



PRIMO PIANO

COMPAGNIE

Truffo, tengo famiglia

Fare del raggio alle imprese assicurative una fonte stabile del proprio bilancio familiare. È quanto erano riusciti a fare alcune delle 115 persone denunciate a vario titolo con l'accusa di associazione a delinquere finalizzata alla truffa ai danni delle maggiori compagnie assicurative italiane, falso materiale, falso ideologico e fraudolento danneggiamento di beni assicurati. L'operazione, condotta dalla Polizia Stradale di Taranto è stata denominata Zeta, in riferimento alla compagnia di assicurazioni Zurich, che nel marzo 2009 ha depositato querela riguardo una serie di 34 sinistri stradali che vedevano coinvolta sempre la stessa vettura nell'arco temporale di nove mesi. Le persone coinvolte fanno parte di quattro diversi nuclei familiari che ormai consideravano la truffa alle assicurazioni un'entrata come un'altra. Il blitz assume una notevole importanza sociale: l'attività criminosa, infatti, ha arrecato un grave danno ai cittadini di Taranto per il rincaro delle tariffe applicato dalle società assicurative, in conseguenza dell'aumentato numero di incidenti stradali e dei conseguenti rimborsi corrisposti; l'indagine ha accertato infatti il pagamento di indennizzi per 88 falsi incidenti, tutti avvenuti tra il 2008 e il 2010 per un ammontare complessivo di 400 mila euro.

B.M.

Poste riparte dal welfare

Con prodotti semplici e flessibili. Pensati per coprire le aree di bisogno e di protezione di famiglie e professionisti. Questa la forza di Poste Assicura che, in pochi anni, è riuscita a creare un mercato che non c'era

La semplicità è alla base dell'offerta di **Poste Assicura**. "La nostra strategia - conferma **Anna Desiderato**, responsabile danni della compagnia - è improntata sull'offerta di prodotti semplici, caratterizzati da modalità semplice di acquisto e da una copertura di protezione. A differenza di ciò che è accaduto nella distribuzione tradizionale, Poste è così riuscita a proporre prodotti che il mercato ancora non richiede in autonomia e, oggi, questo è un vantaggio competitivo rispetto ai nostri concorrenti".

Per rispondere alla crisi economica e alla scarsa liquidità delle famiglie, Poste Assicura ha scelto una proposizione facile e flessibile: "uno degli elementi forti di Poste è la mensilizzazione del premio. Per la prima volta nel mondo assicurativo, rileviamo che si può vendere un prodotto di protezione con questo tipo di formula, che crea meno ansia nel consumatore, il quale, abituato a impostare la sua vita economica su una logica mensilizzata, ha la possibilità di accedere a una copertura anche in modalità flessibile. Un elemento estremamente innovativo che ci consente di registrare numeri in crescita importanti".

I bisogni sono sempre più ampi e aumenta, per il cittadino, la necessità di finalizzare i propri risparmi o di cedere i propri rischi, acquistando prodotti di protezione. "La nostra modalità di offerta si sta orientando verso la copertura di tutte queste aree di bisogno, attraverso soluzioni semplici, di facile accesso e molto competitive, in grado di preservare la capacità del nostro cliente di produrre reddito e di curarsi: pensiamo alla casa, ai rischi connessi ai finanziamenti (mutui, prestiti), agli infortuni, alle coperture per la famiglia e l'individuo".

LA LOGICA DEL PRIMO PRODOTTO

Altra cosa importante. Poste è riuscita a creare, in pochi anni, un mercato che ancora non era stato sviluppato da nessuno operatore del settore. "La nostra strategia - spiega Desiderato - non è quella di puntare sulla sostituzione di polizze, ma di seguire la logica del primo prodotto: quando proponiamo un prodotto danni, lo proponiamo per la prima volta al cliente italiano, quindi c'è moltissimo spazio per crescere. Questa logica consiste nell'aver individuato un cliente dai bisogni semplici, che necessita di modalità semplici, da usufruire presso uno sportello amico, vicino e radicato al suo territorio.

FAMIGLIE E PROFESSIONISTI

Riguardo il target, Poste Assicura si rivolge prevalentemente a due macro aree: il cliente come famiglia e il cliente come libero professionista. "Per quest'ultimo, dall'agosto di quest'anno, c'è l'obbligatorietà di contrarre l'Rc professionale, quindi lo scorso anno abbiamo lanciato un prodotto, sempre all'insegna della flessibilità, che sarà sostenuto da campagne di sensibilizzazione molto forti presso i nostri sportelli. Sulle famiglie stiamo operando con due obiettivi: proporre al maggior numero possibile di clienti prodotti legati al conto corrente, facendo leva sulla nostra distribuzione capillare; sviluppare, con azioni di pricing e di conoscenza del prodotto, l'area welfare ovvero la salute e la protezione in senso generale. Un'area sulla quale tutti gli operatori del nostro settore devono dare risposte concrete in tempi brevi".



Anna Desiderato, Poste Assicura



Seguici anche su Facebook alla pagina di Insurance Connect e su Twitter @insurancetrade

Laura Servidio



Welfare complementare, risorsa per il Paese

Rappresentanze sociali e responsabili delle forme integrative ne discutono in un convegno, in programma il 15 luglio a Milano



Mario Mantovani, vicepresidente della Lombardia



Dario Focarelli, direttore generale Ania

Un vantaggio competitivo per l'Italia. È quello che deve arrivare a essere il welfare complementare, in un Paese dove non si fa ancora sufficiente (in)formazione su un tema che, per sua rilevanza, dovrebbe essere tra le priorità di uno Stato. Sulla base di questa considerazione preliminare muoverà i propri passi il convegno *Welfare complementare: una risorsa per il Paese*, in programma per il **prossimo 15 luglio a Milano**, presso la sede dell'Unione del commercio in corso Venezia 47.

L'appuntamento, dedicato allo sviluppo delle forme integrative e complementari del *welfare state* come fondi pensioni, fondi e casse di assistenza sanitaria integrativa e assicurazioni collaterali, vedrà la partecipazione dei principali protagonisti di questo mercato, assieme alle parti sociali, fonti istitutive dei fondi pensioni, ai responsabili degli organi di gestione e controllo e alle autorità di settore. Sarà quindi l'occasione per un concreto dibattito su ciò che può essere fatto per aumentare l'informazione e la consapevolezza sulla necessità di questo fondamentale strumento di protezione sociale tanto per i cittadini quanto per l'intero Paese.

Il convegno sarà aperto dai saluti dell'on. **Mario Mantovani**, vice presidente della Regione Lombardia e assessore alla Salute, dall'on. **Valentina Aprea**, assessore della regione Lombardia all'Istruzione, formazione e lavoro, dal prof. **Valter Lazzari**, rettore **Liuc - Università Cattaneo**, e da **Mauro Nori**, direttore generale dell'**Inps**. Significativi e concreti spunti per il dibattito arriveranno, prof. **Alberto Brambilla**, coordinatore della **Giornata nazionale della previdenza** (Gnp) e direttore del **master M.a.p.a.**, dalla dott.ssa **Laura Crescentini**, direttore del corso in Istituzioni e gestione delle forme di assistenza sanitaria pubblica e integrativa, dall'avv. **Maurizio Hazan**, direttore del corso in Diritto e tecnica delle assicurazioni, da **Andrea Lesca**, direttore del corso in Amministrazione, gestione, direzione e controllo delle forme di previdenza complementare, i quali rifletteranno insieme a: dott. **Andrea Camporese**, presidente dell'**AdEPP**, on. **Carlo Dell'Aquila**, sottosegretario al ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, **Dario Focarelli**, direttore generale **Ania**, **Maurizio Petriccioli**, vice presidente di **Assofondipensione** e **Rino Tarelli**, commissario **Covip**.

Il convegno dedicato al welfare integrativo viene organizzato annualmente a conclusione del master M.a.p.a. in Assicurazioni, gestione e finanza della previdenza obbligatoria e complementare, assistenza sanitaria pubblica e integrativa, nonché dei corsi di alta formazione universitaria realizzati da **Itinerari Previdenziali** in collaborazione con Liuc - Università Cattaneo. Nell'occasione verranno presentati i progetti di informazione - formazione di Itinerari Previdenziali e il piano di studi per il prossimo anno accademico. Inoltre, il convegno consente di acquisire 3 ore formative valide ai fini dell'aggiornamento per gli intermediari assicurativi. Per iscriversi e consultare il programma completo: <http://www.itinerariprevidenziali.it/eventi/2013/convegno-15-luglio>

Beniamino Musto



Seguici anche su
Facebook alla
pagina di
Insurance Connect
e su **Twitter**
@insurancetrade

PER RICEVERE OGNI GIORNO "INSURANCE DAILY",
IL PRIMO QUOTIDIANO DEL SETTORE ASSICURATIVO, ISCRIVITI
GRATUITAMENTE AL SITO WWW.INSURANCETRADE.IT



PRODOTTI

Amundi Sgr, lanciato un fondo a gestione attiva con orizzonte di investimento predefinito

Diversificazione attiva 2018 Due è sottoscrivibile fino al 22 agosto presso le banche del gruppo Cariparma Crédit Agricole

Un fondo a gestione attiva con orizzonte di investimento predefinito: a lanciarlo è **Amundi Sgr** con il nome di *Diversificazione attiva 2018 due*. Due, perché questo prodotto fa seguito al precedente *Diversificazione attiva 2018*, e ne conserva le caratteristiche. Il fondo sarà flessibile e a gestione attiva, con una durata predefinita dell'investimento di cinque anni, e un profilo di rischio pari a 5 (in una scala crescente da 1 a 7). Il rischio del portafoglio è ottimizzato in funzione della durata residua della strategia di investimento (fissata al 31 agosto 2018). Il prodotto è sottoscrivibile fino al 22 agosto 2013 attraverso i 904 sportelli delle banche del gruppo **Cariparma Crédit Agricole**: Cariparma, Banca Popolare FriulAdria e Carispezia. Il fondo potrà investire in un ampio universo di strumenti finanziari, tra cui azioni (per un massimo del 70%), obbligazio-



ni (per un massimo del 100%), strumenti collegati al rendimento di commodity, e liquidità (per un massimo del 30%).

L'obiettivo del fondo è quello di realizzare la crescita del capitale investito in un orizzonte temporale di cinque anni nel rispetto di un budget di rischio predefinito, variabile da alto a medio alto in funzione della durata residua dell'orizzonte di investimento e dei rendimenti conseguiti. La strategia di investimento adottata è di tipo attivo: l'allocazione del portafoglio è, infatti, costruita in funzione degli scenari macro-economici, dato il livello di volatilità predefinito. In questo modo il bilanciamento dell'esposizione alle singole *asset class* del portafoglio consente un andamento della performance stabile e meno dipendente dall'andamento di un singolo mercato.

Durante la vita del fondo, i rendimenti positivi realizzati vengono investiti in titoli obbligazionari con rating almeno pari a *investment grade* (al momento dell'investimento) in modo da proteggere i guadagni maturati dal fondo fino a quel momento. I titoli acquistati sono mantenuti nel portafoglio fino al termine dell'orizzonte di investimento oppure, se ritenuto opportuno per il contenimento del rischio o l'incremento della redditività attesa, sostituiti con titoli obbligazionari con vita residua coerente con la politica di investimento del fondo (tecnica *buy-and-hold*).

B.M.

PRODOTTI

Una polizza di Sara contro i danni da terremoto

Il prodotto, proposto a un prezzo contenuto, prevede una copertura sostanziale delle lesioni più rilevanti subite dall'abitazione dell'assicurato

Una copertura assicurativa che si propone di essere una soluzione capace di andare incontro alle esigenze di sicurezza di tante famiglie italiane che abitano in aree in cui potrebbe potenzialmente verificarsi un evento sismico. È questo l'obiettivo della polizza *Terremoto*, lanciata da **Sara Assicurazioni**: un prodotto dai costi sostenibili, in grado di sostenere economicamente la ricostruzione dell'immobile e di coprire i principali danni.

Proprio il problema delle lesioni alla casa è certamente un tema che tocca una vena sensibile della popolazione italiana, essendo quasi l'80% delle famiglie proprietarie dell'abitazione nella quale vive. In un territorio ad alto rischio sismico e idrogeologico, la sicurezza della casa è una preoccupazione ancora più forte per quel 36% della popolazione che risiede in quel 44% del territorio italiano fortemente a rischio per questo tipo di eventi.

La polizza è stata ideata con costi alla portata delle tasche di una fascia ampia di consumatori: in più dell'80% delle province un'abitazione media può essere assicurata con meno di 90 euro annui. La copertura assicurativa, inoltre, può essere sottoscritta in tutte le province, senza esclusioni, e prevede una copertura sostanziale dei danni più rilevanti che l'abitazione potrebbe subire nel caso si verifichi un evento sismico.

B.M.





COMPAGNIE

Generali investe nella sostenibilità

Tagliati i consumi di energia e di carta, messi in campo nuovi investimenti in ambito sociale

In un periodo di grandi cambiamenti per il gruppo **Generali**, il leone decide di puntare ancora di più sul tema della sostenibilità, tagliando il proprio consumo di energia, ma anche investendo in ambito sociale. Il colosso triestino evidenzia questo aspetto della sua strategia all'interno del *Bilancio di sostenibilità* del gruppo, pubblicato sul proprio sito internet: nel 2012 sono ulteriormente diminuiti i consumi di elettricità, energia proveniente per l'80% da fonti rinnovabili.

Il programma ambientale del gruppo per il triennio 2013-2015 è ancora più ambizioso in termini di raggiungimento di target ambientali di alto livello: tra gli obiettivi prefissati dal Leone ci sono da un lato l'ulteriore riduzione pro capite del 5% del consumo di energia, acqua e carta e, dall'altro, la volontà di raggiungere l'utilizzo del 95% di carta ecologica. Anche la gestione del patrimonio immobiliare è inquadrata in un'ottica di eco-sostenibilità. Sono infatti numerosi gli immobili certificati *Leed* (Leadership in energy and environmental design) e interventi finalizzati a eliminare gli impianti più inquinanti.



Accanto all'attenzione per l'ambiente, si aggiunge l'adozione della *Carta degli impegni di sostenibilità* e del *Codice di condotta*, strumenti che hanno l'obiettivo di intervenire efficacemente e con sempre maggiore trasparenza verso tutti gli stakeholder. Adottata nel 2012, la *Carta degli impegni di sostenibilità* estende l'approccio gestionale per obiettivi, già in adozione per l'ambiente, anche alle tematiche sociali attraverso l'assistenza e l'integrazione dei più deboli e svantaggiati, l'educazione civica, la ricerca e la formazione. A questo si aggiunge il recente *Codice di condotta* che definisce le norme di comportamento che i dipendenti e i terzi che agiscono per conto del gruppo devono osservare.

B.M.

FORMAZIONE

L'originalità nel fare pratica

Il *Dialogo Socratico* è stato elaborato in modo del tutto originale ai primi del '900 dai tedeschi Leonard Nelson e Gustav Heckmann.

Utilizzato in terapia cognitivo comportamentale, comprende una serie di domande che servono a verificare la modalità di funzionamento dei pensieri e i vissuti del paziente, tali da rimodellare le interpretazioni e le credenze sottostanti. La tecnica, che si basa su domande pregnanti e frequenti riassunti, permette al paziente di avere maggiore consapevolezza di come funzioni la sua elaborazione cognitiva.

Nella formazione viene usato soprattutto in contesti ove c'è la necessità di far emergere comportamenti individuali rispetto alle necessità di *fare squadra*.

Come sempre, l'utilizzo di tecniche derivanti dalla psicologia a mio avviso, se non applicato con cognizione di causa, rischia di non produrre gli effetti desiderati.

Personalmente prediligo tecniche formative più basate sulla *ricetta della nonna* e cioè partire dalla pratica quotidiana per poi arrivare alla definizione di quelle che sono le regole comportamentali soggettive.

Non so se vi siete mai cimentati nel fare il pane in casa. Ebbene la prima volta prendete la ricetta:

INGREDIENTI PER UN IMPASTO DI 900 GR

- Acqua 300 ml
- Olio di oliva extravergine 50 gr
- Sale 8 gr
- Lievito di birra fresco 12 gr (o 3,5 gr disidratato)
- Malto 1 cucchiaino (oppure zucchero)
- Farina manitoba 250 gr
- Farina 250 gr

Seguirete pedestremente la ricetta e le sue regole, dopodiché, attraverso la sperimentazione, capirete che tutto sommato basta una sola ora di lievitazione, lo zucchero necessario è di almeno due cucchiaini, la quantità di sale dipende dalla farina usata e l'acqua necessaria è quella sufficiente a produrre un impasto non appiccicoso ed elastico.

Cosa è successo? Siete partiti dalla teoria, vi siete specializzati nella pratica e avete riadattato la *vostra teoria* agli elementi pratici di successo. Questa è la metodologia formativa che io prediligo. Un suggerimento finale: impastate a mano. Dà più gusto, e viene un pane decisamente più buono.

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 9 luglio di www.insurancetrade.it

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