* molto dinamico, che ci ha già permesso di fare i primi passi. Nel futuro a breve ci sarà lo sviluppo di alcuni settori profittevoli, nel ramo danni, auto a parte. E poi punteremo

fortemente sul settore vita, nel quale la compagnia ha avuto finora quote di mercato troppo piccole.

Quale sarà la filosofia guida del ramo vita?

Grande spinta sui prodotti, studio approfondito del mercato, per risultare altamente competitivi. Per puntare ad un sostanzioso aumento delle nostre quote di mercato faremo un grande investimento sulla struttura agenziale: il *network* Toro è molto professionale e ad alta capillarità, potrà dare ottimi risultati, ne sono certo. Ho scoperto con piacere che possiamo contare su una base clienti molto solida e fidelizzata e questo è un valore che poche com-

pagnie possono vantare. Uno studio di mercato ci ha confermato che molti clienti sono rimasti fedeli al marchio e altri nuovi sono arrivati, anche se negli ultimi anni non sono stati fatti investimenti pubblicitari di rilievo, né sul *brand* né sui prodotti. Il marchio Toro ha mantenuto e mantiene una notorietà e una considerazione sorprendenti.

A proposito di marketing, intendete continuare sulla linea di tradizione?

Da una parte è bene proseguire sulla strada che ha dato buoni risultati, soprattutto nel settore danni.

Ma è indubbio che bisognerà saper seguire la clientela favorevole all'uso di canali e strumenti tecnologicamente più avanzati, sensibili alle innovazioni.

I prodotti salute e malattia di Toro fino a qualche anno fa erano i migliori del mercato, a detta di broker e agenti.

Potranno tornare a toccare questo record?

I prodotti salute e malattia sono ancora molto importanti per il nostro sviluppo futuro. Certo, bisognerà puntare a poter offrire nuovamente il miglior prodotto sul mercato, mantenendo però anche un equilibrio sostenibile per noi.

Toro, prima del suo arrivo, era uscita da una lunga avventura di bancassurance con Capitalia. Ora che farete?

La bancassicurazione è un punto fermo anche nel nostro business futuro. Non c'è dubbio che avremo un nuovo partner, sarà molto importante poter stringere un accordo che sia realmente vantaggioso per tutti e due i "coniu-gi": un matrimonio sbilanciato da una sola in questo settore non funziona.

Cercheremo al più presto una banca che risulti in piena sintonia con gli obiettivi di Toro. €

DI KATIA FERRI
katiaferri@hotmail.com

Bilancio 2004: un biglietto da visita

E' il bilancio 2004 il miglior biglietto da visita per la matricola Toro al secondo debutto al listino. L'esercizio 2004 evidenzia solidità patrimoniale e rigore tecnico. I risultati 2004, hanno confermato la **solidità tecnica** della compagnia e la volontà dei suoi azionisti di rafforzare il gruppo. Il **piano strategico triennale** è partito lo scorso gennaio e appare fortemente orientato a creare valore in modo ambizioso e sostenibile. I premi consolidati al 31 dicembre 2004, sono stati pari a 2.772 milioni di Euro, in crescita del 3,1% rispetto all'anno precedente (al netto delle cessioni del gruppo Le Continent e di Roma Vita, avvenute nel 2003). I rami danni hanno totalizzato premi pari a 2.290 milioni (+1,9%) e 482 milioni sono stati totalizzati nel vita (+9%). La nuova produzione vita ha raggiunto i 213 milioni (+30%), di cui 16 milioni di premi ricorrenti (+16%). Sono state rafforzate le riserve sinistri nel ramo rc auto e il rapporto fra riserve tecniche nette e premi netti è salito a 182,6% da 180,6 nel 2003. Il saldo tecnico complessivo è stato pari a 67,5 milioni, da 85,4 milioni raggiunti nel 2003.



Il risultato della gestione finanziaria è salito del 92% a 183 milio-

ni, che includono 50 milioni di proventi da trading (rispetto ai 13 milioni conseguiti nel 2003).

Il consiglio di amministrazione della Toro ha effettuato una svalutazione straordinaria del *goodwill* generatosi a seguito della fusione di Toro Assicurazioni Spa con la compagnia vita Ronda nel dicembre 2004, pari a 130 milioni, in aggiunta alla quota annuale di ammortamento, pari a 45 milioni.

Questa scelta ha comportato un impatto positivo sullo stato patrimoniale, riducendo la differenza di consolidamento da ammortizzare a 699 milioni.

L'utile ante imposte e componenti straordinarie ha raggiunto i **251 milioni**, pari a un +39% rispetto al 2003. Per effetto della fusione societaria, il bilancio si è chiuso in pareggio. L'assemblea ha ricevuto una proposta di dividendo pari a 0,44 Euro per azione, che sarà pagato entro il 30 giugno 2005.

"Tutela Più" a prova di infortuni

"Toro Tutela Più" è la nuova **polizza infortuni** capace di rispondere alle esigenze della famiglia sia nell'ambito della vita privata sia professionale. Il prodotto multigaranzia consente di costruire, con un elevato grado di personalizzazione, modularità e flessibilità di garanzie una copertura assicurativa in linea con le proprie necessità e disponibilità economiche.

Tra le varie offerte, vere e proprie novità assolute, ricordiamo che un componente del nucleo familiare può scegliere la copertura danno estetico che con poche decine di Euro permette un rimborso, delle spese sanitarie effettuate, a partire **da 2.500 Euro**.

Per le casalinghe, dove l'assicurazione obbligatoria copre solo menomazioni pesanti (oltre

il 33%), la polizza opera indipendentemente ed in aggiunta a quella obbligatoria, liquida il danno in capitale, garantendo un arco di copertura completo e indennizzi più consistenti. Il prodotto si compone di sei parti:

- 1. infortuni;**
- 2. diaria da infortunio o malattia;**
- 3. grande intervento chirurgico;**
- 4. invalidità permanente da malattia;**
- 5. assistenze e**
- 6. tutela giudiziaria.**

La parte infortuni prevede le garanzie base Morte e Invalidità Permanente più una serie di garanzie facoltative quali l'inabilità temporanea, la diaria da ricovero e convalescenza da infortunio, quella da gessatura, il rimborso spese sanitarie da infortunio, il rimborso spese sanitarie danni estetici e la perdita dell'anno scolastico.