



EDITORIALE

Il passaggio generazionale in agenzia

Tra i vari problemi che gli agenti affrontano, in questi tempi di crisi, è importante evidenziare anche la criticità legata al passaggio generazionale. Si tratta infatti di un'operazione particolarmente complessa perché non implica "solo" il fatto di affidare ai figli il valore dell'agenzia per tramandare un patrimonio costruito faticosamente negli anni, fatto di modelli operativi e mix di portafoglio, più o meno condivisi con la compagnia mandante. Per gli agenti, quando si parla di passaggio generazionale, è necessario innanzitutto focalizzarsi sull'eredità più importante: il valore della relazione con i singoli clienti, che all'agente sono legati grazie a un rapporto di fiducia maturato nel tempo. Crederci poi che i figli dei clienti di una vita diventino automaticamente anche clienti dei figli-agenti appena entrati in agenzia è pura illusione. Come mi faceva notare un giovane agente-promotore con cui ho avuto occasione di parlare qualche giorno fa, non basta essere preparati e volenterosi, e nemmeno avere passione per questo mestiere. Perché la difficoltà maggiore è interfacciarsi con soggetti di una generazione che ha un approccio al denaro completamente diverso da quello dei padri. Troppo spesso, infatti, i giovani di oggi o non hanno lavoro o comunque non riescono a risparmiare. E anche per i giovani più benestanti il discorso non cambia: in pochi, infatti, vogliono o possono portare avanti le aziende di famiglia o costruire nuove attività imprenditoriali. Difficoltà, queste, che senza dubbio rischiano di allontanare per sempre le nuove generazioni dalle agenzie dei padri.

Maria Rosa Alaggio,
direttore Insurance Magazine
e Insurance Trade
alaggio@insuranceconnect.it

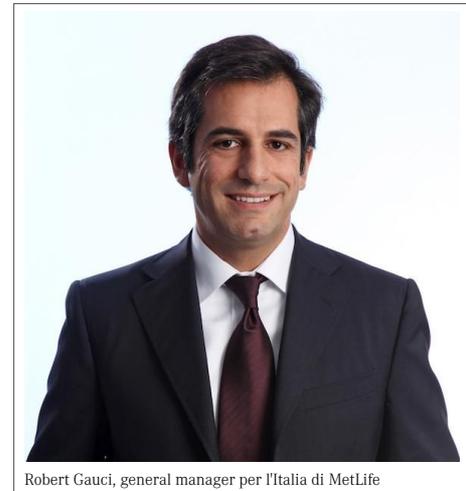
COMPAGNIE

Una riorganizzazione in nome della protection

MetLife Europe Limited ha appena annunciato il nuovo assetto societario, a partire proprio dal nostro Paese. Ma l'obiettivo, evidenzia Robert Gauci, general manager per l'Italia, rimane quello di sviluppare il business della protezione individuale e il segmento degli employee benefits

A livello di gruppo la riorganizzazione di **MetLife** ha inizio a fine 2010 con l'acquisizione di Alico e lo sviluppo della compagnia in senso compiutamente globale. Dai 17 Paesi in cui operava solo due anni fa, è oggi presente in più di 50 e, in circa la metà di essi, si posiziona tra le prime cinque imprese assicuratrici in ambito vita.

"Questa nuova, grande, organizzazione - spiega **Robert Gauci**, general manager per l'Italia di **MetLife Europe Limited** - è stata ripensata per operare nel modo più efficace ed efficiente possibile, sia dal punto di vista finanziario, sia del *time to market*". I primi effetti si sono visti nel 2011 sul piano dell'organizzazione internazionale, con l'articolazione della governance su tre grandi aree: America, comprendente Canada, Stati Uniti e i Paesi dell'America Latina; Asia ed Emea che raggruppa Europa, Medio Oriente e Africa.



Robert Gauci, general manager per l'Italia di MetLife

Per quanto riguarda l'Europa in particolare il gruppo ha voluto semplificare la struttura societaria, trasformando le varie compagnie presenti nei singoli Paesi in filiali di MetLife Europe Limited che è la struttura centrale, basata in Irlanda. "Il nuovo assetto - rileva Gauci - ha consentito immediati vantaggi in termini di ottimizzazione del capitale e maggiore efficienza di molti aspetti, tra cui la gestione finanziaria, lo sviluppo dei prodotti e di altri processi operativi".

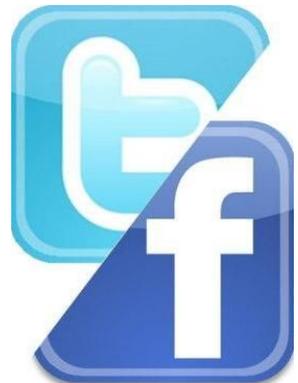
Questa riorganizzazione, che assume ancora più senso in ottica *Solvency II*, è iniziata proprio in Italia. "Siamo stati i primi di una lunga lista di Paesi operanti nell'Unione europea a trasformarci in rappresentanza generale di MetLife Europe Limited - conferma Gauci che guida proprio lo sviluppo della branch italiana -. (continua a p.2)

NEWS DA WWW.INSURANCETRADE.IT

Ssn, il 65% degli anziani lo preferisce

Forti timori per il futuro delle prestazioni assistenziali, ma piena fiducia nel Servizio sanitario nazionale. Se, come ovvio, gli anziani sono tra i fruitori più assidui delle cure mediche offerte dallo Stato, sono, giustamente, anche i più preoccupati dei continui tagli alla sanità pubblica. Secondo la prima indagine promossa dalla **Società italiana di gerontologia e geriatria** (Sigg), per analizzare il rapporto fra gli anziani e il servizio pubblico, l'80% teme che la necessità di risanare i bilanci pubblici possa compromettere i servizi di cura che ricevono dal Ssn. Tuttavia il 65% continua a preferire un ricovero in un ospedale pubblico all'assistenza domiciliare e solo uno su dieci sceglierebbe una residenza assistenziale privata.

Lo studio ha coinvolto 1500 cittadini con più di 75 anni intervistati telefonicamente. Solo il 35% non giudica sufficienti i servizi pubblici, ma anche questa quota di pazienti in caso di bisogno si rivolge comunque alla sanità pubblica. Per l'approfondimento collegati a <http://bit.ly/UCbkfC> su www.insurancetrade.it.



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



(continua da p.1) Si tratta sicuramente di una novità dal punto di vista societario e organizzativo, mentre, dal punto di vista operativo e di business, manteniamo una totale continuità, in quanto il team direttivo è stato confermato e rafforzato in alcune aree che riteniamo critiche per raggiungere i nostri obiettivi strategici, che prevedono un'ambiziosa crescita nel business della *protection*.

IL MERCATO ITALIANO: PECULIARITÀ E DIRETTRICI DI SVILUPPO

L'Italia, come altri mercati maturi, è un Paese in cui MetLife intende essere presente operando come player specializzato, con un focus sui business ad alto potenziale di crescita, sia in termini di volumi che di rendimento. Come chiarisce Gauci, "mentre in molti Paesi, tra cui quelli emergenti, il gruppo si presenta al mercato con un approccio più massivo e tradizionale in termini di gamma di prodotti e distribuzione, il nostro Paese è terreno fertile per un approccio diverso. Puntiamo a segmenti di mercato e a tipologie di offerta più mirate: *creditor protection*, *employee benefits* e protezione individuale". Quest'ultima area, come è noto, presenta ampi spazi di crescita: solo il 6% della popolazione possiede una temporanea caso morte, a fronte di un bacino di potenziali possessori ben più ampio e una percezione del costo spesso superiore a quello reale. "Crediamo che questo settore costituisca un'importante opportunità per il gruppo che ha tra i suoi obiettivi strategici quello di aumentare il peso della *protection* nel portafoglio rispetto ai prodotti di risparmio e investimento".

Ma quali strategie ha intenzione di adottare la compagnia per sviluppare il business nel nostro Paese? "Puntiamo a consolidare il posizionamento nelle aree in cui siamo riconosciuti come player di riferimento" risponde Gauci, citando ad esempio la *creditor protection* "settore in cui siamo i primi operatori indipendenti. In parallelo, vogliamo sviluppare la nostra quota di mercato nella protezione individuale adottando un approccio multicanale, ovvero utilizzando i canali tradizionali, come broker, agenti plurimandatari e gli sportelli di banche e finanziarie, e quelli diretti, come il telefono ed il web".

PRODOTTI COMPETITIVI E SVILUPPO DELLA RETE DISTRIBUTIVA

Due i segmenti su cui il gruppo concentra l'attenzione per il prossimo futuro: il target consumer e le Pmi. Sul primo fronte, la strategia è quella di implementare la conoscenza e la diffusione di prodotti vita e infortuni, semplici e con prezzi competitivi rispetto alle compagnie generaliste. "Distribuiamo già questi prodotti indifferentemente su www.metlife.it e attraverso gli intermediari indipendenti con cui abbiamo accordi" afferma Gauci che però aggiunge: "si tratta di una rete di cui vogliamo triplicare le dimensioni nel corso dei prossimi due anni".

Ma la partita per MetLife Europe Limited si gioca anche su un altro campo, quello delle piccole e medie imprese, un bacino molto attraente per il gruppo sia per il fatto che comprende un elevato numero di player sia per i margini di sviluppo che offre in termini assicurativi. "Su questo segmento - concorda Gauci - puntiamo per la nostra offerta di *employee benefits*, ovvero i prodotti di protezione (vita, rimborso spese mediche) per i dipendenti. E proprio in quest'ambito abbiamo organizzato il 16 ed il 18 ottobre scorso un convegno sul welfare aziendale per discutere dei fattori utili a far scattare l'attenzione delle aziende su questi prodotti assicurativi".

EMPLOYEE BENEFITS, LA CRISI DEL WELFARE APRE NUOVI SPAZI

Il problema, al di là delle difficoltà economiche che in questo momento comprimono la possibilità di spesa (anche assicurativa) delle imprese, sembra essere anche la scarsa percezione dell'importanza di questa tipologia di offerta. "Ciò che è emerso dall'evento che citavo poc'anzi - sottolinea Gauci - è che sono necessari molti fattori affinché questo segmento si sviluppi: alcuni di questi li guidiamo noi assicuratori, altri sono esogeni al mercato ma possono influirvi pesantemente".

Se sul primo fronte, i margini di sviluppo riguardano in particolare la rete distributiva "snellendo i processi di vendita, in modo da liberare risorse per fornire consulenza al cliente sui prodotti più idonei alle sue esigenze ed a valorizzarne i benefici"; tra i fattori esogeni va di certo annoverata la progressiva diminuzione dell'intervento pubblico nel welfare. "Credo che questo fattore, ormai ineludibile, possa davvero attribuire all'azienda un ruolo di attore importante ed aumentare il valore percepito dei programmi assicurativi come benefit".

"In questo scenario - conclude Gauci - i benefit assicurativi potrebbero gradualmente sostituire altri strumenti più onerosi dal punto di vista economico, gestionale e fiscale, con maggiore soddisfazione per il datore di lavoro, per il dipendente e per lo Stato stesso".

Diana Pastarini

**Mettiti in libertà,
la tutela legale ARAG è sempre al tuo fianco.**



www.arag.it



NORMATIVA

L'Isvap modifica e integra il Regolamento n. 20 del 2008

Novità in vista con l'introduzione delle norme di corporate governance che anticipano quanto previsto per Solvency II



Andrea Maura

In data 8 novembre l'Isvap ha provveduto a pubblicare sul proprio sito web il **Provvedimento n. 3020**, recante modifiche ed integrazioni al **Regolamento n. 20 del 26 marzo 2008**, concernente le disposizioni in materia di controlli interni, gestione dei rischi, compliance ed esternalizzazione delle attività delle imprese di assicurazione.

Come può evincersi dalla relazione di accompagnamento, il provvedimento ha introdotto ulteriori e specifici compiti in capo all'organo amministrativo, con particolare riferimento al tema delle deleghe, della formazione e del *self assessment*, nonché alla predisposizione di una informativa periodica estesa ad aspetti di governo societario.

I principi che hanno ispirato l'intervento dell'Istituto sono da rinvenire nell'ambito dell'Insurance Core Principle n. 7 della Iais (International association of insurance supervisors - <http://www.iaisweb.org/>), la cui traduzione (non ufficiale) in italiano è la seguente "L'autorità di vigilanza impone agli assicuratori di istituire e attuare un quadro di governo societario che preveda la sana e prudente gestione e la supervisione delle attività dell'assicuratore stesso e riconosca in maniera adeguata e tuteli gli interessi degli assicurati".

Come sottolineato dall'Isvap, l'aspetto inerente la predisposizione di un'informativa periodica in materia di *corporate governance* si pone come anticipatrice in via di fatto rispetto a quanto richiesto dall'art. 51, punto 1 lett. b della Direttiva 2009/138/CE (*Solvency II*).

La norma prevede l'obbligo in capo alle imprese della pubblicazione di una relazione annuale inerente la loro solvibilità e condizione finanziaria, comprensiva di una descrizione del sistema di governo societario e una valutazione della sua adeguatezza rispetto al profilo di rischio delle stesse, fermo restando il riferimento, sempre operato dall'Istituto nell'ambito della Relazione di accompagnamento, all'art. 123 bis del T.U.F. (Relazione sul governo societario e gli assetti proprietari) applicabile alle società quotate.

Per quanto attiene gli aspetti inerenti la prima scadenza dei nuovi adempimenti introdotti dal provvedimento n. 3020, infine, è utile citare quanto affermato dall'Isvap nell'ambito degli esiti alla fase di pubblica consultazione.

L'Autorità, a seguito del quesito formulato dall'Ania, ha risposto che "la relazione annuale sul sistema dei controlli interni e di gestione dei rischi, integrata con le nuove informazioni richieste, dovrà essere trasmessa, per la prima volta all'Autorità in occasione dell'invio del bilancio di esercizio 2012".

Avv. Andrea Maura
andreamaura@yahoo.it

PROFESSIONI & PREVIDENZA

La riforma dell'Epap, contributo integrativo dal 2% al 4%

Con il sistema attuale la pensione futura di un giovane geologo non arriverà a un quarto dell'ultimo reddito

In Italia si contano ad oggi 8.227 geologi liberi professionisti. Si tratta di una professione in espansione perché legata allo sviluppo di nuovi settori di attività, da quelli riferiti ai fattori climatici e sismici, all'ambito delle energie rinnovabili e geotermiche, dalla bonifica di siti contaminati alla gestione di aree destinate ai rifiuti.

Ma come sarà il loro futuro da un punto di vista previdenziale? Il sistema vigente prevede che la pensione di ciascun professionista sia determinata esclusivamente dai contributi versati. Questo significa che se i versamenti oggi sono di modesta entità - paghiamo le aliquote contributive più basse in assoluto, il 10% - una volta raggiunta la quiescenza ci si ritroverà con un assegno mensile piuttosto magro. **Arcangelo Pirrello**, presidente dell'Epap - Ente di previdenza di geologi, agronomi e forestali, attuari e chimici - ha portato l'esempio di un giovane geologo che inizia oggi la libera professione: tra 37 anni la sua pensione sarà pari soltanto al 22% del suo ultimo reddito.

"I liberi professionisti non aderenti a un ente previdenziale come il nostro pagano alla gestione separata Inps il 26% e alla gestione ordinaria il 33% - ha spiegato Pirrello -, data la struttura del nostro sistema, così come è stabilita dalla legge, soltanto un aumento del contributo soggettivo può portare a pensioni più alte, che si avvicinino all'obiettivo ideale del 50% dell'ultimo reddito".

Per questo l'Epap ha scelto di procedere autonomamente, varando una propria riforma - in attesa di approvazione da parte dei ministeri del Lavoro e dell'Economia - che prevede un aumento del cosiddetto contributo integrativo, ovvero quello che i clienti pagano in fattura, dal 2% al 4%. Questo, secondo Pirrello, consentirebbe non solo di rendere più cospicuo e adeguato l'importo dell'assegno pensionistico, ma anche di sostenere gli iscritti durante e dopo la loro vita professionale, con iniziative di welfare. "La maggior parte dell'incremento del contributo soggettivo - ha chiarito Pirrello - andrà ad accrescere il montante dell'iscritto e quindi la sua futura pensione, il resto sarà impiegato per forme assicurative sulla vita e in caso di calamità, assistenza sanitaria integrativa, sostegno agli studi dei figli, tutela in caso di non autosufficienza".

Infine il presidente ha ricordato ai suoi iscritti che versare volontariamente più del minimo obbligatorio, qualora se ne abbia la possibilità, è vantaggioso perché il contributo soggettivo non è gravato dalla tassazione ordinaria.

D.P.



PSICOLOGIA

Rimedi contro il malumore

A tutti capita di avere disturbi dell'umore senza capirne il reale motivo. "Sentirsi giù", "essere sottotono", "avere la luna storta"... modi di dire per descrivere quelle giornate che pesano come dei macigni.

Tra il tono dell'umore e il benessere psicofisico complessivo, esiste una correlazione ed è quindi bene non soffermarsi all'apparente malumore ma cercare di capire i motivi reali di tale stato.

Scientificamente è stato dimostrato che la regolazione del tono dell'umore dipende dalla serotonina, la noradrenalina e la dopamina che vengono prodotti dal nostro organismo utilizzando un'altra sostanza, l'ademetionina. Il buon funzionamento di questa catena è fondamentale quale elemento da cui dipende l'umore.

E' comunque evidente che ogni volta che siamo di cattivo umore non possiamo metterci a verificare il buon funzionamento fisiologico dei nostri neurotrasmettitori. E allora cosa possiamo fare? Non ho una risposta di tipo scientifico, anche perché non sono un medico, ma come al solito mi baso sui "rimedi della nonna" che hanno sempre funzionato.

Per prima cosa facciamo un po' di "ginnastica del sorriso", pratica che ci aiuta a ritrovare fiducia in noi stessi. Non sempre però sorridere basta, anzi spesso è, alla pari del pensare solo a cose belle, un palliativo. Ergo? Indossiamo una tuta, scarpe da ginnastica e facciamo non meno di 20 minuti di corsa (o camminata veloce) all'aria aperta ascoltando una musica soave che ci piaccia. Si perché mettere in moto i muscoli fa sì che i nostri neurotrasmettitori funzionino meglio. Finita la corsetta una bella doccia a temperatura inversamente proporzionale (più siamo di cattivo umore e più fredda deve essere l'acqua) e poi una lauta colazione a base esclusivamente di cibi "proibiti".

Solo a questo punto, se l'umore non è migliorato, chiamate il vostro medico curante che saprà sicuramente come aiutarvi.

Tralascio altri metodi poco funzionali e attuabili una volta sola, tipo il suicidio, in quanto non fanno parte dei "consigli della nonna".

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

TECNOLOGIE

Privacy e necessità di mascheramento dei dati

Ottimizzare i processi informativi e proteggere i dati sensibili negli ultimi tempi è diventata una priorità delle aziende, che si trovano anche a dover adempiere a precise regole imposte dal Garante della Privacy. Il gruppo **Monte dei Paschi di Siena** ha deciso di far fronte a queste esigenze adottando le soluzioni per la gestione di dati e file, e il loro mascheramento, di Compuware. La technology performance company supporta il Consorzio Operativo, ovvero il centro di sviluppo e gestione dei sistemi informatici e di telecomunicazione e di erogazione di servizi amministrativi di back office per le diverse società del gruppo. Quest'ultimo, con oltre sei milioni di clienti e numerose attività che spaziano dal credito speciale, alla bancassurance, all'investment banking, necessitava ovviamente di soluzioni ad hoc.

"I dati che avevamo necessità di mascherare erano moltissimi: tabelle dell'anagrafe, basi dati enormi, tabelle con decine di milioni di righe", ha spiegato **Giovanni Calligaris** - responsabile dell'area test factory della direzione Erogazione Ict - che ha inoltre sottolineato come una delle preoccupazioni principali fosse legata alle performance: "avevamo bisogno di effettuare il mascheramento dati in tempi utili, tenendo sotto controllo le prestazioni".

Il progetto è partito dall'implementazione di una test factory e si è posto come primo obiettivo la realizzazione di un organismo separato dall'ambiente di sviluppo per verificare che tutte le applicazioni (sia quelle sviluppate internamente sia quelle acquisite dall'esterno) fossero conformi ai dettami previsti dal Garante per la protezione dei dati sensibili.

"Tre parole chiave contraddistinguono a mio avviso le soluzioni di *masking* adottate: flessibilità, coerenza di dati, completezza - ha aggiunto Calligaris - tre requisiti che ritengo fondamentali e necessari per effettuare un mascheramento in tutta sicurezza". Inoltre, il gruppo, rileva ancora Calligaris, "è in grado di attivare con tranquillità un progetto strategico che prevedeva, con la collaborazione di un partner importante, il coinvolgimento di una *coding factory* localizzata in India: senza il mascheramento dei dati sensibili tutto ciò non sarebbe stato possibile".

D.P.