



PRIMO PIANO

Giudizio immediato per i Ligresti

Via libera al giudizio immediato per Salvatore Ligresti. Il gip ha accolto la richiesta del procuratore aggiunto Vittorio Nessi e dal sostituto Marco Gianoglio, e fissato la prima udienza per il prossimo 4 dicembre. Oltre all'ingegnere di Paternò, andranno a giudizio immediato la figlia Jonella, Antonio Talarico, vicepresidente di Fonsai all'epoca dei fatti contesta l'ex ad Fausto Marchionni, e l'ex dg Emanuele Erbetta. L'indagine è concentrata sulle irregolarità di bilancio che permisero ai Ligresti, secondo l'accusa, di acquisire dividendi illeciti per 200 milioni.

La scelta del rito immediato sottolinea come la procura di Torino abbia le idee piuttosto chiare: il meccanismo, infatti, in base al codice può scattare solo "quando la prova appare evidente". Dunque, secondo i pubblici ministeri, l'esistenza dell'aggiotaggio e delle false comunicazioni sociali (in relazione al bilancio 2010) è stata abbondantemente dimostrata dalle indagini. A corroborare la ricostruzione degli inquirenti ci sarebbero alcune dichiarazioni di Giulia Ligresti, l'altra figlia dell'ingegnere, uscita dal processo patteggiando due anni e otto mesi.

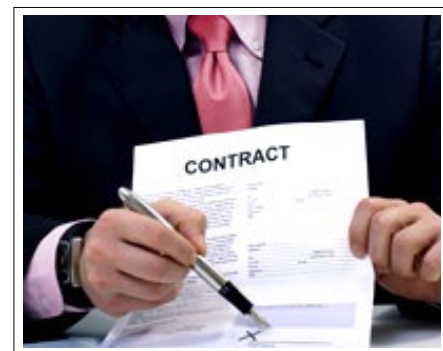
Beniamino Musto

MERCATO

Il viaggio dell'assicurazione italiana fuori dalla crisi

La crisi economica globale ha modificato in profondità le dinamiche socio-economiche. Quando usciremo dalla situazione attuale il panorama economico italiano sarà irrimediabilmente mutato e dovremo imparare a conoscerne la geografia. Per rimanere competitivi compagnie e intermediari dovranno saper cogliere le dinamiche del cambiamento e rispondere con strategie efficaci

La lunga notte della crisi economica non è ancora passata. L'alba della ripresa tarda ancora a venire, e nonostante timidi segnali positivi, come l'andamento della raccolta del primo semestre 2013, il settore assicurativo deve fare i conti con uno scenario ancora complesso. Se fino a poco tempo fa compagnie e intermediari si orientavano seguendo alcune stelle fisse, ora la situazione è più articolata. **Le compagnie vivono uno dei più grandi riasseti storici del mercato italiano**, un'operazione delicata che porterà inevitabilmente a importanti innovazioni. **La distribuzione**, invece, è di fronte a un **nuovo quadro normativo europeo** che, unito all'aumento della concorrenza, impone un mutamento di ruolo agli agenti. Nella via lattea dell'assicurazione italiana alcune stelle si sono spente e altre nuove si vedono nel cielo. Come orientarsi nuovamente nella galassia assicurativa italiana?



RIGUADAGNARE LA FIDUCIA DEL CLIENTE

Il settore deve riguadagnare la fiducia che molte famiglie hanno perso nei confronti dell'offerta assicurativa. Per fare ciò le compagnie dovranno studiare prodotti e servizi innovativi, rispondendo alle difficoltà finanziarie e alle nuove esigenze dei consumatori. Le compagnie on line finora hanno tratto vantaggio dalla situazione economica critica, giocando la loro partita sul prezzo, e hanno ottenuto buoni risultati sul breve termine conquistando quote di mercato. Ma, come evidenziato dagli osservatori di **Macros Consulting** e confermato dall'analisi del primo semestre 2013 di GfK/Eurisko (riportate nel report *Saper vedere oltre la crisi*), le **stelle polari** che potrebbero orientare il business delle compagnie si stanno lentamente spostando. **Prezzo e brand** rimangono discriminanti importanti, ma la **relazione** tra il cliente, la compagnia e la rete distributiva diventa sempre più fondamentale. Infatti il consumatore sente ora il bisogno di un ritorno al **contatto umano** e alla relazione basata sulla **consulenza**. Anche le dirette, infatti, hanno compreso la necessità di creare punti di contatto fisici con il cliente, ne è prova il recente caso mediatico di una compagnia leader, che ha fatto parlare di sé con una campagna di **viral marketing** legata alla promozione di un suo punto vendita a Milano.

PUNTARE SU CONSULENZA E NUOVI MERCATI

È proprio la consulenza, la capacità di capire le esigenze del cliente e di metterle al centro dell'offerta, il punto nodale del futuro di compagnie e intermediari. Su questo piano giocherà la partita dell'innovazione. Il modello di distribuzione è sicuramente l'anello della filiera più coinvolto dal cambiamento. Una grande opportunità per la distribuzione sta nel reagire alla disintermediazione rispondendo con l'innovazione e confermando la propria centralità nel settore assicurativo. Gli intermediari, agenti e broker, sono sempre stati la colonna portante della vendita assicurativa. Ma oggi le dinamiche sono mutate. L'acquisto di prodotti, soprattutto i più standardizzati come l'Rc auto, verrà effettuato sempre più on line, come dimostra l'aumento di preventivi sul web del 70% solo nell'ultimo anno, da settembre 2011 a settembre 2012 (Osservatorio Super Money, 2013). Il core business delle agenzie non può più essere, allora, la mera attività di vendita, ma due modifiche sono di vitale importanza: inserire la consulenza nel core business e comprendere quali segmenti del mercato hanno un'espansione futura su cui puntare. *(continua a pag.2)*



(continua da pag. 1) Per consulenza si intende assumere la prospettiva del cliente, anticiparne le necessità, offrire soluzioni adeguate. Inoltre, **porre il cliente al centro** del business e sfruttare a proprio vantaggio le novità normative aiuta a capire le possibilità di espansione nel mercato. L'analisi dei bisogni e dei nuovi atteggiamenti dei clienti indica quali sono le vie da percorrere con proposte innovative. Porre al centro il cliente significa infatti aumentare la consulenza e guadagnare in **fiducia e fidelizzazione**. Volgere il cambiamento in opportunità di crescita può quindi essere la strategia vincente per le agenzie.

IL 36% DELLE AGENZIE È COINVOLTO IN PROCESSI DI RISTRUTTURAZIONE

Un altro elemento di forte impatto sul mercato italiano è la grande **ristrutturazione** di alcune compagnie leader del settore. La ridefinizione della loro fisionomia aziendale e distributiva interessa il 33% del mercato totale, il 50% del ramo Danni e il 25% del Vita. Le agenzie coinvolte in questo processo saranno il 36% del totale nazionale, insieme al 39% degli agenti (*Osservatorio sulla distribuzione di Macros Consulting*, settembre 2013). I numeri sono importanti, ed evidenziano la portata di tale processo. Ma cosa comporta concretamente per le compagnie e le agenzie? I due attori della filiera potrebbero uscire rafforzati dalla ristrutturazione se modificassero le loro relazioni. Il dialogo è l'elemento strategico su cui puntare. La via da seguire è quella di accantonare le divergenze e le barriere culturali per delineare strategie d'azione condivise che creino valore. In questo senso è fondamentale fissare un obiettivo comune: la fiducia del cliente. Come si mette il cliente al centro del proprio business? Con **proposte e prodotti innovativi**. Proporre, proporre e proporre, questo dev'essere l'imperativo del nuovo business condiviso tra industria e distribuzione. Non si esce dall'impasse mischiando sempre i vecchi ingredienti, ma con l'innovazione sia di processo che di prodotto. Un'innovazione che deve investire soprattutto la relazione di qualità con il cliente. Dunque creazione di nuovi prodotti *customer-shaped*, consulenza e innovazione tecnologica sono i tre cavalli vincenti della corsa alla competitività.

Ancora una volta si tratta quindi di trasformare il rischio in opportunità, le difficoltà in occasione di crescita. Lo sviluppo di una partnership tra compagnie e intermediari può far sorgere il sole dalla notte della crisi. Bisogna però avere la volontà e la motivazione di collaborare per un obiettivo condiviso. La leva è puntare sulla formazione per veicolare nuovi paradigmi culturali. Inoltre bisogna capire il pensiero del consumatore, che è sempre più ibrido, diviso tra il digitale e il rapporto *face to face*. Bisogna comprendere quali sono gli elementi del cambiamento che possiamo volgere a nostro favore. Con la pazienza e un dialogo continuo, con la collaborazione tra le parti, il mondo assicurativo può avviarsi con fiducia verso la ripresa.

Federico Vetrucchio,
business analyst Macros Consulting

Il Sole **24 ORE**

www.formazione.ilsole24ore.com/assicurazioni2013

15° ANNUAL ASSICURAZIONI

CRESCITA E INNOVAZIONE DELL'IMPRESA ASSICURATIVA NEL MERCATO GLOBALE

MILANO, 22 E 23 OTTOBRE 2013 - SEDE GRUPPO 24 ORE

24 ORE ANNUAL EVENTI

PRESENTAZIONE

La quindicesima edizione dell'Annual Assicurazioni, appuntamento di riferimento per il mercato assicurativo, sarà l'occasione per delineare i nuovi contorni degli assetti assicurativi del mercato globale. Alcuni tra i più rappresentativi esponenti del mondo assicurativo e finanziario italiano ed internazionale si confronteranno inoltre sulle future strategie della distribuzione dei prodotti assicurativi, sui possibili canali alternativi e sulla loro efficacia sul settore del welfare e le ricadute in termini di mercato sul settore.

INTERVENGONO

Silvano Andriani
Presidente
AXA Assicurazioni
Presidente Forum
ANIA Consumatori
Camillo Candia
Country CEO
Zurich Italia

Settimio Catalisano
Coordinatore Commissione R.C.
Organismo Unitario
Avvocatura Italiana
Sergio Costello
Presidente Assoprevvidenza
Alberto Corinti
Executive Board IFASS

Davide Corradi
Partner & Managing Director
The Boston Consulting Group
Patrick Dixneuf*
Amministratore Delegato
All'Via
Laura Galvagni
Giornalista Il Sole 24 ORE

Alessandra Gambini
Director and Leader RICS Italy
Towers Watson
Alberto Grassani
Giornalista Il Sole 24 ORE
Wolfgang Hoffman
EMEA Life Sales & Practice Leader
Towers Watson*

Roberto Manzo
Direttore Centrale vita,
danni e servizi
ANIA
Alberto Maria Marzi
Presidente
UBI Assicurazioni

Giovan Battista Mazzucchelli
Amministratore Delegato
Cattolica Assicurazione
Andrea Mencattini
Amministratore Delegato
e Direttore Generale
Allianz Toro

Aldo Minucci
Presidente ANIA
 Davide Passero
Amministratore Delegato
e Direttore Generale
Generali
Alessandro Plateroti
Vicedirettore Il Sole 24 ORE

Alessandro Santoliquido
Direttore Generale
Sara Assicurazioni
George Sartore
Amministratore Delegato Allianz
Francesco Sgobio
Senior Consultant
Towers Watson Italia

Maurizio Taglietti
General Manager
MetLife
Vittorio Verdone
Direttore Centrale Auto,
Distribuzione e Consumatori
ANIA
* Il presente intervento è strutturato

IN COLLABORAZIONE CON
BCG
The Boston Consulting Group

TOWERS WATSON

CON IL PATROCINIO DI
ANIA
Associazione Nazionale
Intermediari Assicurativi e
Ritrovatori

SPONSOR
IGI group

EXHIBITOR
REACT

MEDIA PARTNER
IMPRESA CONNECT

CON IL CONTRIBUTO DI
IMPRESA **RADO 24**

Consulta le offerte disponibili online. Per informazioni su programma, relatori e iscrizioni: www.formazione.ilsole24ore.com/assicurazioni2013

Segui il Sole 24 ORE Formazione e Eventi su [f](#) [t](#) [in](#)

Servizio Clienti
Tel. 02 5660.1887 - Fax 02 7004.8601
info@formazione.ilsole24ore.com

GRUPPO **24 ORE**

Il Sole 24 ORE Formazione ed Eventi
Milano - via Monte Rosa, 91 / Roma - piazza dell'Indipendenza, 23 b/c
ORGANIZZAZIONE CON SISTEMA DI QUALITÀ CERTIFICATO ISO 9001:2008



IL PUNTO SU...



Un nuovo strumento consultivo europeo sui Diritti dell'Uomo

Con il protocollo 16 è stato istituito in Europa uno strumento di consultazione preventiva sulle questioni di principio attinenti ai Diritti dell'Uomo. L'organo è attivabile su richiesta dell'autorità giudiziaria nazionale per ottenere un parere specifico ma non vincolante



Il Comitato dei Ministri del Consiglio d'Europa, riunitosi nella seduta del 10 luglio 2013, ha emanato il *Protocollo n. 16* che, aperto alla firma degli Stati della Comunità Europea, è destinato a entrare in vigore tre mesi dopo la sua ratifica da parte di almeno dieci Stati membri. L'Italia lo ha già sottoscritto, ma lo deve ovviamente ancora ratificare.

Questo protocollo (datato 3 ottobre 2013), destinato "alla Convenzione per la salvaguardia dei diritti dell'uomo e delle libertà fondamentali", istituisce in buona sostanza la possibilità da parte delle autorità giudiziarie che gli Stati membri provvederanno a comunicare al momento della ratifica, di investire la Corte Europea dei Diritti dell'Uomo di un parere consultivo su questioni di principio relative all'interpretazione o all'applicazione dei diritti e delle libertà definiti dalla stessa Convenzione.

È una sorta di rinvio pregiudiziale interpretativo, tuttavia non vincolante né per il giudice che lo ha chiesto né per la stessa Corte Europea successivamente investita del ricorso presentato dall'interessato.

In particolare, l'art. 1 del Protocollo prevede che l'autorità giudiziaria designata dal singolo Stato membro (quindi l'ente giudiziario che verrà designato nel nostro Paese) potrà, ove ritenuto rilevante, richiedere pareri motivati e consultivi su questioni di principio generali che attengano alla salvaguardia dei diritti dell'uomo ma che trovino radice in una specifica controversia pendente avanti ad una autorità giudiziaria nazionale.

Se la richiesta di parere da parte della autorità giudiziaria dello Stato contraente è ritenuta ammissibile, viene costituito presso l'Alta Corte dei Diritti dell'Uomo un collegio di cinque giudici

che rende il richiesto parere (anche a maggioranza semplice) dopo un'udienza alla quale è ammessa la partecipazione di un rappresentante dell'Autorità del Paese richiedente e del Commissariato per i Diritti dell'Uomo del Consiglio d'Europa.

Benché, come detto, il parere reso dall'alta autorità sovranazionale non sia vincolante (art. 5 del Protocollo), è ovvio, però, che questo strumento costituirà un importante momento di confronto tra il giudice nazionale e il giudice europeo.

In particolare, sarà occasione di verifica di conformità dei nostri principi ordinamentali e sulle regole basilari riconosciute a livello europeo per la tutela della persona e dei suoi diritti.

Sarà quindi possibile richiedere, ad esempio, un parere di conformità all'ordinamento europeo circa il nostro sistema normativo di tutela dei diritti primari della persona, della tutela dell'ambiente, della salvaguardia dei diritti all'immigrazione o della disciplina sulla responsabilità civile e penale in molteplici settori che coinvolgono la vita del cittadino.

Se recepito nel nostro Ordinamento e apprezzato per la sua portata innovativa e pratica, lo strumento del parere consultivo presso l'Alta Corte dei Diritti dell'Uomo potrà costituire un dispositivo di adeguamento uniforme di tutti gli ordinamenti nazionali ai principi universali ed inderogabili riferibili alla salvaguardia dei diritti primari della persona, con evidenti ripercussioni anche sull'attività giudiziaria delle corti di merito e di legittimità nel nostro Paese.

Filippo Martini,
Studio legale Mrv





INTERMEDIARI

Collaborazioni, per Anapa ci sono problemi di applicazione

Sarebbero critici il profilo della responsabilità, del conto separato, della formazione, del conflitto di interessi



Vincenzo Cirasola, presidente Anapa

Anapa mette in guardia dai rischi delle collaborazioni. A un anno dall'introduzione a opera del *decreto Sviluppo bis*, l'Associazione nazionale agenti professionisti di assicurazione, in una nota, commenta lo stato dell'arte e dà consigli pratici ai propri associati, ribadendo anche il proprio impegno nelle trattative con il ministero dello Sviluppo economico in vista di una nuova riforma dell'Rc auto.

Ma il punto essenziale che porta avanti l'associazione è quello sul contestato uso delle collaborazioni per via estensiva e sistematica. Se da un lato, secondo Anapa, l'inefficacia delle collaborazioni sarebbe stata già dimostrata, l'associazione degli agenti ritiene che queste possano rivelarsi "un utile strumento nei rami danni non auto per agevolare la precaria redditività delle agenzie", anche se il rischio è che comunque ne trarranno maggior vantaggio gli agenti delle compagnie generaliste più grandi.

Ma si diceva delle responsabilità. La trappola insita nelle collaborazioni, stando a quanto sostiene Anapa, starebbe in "evidenti problematiche applicative". L'associazione cita, per esempio, "il profilo della responsabilità, del conto separato, della formazione, del conflitto di interessi. Tutti aspetti - continua la nota - che la norma primaria non ha affrontato né disciplinato e che rischiano di esporre l'agente a serie conseguenze anche di carattere economico".

"Il suggerimento che ci sentiamo di dare agli associati, e a tutti coloro che sentono di avere in debita preoccupazione le sorti della categoria - ha spiegato il presidente **Vincenzo Cirasola** - è quello di collaborare, qualora lo ritengano necessario, con colleghi fidati e conosciuti professionalmente, o meglio ancora con broker professionisti (collaborazione A con B), con la precauzione, ovviamente, di negoziare con una equa provvigione che tenga conto del fatto che il procacciatore di affari sia l'agente".

Fabrizio Aurilia

FORMAZIONE

Un gioco per raggiungere gli obiettivi

Angolo di cuore, è uno dei giochi d'aula che in questo momento propongo nei miei laboratori in quanto veloce, semplice e piuttosto coinvolgente.

"La regina ha deciso di affidare il rubino al British Museum, dal quale era stato rubato nel 1900, affinché venisse organizzata una mostra che lo valorizzasse e lo avvicinasse al grande pubblico, permettendo a tutti di apprezzarne il valore storico e affettivo. Per il museo avere in affido il rubino rappresenta una grande opportunità per cercare di risollevarsi dalla pesante crisi economica dovuta al calo delle visite, che dal 2005 sono diminuite circa del 25% rispetto al numero di visitatori registrati negli anni precedenti.

Tra dieci minuti avrà inizio una riunione del consiglio di amministrazione del museo, in cui verrà deciso il tema della mostra. Il Consiglio di amministrazione è composto dai cinque principali finanziatori del museo:

Il marchese Edward V di Manchester, William Wriarth, Lord Andrew Richardson, Garteh Marshall Lady Agatha Middleton.

La regina, affidando al museo il prezioso rubino, ha posto alcune condizioni:

- l'utilizzo del rubino, nel contesto della mostra, non dovrà prevedere la sua estrazione dall'anello in cui è incastonato.
- il rubino dovrà rimanere entro i confini dell'Inghilterra".

Ovviamente ognuno dei singoli partecipanti avrà un obiettivo diverso da raggiungere, e in contrasto con quello degli altri.

Le dinamiche che si sviluppano durante il gioco sono elementi molto interessanti sotto parecchi aspetti formativi. La cosa che rende il gioco affascinante è che mai, dico mai, le dinamiche coincidono con quelle di un altro gruppo che ha partecipato al gioco. Per il trainer che gestisce l'aula questa caratteristica fa sì che anche lui possa scoprire in ogni laboratorio comportamenti nuovi e particolari pieni di spunti di riflessione. L'elemento *culturale* (Inghilterra e nobiltà) infine, mette in evidenza dei lati divertenti di chi si presta a giocare.

Come al solito tutto deve essere rigorosamente filmato per dare modo agli *attori* di rivedersi e di percepire qualcosa di loro di cui, fino a quel momento, ne erano totalmente all'oscuro.

Leonardo Alberti,

trainer scuola di Palo Alto,

consulente di direzione strategica in ambito assicurativo, docente vendite e management

Insurance Daily

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio alaggio@insuranceconnect.it

Editore e Redazione: Insurance Connect Srl, Via Montepulciano 21, 20124 Milano 02.36768000 redazione@insuranceconnect.it

Per inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.it

Supplemento al 15 ottobre di www.insurancetrade.it

Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012