

Controllo del volo. Scarsi vantaggi dall'acquisto del ramo d'azienda dalla vedova Cruciani

Enav e quei dubbi su Vitrociset

LA NUOVA TECHNOSKY

Quasi in rosso il primo bilancio sotto la gestione pubblica; l'ente ha dovuto ricapitalizzare - E intanto i costi del personale corrono

Laura Serafini

ROMA

È stato davvero un affare l'acquisto di Enav del ramo d'azienda Vitrociset dalla vedova Edoarda Cruciani? Per la signora sicuramente sì, considerata la maxi-cedola da 70 milioni distribuita lo scorso anno ai soci di Vitrociset spa (Ciset srl e Finmeccanica) con le plusvalenze da cessione (109 milioni). Per la società guidata da Guido Pugliesi, a giudicare da quanto emerge dal bilancio 2007 della nuova TechnoSky (così è stato ribattezzato quel ramo d'azienda), non pare che le cose siano andate altrettanto bene.

Enav ha pagato il ramo d'azienda 108 milioni più un conguaglio aggiustamento prezzo da 1,4 milioni (l'utile degli ultimi due mesi 2006). L'operazione è stata giustificata con la necessità di portare dentro il perimetro dell'Enav il know-how che la Vitrociset aveva acquisito nel tempo facendo la manutenzione dei sistemi operativi dell'ente controllori di volo. Nel bilancio 2007 si enfatizzano, inoltre, i «lusinghieri» risultati economici legati al risparmio di circa 15 milioni sul contratto di fornitura servizi che legava la Vitrociset spa a Enav. Quel canone è stato ridotto da 76,5 milioni del 2005 a 61 milioni nel 2007. Ma l'apparente vantaggio si è rivelato un boomerang: il canone è la principale fonte di ricavi della nuova TechnoSky; ridurlo del

20% ha comportato inevitabilmente la caduta del fatturato, oggi sceso a 68 milioni, a fronte della quale non c'è stata un'analoga riduzione dei costi, perché Enav non solo ha rilevato i 754 dipendenti ma li ha incrementati a 772. E li ha subito premiati: «Importante e motivante la decisione dell'azienda - si annuncia nel bilancio - di corrispondere al personale nell'anno in corso un premio per l'impegno profuso da tutti nel preservare la continuità operativa».

A fine 2007 i costi totali erano a quota 66,3 milioni (di cui 43,7 milioni per i costi del personale e 18 milioni di spese per appalti). Il risultato è una gestione economica che evidenzia, come si spiega nel bilancio, «una contrazione rilevante del risultato» del «margine della gestione caratterista» (sostanzialmente il Mol) che scende dai 18 milioni totali delle gestione Cruciani a 1,9 milioni. L'utile netto si attese a 38 mila euro (contro i circa 15 milioni della precedente gestione). Nella relazione a bilancio si spiega che tutto questo era previsto e che, anzi, la gestione è andata meglio del previsto perché (considerato che il nuovo canone serve per la copertura dei costi) si pensava di chiudere in pareggio.

Torniamo ai vantaggi dell'operazione per Enav. La capogruppo ha risparmiato 15 milioni di canone, ma già dal 2007 deve ammortizzare pro-quota l'investimento per acquistare il ramo d'azienda: sono circa 11 milioni che finiscono per impattare sul risultato netto della controllante. Poi ci sono gli oneri sul debito bancario (dell'ordine di alcuni milioni di euro, anch'essi che pesano

sull'utile) contratto per finanziare l'acquisto.

Poi c'è la ciliiegina sulla torta: la signora Cruciani ha passato all'Enav un ramo d'azienda con 754 dipendenti e costi relativi per oltre 45 milioni che aveva un capitale sociale di 10 mila euro e analogo patrimonio. L'Enav ha dovuto procedere nell'agosto scorso a un aumento di capitale da 1,6 milioni oltre a destinare l'utile da 1,4 milioni ereditato dal 2006 per ripatrimonializzare la società (3 milioni attuali).

La posizione finanziaria netta, inoltre, risulta negativa per 5,7 milioni.

Dunque, a oggi sembra che i risparmi derivanti dalla riduzione del canone siano quantomeno assorbiti dagli oneri che questo ha comportato e da quelli derivanti dall'acquisizione del ramo d'azienda. Tra i propositi futuri evidenziati nella relazione sul bilancio c'è l'intenzione di sviluppare «una politica attenta al contenimento dei costi e alla crescita delle attività di servizi in favore di clienti terzi, sia pure nei limiti previsti dalla legge». E la conferma che senza la riduzione dei costi e la ricerca di nuovi clienti per aumentare il fatturato il business di TechnoSky farà fatica a stare in piedi.

laura.serafini@ilssole24ore.com

