



PRIMO PIANO

## Il diavolo in Solvency II

Crescono i timori intorno alle regole di *Solvency II*. Il ministro di pensioni e welfare del Regno Unito, Steve Webb, si è scagliato contro gli effetti "devastanti" di *Solvency II* sulle passività del bilancio statale (fino a 400 miliardi di sterline in più). Parlando alla European retirement federation a Francoforte, Webb ha avvertito circa il carattere "pericoloso e imprudente" di certe proposte.

Anche l'ex ad di Generali Sergio Balbinot, intervenuto ieri come presidente dell'Eiopa, ha ricordato che l'industria assicurativa europea sostiene gli obiettivi di Solvency II, ma anche che alcuni temi fondamentali devono ancora essere risolti.

Tra le maggiori criticità Balbinot ha puntato il dito contro chi sembra non ricordare che l'assicurazione è un business, appunto, a lungo termine. Se si perde questa prospettiva le conseguenze potrebbero essere severe per i clienti assicurati e per la crescita e la stabilità dell'intera struttura economica dell'Europa. "Alcuni elementi che sembrano dettagli tecnici possono in realtà avere un impatto enorme", ha avvertito Balbinot. Come dire: il diavolo sta nei dettagli, no?

Fabrizio Aurilia

RISK MANAGEMENT

## Catastrofi, l'assicurazione che non c'è

In Italia serve una politica di risk management che sensibilizzi cittadini e istituzioni sull'urgenza di assicurarsi contro le catastrofi naturali. E' il grido di allarme emerso nel convegno "Assicurazione rischio catastrofi naturali in Italia: una decisione improcrastinabile" organizzato a Roma da Anra, in collaborazione con i Lloyd's

L'Italia attraversa un periodo molto delicato sul fronte catastrofale, e non solo per i recenti fatti, quali il terremoto in Emilia e le alluvioni del centro Italia. Secondo **Paolo Rubini**, presidente di **Anra** e risk manager di **Telecom Italia**, infatti, incide soprattutto "l'incuria delle politiche di gestione dei rischi dimostrate dal recente Decreto Sviluppo, che non ha recepito l'improcrastinabilità dell'obbligatorietà delle assicurazioni contro il rischio catastrofi naturali".

Anche in questo caso, il confronto con l'Europa non ci agevola: "E' frustrante, spiega **Enrico Bertagna**, head of Southern, Eastern Europe & Africa and Country Manager for Italy dei **Lloyd's**, vedere che nelle assicurazioni catastrofali, l'Italia è superata anche dalla Romania, dove è in vigore un sistema di assicurazione obbligatoria per le abitazioni pubbliche e private, mentre da noi persiste l'incapacità politica di estendere l'obbligatorietà a questo tipo di assicurazioni, per la paura di essere impopolari. Gli assicuratori hanno un ruolo sociale e devono operare per far capire l'urgenza di un intervento forte."



Enrico Bertagna, country manager per l'Italia dei Lloyd's

### I MODELLI EUROPEI

Sul confronto con l'Europa incalza **Alessandro De Felice**, group risk manager di **Prysmian** e vice presidente di **Ferma** (Federation of european risk management associations) che spiega: "Se in Spagna vige il sistema misto, in cui gli assicuratori coprono il primo rischio e lo Stato interviene sul secondo, in Francia si paga in funzione del premio e si penalizzano gli amministratori locali che non adottano politiche di rischio limitandoli nell'accesso ai fondi statali. *(continua a p.2)*"

NEWS DA WWW.INSURANCETRADE.IT

## Nuovi emendamenti al dl Sviluppo bis

"Per dare maggiore efficacia al divieto di tacito rinnovo del contratto Rc auto, abbiamo presentato emendamenti che introducono la possibilità di decidere di rinnovare il contratto alle stesse condizioni con un periodo di copertura di 15 giorni oltre la scadenza naturale della polizza".

Questo è quanto ha riferito stamattina la senatrice **Pd, Anna Rita Fioroni**, componente della commissione Industria, dove è in discussione il decreto. Una seconda modifica riguarda il contratto base Rc auto. "Devono essere coinvolte - ha detto la Fioroni - le associazioni dei consumatori: la norma assicurerà certamente una migliore comparabilità dei contratti". Infine è in campo la proposta di affidare all'Ivass, nell'ambito delle polizze danni, il compito di trovare soluzioni per semplificare le procedure e gli adempimenti burocratici, favorendo, in particolare, l'utilizzo di posta elettronica certificata, firma digitale e pagamenti elettronici online. "Proponiamo - ha concluso l'esponente democratica - di dare valore alla quietanza di pagamento come rinnovo del contratto per evitare di far firmare ogni anno sempre gli stessi e inutili moduli cartacei".



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



Paolo Rubini, presidente Anra e risk manager di Telecom Italia



Alessandro De Felice, group risk manager Prysmian e vice presidente di Ferma

*(continua da p. 1)* Interessante è anche il modello del Regno Unito, secondo cui, pur non essendo sancita per legge l'obbligatorietà dell'assicurazione contro i rischi catastrofali, vengono concessi mutui solo in caso di piena copertura assicurativa."

Ci sono poi i Paesi meno virtuosi, che comunque superano l'Italia: "Se la Slovacchia arriva all'85% di assicurazioni contro i catastrofali, da noi la percentuale è meno della metà, aggravata dal fatto che le banche non prevedono alcuna assicurazione obbligatoria sui mutui".

### L'ESEMPIO TURCO

Un esempio particolare è quello della Turchia dove è stato costituito un pool per le catastrofi naturali. "Dopo il terremoto del 1999 - racconta **Ismet Gungor**, rappresentante del **Turkish Catastrophe Insurance Pool** - abbiamo istituito il Tcip che prevede un sistema di partnership pubblico-privato tra assicuratori/riassicuratori e istituzioni, per la gestione del rischio terremoti. Il pool, spiega, gestisce le operazioni di emergenza, grazie alla centrale di **Disaster Recovery**, in grado di operare entro due ore dall'evento; le richieste di risarcimento, con una capacità di pagamento di quattro miliardi di dollari; una solida attività riassicurativa che intendiamo incrementare nel futuro; il raccordo tra istituzioni, mercato assicurativo e centri studi; la continua implementazione della struttura hardware e software, basata su tecnologia mobile e satellitare; la sensibilizzazione dei cittadini che ha portato la percentuale di penetrazione dal 4 al 27%, con oltre due milioni e mezzo di polizze sottoscritte".

Il tutto ha prodotto una tariffa, basata sul rischio, accessibile per il cittadino medio e fiscalmente deducibile. "E nel prossimo futuro, conclude Gungor, prevediamo l'aumento del numero di polizze fino 6 milioni, il miglioramento della risposta in fase di emergenza, un aumento della capacità di concorrere con lo Stato all'assunzione dei rischi catastrofali e un'opera ancora maggiore di sensibilizzazione".

In Italia, la principale criticità è data dal legislatore che, oltre a non voler introdurre l'obbligatorietà, non dà certezze. "Se in Abruzzo, spiega **Riccardo Campagna**, consigliere e docente del consorzio universitario **Cineas**, lo Stato ha pensato più alle abitazioni, in Emilia sono state privilegiate le aziende applicando criteri e politiche che variano di volta in volta. Viceversa, l'intervento assicurativo garantisce tempi più rapidi e certezza di risposte".

### PROPOSTE E SOLUZIONI

Al di là dei problemi e dei confronti, quello che conta sono le proposte. "Per ovviare alla mancanza di cultura assicurativa che esiste nel nostro Paese, spiega il presidente di **Acb**, **Luigi Viganotti**, è necessario fare un'opera di risk management per sensibilizzare cittadini e istituzioni sull'importanza di assicurare non solo l'auto. La formula giusta potrebbe essere quella mista in cui, dove non arrivano le compagnie a coprire il danno, subentra lo Stato che, parallelamente, deve detassare le garanzie assicurative".

Un'altra soluzione, conclude il presidente di **Aiba**, **Francesco G. Paparella**, potrebbe essere quella di abbinare le coperture assicurative ai mutui consentendo l'estensione delle polizze a tutto il territorio nazionale e la creazione di quella massa critica che serve alle assicurazioni per coprire questo tipo di rischi".

Il problema è anche il *pricing*. "L'unico approccio, afferma Bertagna, è la tariffa, secondo il principio che 'i rischi buoni pagano per quelli cattivi'".

Il tutto passa però dall'obbligatorietà. "Forse la prossima classe politica, conclude Rubini, capirà che le assicurazioni possono garantire certezza e rapidità di intervento, aiutando lo Stato ad affrontare i rischi. Introduciamo l'obbligatorietà, defiscalizzando polizze e adeguamenti degli edifici".

Laura Servidio



**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**



Il sindaco Giuliano Pisapia (a sinistra) e Aldo Minucci, presidente di Fondazione Ania per la sicurezza stradale (© foto Comune di Milano)

## NEWS

### Educazione stradale, intesa tra Comune di Milano e Fondazione Ania

Focus in particolare sugli utenti più deboli e sulla formazione delle giovani generazioni

La sicurezza stradale è uno dei temi chiave dei nostri giorni e a maggior ragione lo è per chi amministra una città come Milano, soprattutto dal momento che le statistiche dicono che il 76,4% degli incidenti è avvenuto in area urbana, causando lo scorso anno la morte di 1.744 persone e il ferimento di altre 213 mila. Il capoluogo lombardo, nonostante registri un netto calo delle vittime rispetto agli anni passati, evidenzia ancora criticità rilevanti dal punto di vista della sicurezza stradale a causa dell'elevato traffico veicolare. Nel 2011, a Milano, in 11.604 sinistri sono decedute 53 persone (contro le 48 del 2010), di cui 15 pedoni, e sono rimaste ferite 15.593.

Dalla rilevanza di questi numeri e dalla consapevolezza che educare i cittadini è il miglior modo per proteggerli, nasce il protocollo di intesa firmato ieri dal sindaco di Milano, **Giuliano Pisapia**, e da **Aldo Minucci**, presidente di **Fondazione Ania per la sicurezza stradale**.

“Vogliamo essere una città sicura – ha detto Pisapia – e questa iniziativa non deve considerarsi solo propaganda settoriale ma, partendo dalle scuole e dalla formazione, deve diventare un impegno concreto e quotidiano. La sottoscrizione del protocollo con Fondazione Ania è il punto di partenza di una sfida che ci unisce”.

I principali punti dell'accordo riguardano iniziative che porteranno all'individuazione e alla messa in sicurezza di percorsi pedonali casa-scuola; attività di formazione nelle scuole per educare gli adolescenti alla guida consapevole del ciclomotore; azioni specifiche volte a implementare la preparazione dei neopatentati, anche attraverso corsi di guida sicura. Una particolare attenzione sarà rivolta anche ai pedoni e ai ciclisti, realizzando iniziative ad hoc e campagne di sensibilizzazione. Infine, l'ultimo tassello di questo piano d'azione integrato riguarderà le comunità di stranieri che vivono sul territorio milanese, attraverso una comunicazione mirata, finalizzata alla diffusione capillare delle regole della strada.

“Milano rappresenta un punto di riferimento civile ed economico per l'intero Paese – ha commentato Minucci – ma è anche la seconda città d'Italia dopo Roma per numero di morti in incidenti stradali”. I dati dell'ultimo anno a fronte di una diminuzione delle vittime pari al 10%, hanno visto aumentare il numero dei sinistri che ha coinvolto le biciclette, per questo l'accordo – conclude Minucci – si propone in primis “di tutelare le utenze deboli della strada, avviando un processo che incida in termini culturali e informativi”.

*Diana Pastarini*

## FORMAZIONE

### Diritto e tecnica delle assicurazioni, al via la quarta edizione del corso

Organizzato da **Itinerari previdenziali** e diretto da **Maurizio Hazan**

Parte il **14 gennaio** la quarta edizione del Corso di diritto e tecnica delle assicurazioni, diretto dall'avvocato **Maurizio Hazan** dello studio legale milanese **Taurini&Hazan** e organizzato da **Itinerari Previdenziali**, all'interno del programma formativo dell'Università Carlo Cattaneo di Castellanza in provincia di Varese.

L'obiettivo del corso è approfondire lo studio degli istituti fondamentali e dei principali corpi normativi che regolano la materia assicurativa. Il percorso formativo si concentra sull'analisi dei diversi modelli contrattuali del ramo vita e del ramo danni e delle loro peculiarità. Ampio spazio è dedicato allo studio dei modelli attuariali finanziari propri della materia assicurativa, per la corretta valutazione e gestione del rischio.

Il corso si divide in quattro moduli da gennaio ad aprile, per un totale di 16 giorni d'aula per 105 ore di lezione totali. Si rivolge ai diplomati o laureati in discipline economiche, giuridiche, statistico attuariali; agli operatori del settore e a tutti coloro che ricoprono, o intendono ricoprire, incarichi nel settore assicurativo. Il percorso formativo comprende anche interventi di professionisti e consulenti provenienti dal settore delle assicurazioni, dell'economia e della finanza e una serie di esercitazioni in aula collettive e individuali.

I titoli rilasciati al termine del corso dipenderanno dalla frequenza e dagli esami sostenuti. Sarà rilasciato un certificato di partecipazione con profitto al corso, uno attestante il conseguimento dei requisiti formativi per ottenere l'iscrizione al Rui (sezione C ed E) e ai fini dell'aggiornamento professionale annuale degli iscritti al Rui e art. 111 del D.Lgs. 209/2005. Per ulteriori informazioni, il calendario completo delle lezioni, costi e modalità di iscrizione al corso: [www.itinerariprevidenziali.it/formazione](http://www.itinerariprevidenziali.it/formazione), [formazione@itinerariprevidenziali.it](mailto:formazione@itinerariprevidenziali.it).



## MARKETING & VENDITE

### Quando il marketing diventa uno show



Steve Jobs

Marketing narrativo aziendale, una miscela di tre parole comuni che diventa già di per sé un potentissimo strumento emozionale.

Sto parlando di una tecnica che **Steve Jobs** maneggiava non con cura, bensì con una capacità eccezionale. Questo genio, ogni volta che presentava un nuovo prodotto, attraverso uno show memorabile “accendeva”, per così dire, la luce fra i consumatori, con prodotti semplici ma di un appeal eccezionale.

La grande capacità di Jobs non si fermava alle sole presentazioni di prodotti di successo. Anche quando dovette convocare una conferenza stampa per parlare dei difetti dell’antenna del nuovo Iphone 4, lo fece non curandosi del problema, ma superando alla grande l’ostacolo che si era creato, rendendo il problema un’opportunità.

Come riusciva Jobs in questa impresa? Semplicemente rendendo il lancio di un prodotto non una semplice elencazione delle caratteristiche tecniche, con valanghe di dati, diapositive e spiegazioni dettagliatissime, bensì uno show.

Sempre, le presentazioni di Steve Jobs erano degli show, belli, ben organizzati e gestiti in prima persona dal “maestro” in un mercato, come quello dell’informatica, saturo di nuovi prodotti.

Steve Jobs sapeva bene che in un Paese come gli Usa, dove il sogno per eccellenza è quello dell’uomo che si è fatto da solo, era necessario ricordare a tutti che Apple nasceva in un garage per volontà di due studenti squattrinati. Sapeva che bisognava parlare dritti al cuore dei consumatori, farli sentire parte del sogno americano.

Marketing narrativo aziendale: musica per tutti coloro che credono nella comunicazione emozionale, strumento raramente presente nel settore assicurativo, dove l’aver il coraggio di toccare le emozioni viene visto come una trasgressione poco professionale.

Agli assicuratori piace parlare di polizze, sinistri, scoperti e franchigie. Vi immaginate un direttore commerciale di una grande compagnia italiana che presenta un nuovo prodotto o un nuovo progetto con la tecnica del marketing narrativo aziendale?

Un amministratore delegato di una compagnia che per due ore non parla di polizze, ma parla di clienti, di opportunità, di mercato, di emozioni, il tutto condito da uno scenario semplice, da solo sul palco, alla maniera di Steve Jobs... io penso che sarebbe sicuramente un successo!

*Leonardo Alberti, trainer scuola di Palo Alto, consulente di direzione strategica in ambito assicurativo, docente vendite e management*

## NEWS

### Lunedì in edicola il nuovo numero di Insurance Magazine allegato al Sole 24 Ore

Tecnologia, agricoltura e assicurazione in banca

Lunedì **26 novembre** torna l'appuntamento con **Insurance Magazine**, la rivista dedicata ai consumatori, alle aziende e ai professionisti, che ogni due mesi esce in allegato al **Sole 24 Ore** del lunedì.

Anche per questo mese tanti spunti che partono dal mondo dell'assicurazione per abbracciare vari settori dell'economia italiana.



Temi centrali di questo numero di *Insurance Magazine*, la tecnologia, la protezione personale e un'ampia sezione dedicata all'agricoltura italiana. Si parlerà di come app, smartphone e tablet stanno rivoluzionando anche il settore assicurativo, riuscendo sempre di più ad arrivare laddove i classici metodi di marketing e di relazione non arrivano.

Ma si diceva appunto dell'agricoltura. *Insurance Magazine* pone questo mese il problema della protezione di un settore fortemente soggetto alla variabilità degli eventi, tanto fondamentale quanto ad alto rischio. In questo contesto le istituzioni sono presenti e un sistema a contribuzione pubblica e privata, italiana ed europea, si sta rivelando efficace.

Il capitolo prodotti di questo mese è un essenziale *vademecum* sull'assicurazione per i professionisti. Rinvitata di un anno, ad agosto 2013 questa sarà obbligatoria: avvocati, ingegneri, commercialisti, giornalisti, amministratori di condominio e tutti i lavoratori del comparto sanitario potranno trovare consigli utili per scegliere la copertura che incontra meglio le proprie necessità.

Come sempre su *Insurance Magazine* trovano spazio i contributi d'eccellenza che, dai temi dell'attualità, sviluppano idee e approfondimenti. All'inizio tante news dedicate ai prodotti e alle iniziative delle compagnie e dei partner *Insurance Magazine*.

Appuntamento quindi a lunedì in allegato al Sole 24 Ore, oltre che tutti i giorni con il sito [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it) e il quotidiano *Insurance Daily*.