



PRIMO PIANO

Pacco e doppio pacco

Ricavi non dichiarati, negli ultimi cinque anni, per un totale di oltre 75 milioni di euro. Le Fiamme Gialle hanno scoperto che una compagnia di assicurazioni rumena esercitava gran parte della propria attività di raccolta nel nostro Paese e - ancorché dichiarata come non residente in Italia - vi operava attraverso una "stabile organizzazione" e un soggetto italiano attivo in Campania, che ne era il proprietario di fatto. Le attività ispettive condotte dalla Guardia di Finanza, in stretto rapporto con l'Isvap (che a luglio aveva revocato alla compagnia l'autorizzazione a operare sul territorio nazionale), hanno permesso di rintracciare non solo la sede italiana della società, ma anche i contratti stipulati e i relativi premi incassati. Ma non è tutto. Le indagini hanno poi svelato che il soggetto in questione coordinava anche una rete di broker, con sedi in varie città campane e operanti anche in altre regioni, organizzandone mezzi e dipendenti.

Insomma questa società di diritto rumeno, di fatto era italianissima e grazie a questo sistema - variazione sul tema del "contropaccotto", degna del miglior Nanni Loy - semplicemente, evadeva il fisco.

D.P.

MERCATO

Assistenza agli anziani, per garantire l'universalità serve mutualità

I dati di Assoprevidenza su non autosufficienza e spesa sanitaria richiamano l'attenzione sull'opportunità di integrare sanità pubblica e assistenza complementare

L'Italia è l'unica tra le grandi nazioni europee a non avere un fondo per la non autosufficienza. E l'Italia è anche uno dei Paesi più vecchi del mondo: ogni 100 giovani vi sono 144,5 anziani che diventeranno 205,3 nel 2030. Basterebbero queste due evidenze per parlare di emergenza assistenziale. Ma proprio perché si tratta di un fenomeno strutturale - l'aumento della longevità - e di una trasformazione socio-economica ormai ineluttabile - l'integrazione tra sanità pubblica e previdenza complementare - occorrono soluzioni di ampio respiro, ragionate e condivise.



Per fare chiarezza su questi temi e analizzare con puntualità i dati a disposizione, **Assoprevidenza** ha organizzato a Roma il seminario *I servizi per gli anziani: un aiuto concreto alle famiglie*.

Vediamo allora i numeri nel dettaglio. Il 20,3% della popolazione italiana ha più di 65 anni e il 5,6% più di 80, mentre le aspettative di vita sono di 79,2 anni per gli uomini e 84,4 anni per le donne, rispettivamente 9 e 7 anni in più rispetto a 30 anni fa. Circa due terzi delle persone con età superiore a 75 anni deve ricorrere a un'assistenza "informale" ovvero prestata da badanti o dai familiari più stretti.

IL PESO DELLA SPESA SANITARIA

La spesa sociale rappresenta circa il 30% del Pil del nostro Paese - una quota destinata se non a diminuire di certo non ad aumentare, vista la necessità di rafforzare la dote statale - ma il calo delle prestazioni e l'aumento della domanda di sanità, secondo il Censis, mettono a rischio l'accesso delle famiglie alla tutela sanitaria: nell'ultimo anno oltre 2,4 milioni di anziani non hanno potuto accedere alle cure per ragioni economiche.

Malgrado la presenza del Sistema Sanitario Nazionale, la componente di spesa sanitaria privata è oggi particolarmente rilevante: ammonta a 30 miliardi di euro (pari a circa il 23% del totale) ed è sostenuta per l'82% direttamente dai cittadini, mentre il 13,9% è veicolato dai fondi sanitari integrativi e solo il 3,7% dalle assicurazioni private.

Per quanto riguarda il capitolo *Long Term Care*, secondo i dati del Ministero dell'Economia riferiti al 2010, la spesa pubblica italiana ammonta a 29,45 miliardi di euro per assistere circa 4,1 milioni di italiani disabili e non autosufficienti. La quota comprende per il 46,4% la componente sanitaria, per il 43,3% quella per indennità di accompagnamento, per il 10,3% quella per interventi socio-assistenziali erogati a livello locale. Infine, va considerata la spesa che le famiglie sostengono per le badanti, pari a circa 9 miliardi di euro (rapporto del Ministero del welfare 2010).

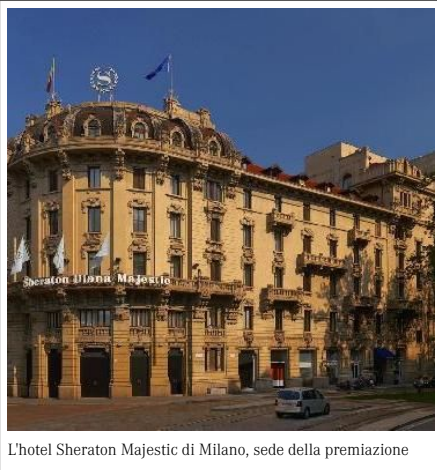
"Il peso della spesa sanitaria a carico delle famiglie italiane è alquanto iniqua - fa notare **Sergio Corbello**, presidente di Assoprevidenza - poiché ricade sui nuclei familiari che devono assistere un malato, con evidenti disparità tra chi ha disponibilità economiche sufficienti alle cure e chi no. Per mantenere l'universalità del sistema, se non sarà possibile diminuire la percentuale di spesa privata, sarà necessario riquilibrarla passando dal concetto di spesa individuale a quello di spesa collettiva con quote di mutualità e solidarietà".

Diana Pastarini



Insurance Marketing Awards, i dieci vincitori

Presentata la ricerca sull'atteggiamento dei consumatori nei confronti delle assicurazioni, un quarto del campione non si fida della sua compagnia



L'hotel Sheraton Majestic di Milano, sede della premiazione

Sono stati in tutto 52 i progetti presentati dai player del settore assicurativo al comitato scientifico degli **Insurance Marketing Awards**. La terza edizione della manifestazione, organizzata da **Jakala Marketing Solutions**, ne ha premiati dieci divisi in sette categorie nel campo della comunicazione e del marketing assicurativo.

Per quanto riguarda le compagnie tradizionali, i riconoscimenti sono andati a **Sara Assicurazioni** per *Sara Cliente Più* (sezione Loyalty) e **Cattolica Assicurazioni** per *Futuro e Più* (sezione Cross Selling). Tra le dirette si sono invece distinti i progetti *Bonus Direct* di **Direct Line** e *GenialDent* di **Genialloyd**; mentre in ambito bancassurance hanno ottenuto un riconoscimento **Axa-Mps** per *Liberi e Premiati*, e **Cariparma Credit Agricole** per *Protezione Ottimismo*.

Oltre a questi sono stati assegnati premi speciali, come il **premio Rhiag** sulla sicurezza a **Fondazione Ania** per il progetto *Pensa a guidare 2011*; quello per il miglior progetto di comunicazione a **Sara Assicurazioni** per *Usa la testa*, e quello per il miglior progetto social responsibility a **Cardif - Findomestic** per *Pillola formativa online su Finanziamenti e Assicurazioni*. Infine il **Gran Premio Ima 2012**, in ambito incentive and motivation, è andato ad **Axa Assicurazioni** per *AxApp*.

La relazione tra cliente e compagnie

L'evento di premiazione è stato anche l'occasione per presentare i risultati di un'indagine sulla fiducia dei consumatori nei confronti delle assicurazioni, svolto su un campione di circa 300 persone, con un'età media tra i 30 e i 50 anni. Dalla survey è emerso che il 25% sostiene di avere scarsa o scarsissima fiducia nella propria compagnia, mentre solo un 7% dichiara al contrario di fidarsi ciecamente. La stragrande maggioranza degli intervistati (68%) mostra un atteggiamento neutrale che rivela modeste aspettative e una sostanziale indifferenza verso il settore. Questo dato è confermato da altre evidenze, come il fatto che solo un intervistato su cinque ha intenzione di cambiare compagnia il prossimo anno e che circa il 40% ha solamente una polizza e il 35% due. Tra le più gettonate ovviamente l'Rc auto (48%), seguita dalle coperture danni (23%) e da quelle vita (15%).

I fondamentali *drivers* di scelta dei prodotti si confermano il prezzo (42%) e la stima nel proprio agente (34%), ma cresce la percentuale di coloro che non hanno pregiudizi nei confronti dell'acquisto on line (38%). Il 60% degli intervistati si lamenta della scarsa chiarezza delle polizze e un italiano su tre utilizza i comparatori online, sebbene il 33% non ricordi quale sito ha visitato. Interessante infine la risposta all'ultima domanda del sondaggio: "Se potesse scegliere di assicurare qualsiasi cosa nella vita, cosa proteggerebbe?". Il 21% ha risposto la casa, il 18% la salute, il 17% il lavoro, più staccate le coperture sulla vita e sulla pensione, entrambe al 7%.

D.P.

NEWS DA WWW.INSURANCETRADE.IT

EcoCasa 2012: Alleanza Toro e Wwf per l'ecosostenibilità

Alleanza Toro, in partnership con il **Wwf** lancia sul sito www.alleanzatoroecocasa.it il calcolatore dell'eco-risparmio e presenta un vademecum con dieci consigli per promuovere stili di vita ecosostenibili e contribuire alla tutela della natura del nostro Paese. Sul sito si trova un simulatore di scelte quotidiane con cui calcolare la propria capacità di risparmio nella gestione della casa, della famiglia e il proprio livello di attenzione all'ambiente. La partnership tra Alleanza Toro e Wwf comprende anche la realizzazione di nuovi rifugi per alcune specie particolarmente minacciate che abitano l'oasi naturalistica Wwf di Orbetello quali la ghiandaia marina e l'assiolo.

"L'iniziativa Ecocasa nasce da un parallelismo naturale: noi e il Wwf lavoriamo per dare protezione", ha sottolineato Andrea Mencattini ad di Alleanza Toro. "L'attenzione all'ambiente - ha continuato - è per noi una scelta consapevole cui lavoriamo con l'impegno costante dei dipendenti e di tutta la rete agenziale". Anche dal Wwf traspare grande soddisfazione per l'iniziativa. Antonio Canu, presidente del Wwf Oasi, ha spiegato come la partnership con Alleanza Toro potrà "contribuisce alla sensibilizzazione dei cittadini" e offrire un supporto concreto "a progetti di conservazione della natura".



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



Gestione amministrativa dei sinistri, il metodo Carglass®

Un sistema evoluto che consente di ridurre tempi e costi, ottimizzando il servizio sia per il cliente che per l'agenzia

L'efficiamento della gestione burocratica dei sinistri può comportare vantaggi effettivi per il cliente e per le agenzie. Con **Paolo Galli**, direttore finanziario di **Carglass®** siamo entrati nel mondo delle procedure amministrative per capire in che modo.

Quali procedure adotta Carglass® in ambito amministrativo?

Quella di Carglass® può essere definita una gestione amministrativa 2.0 perché in grado di adeguarsi ai processi esistenti all'interno tanto delle grandi compagnie, di norma più evolute a livello di sistemi e digitalizzazione, quanto di quelle più piccole e frammentate nella loro rete di agenzie. Rispetto a queste ultime molto spesso svolgiamo un vero e proprio ruolo di consulenza, accompagnando le imprese in un percorso di automatizzazione dei processi che si traduce in un miglior controllo e nella diminuzione del livello di errore nei diversi passaggi.

Come vengono seguiti i sinistri?

La gestione del sinistro si compone di tre passaggi fondamentali: la verifica della posizione del cliente - se è assicurato o meno e quali caratteristiche presenta la sua polizza in termini di massimali o franchigie -, l'apertura della pratica e l'attribuzione di un numero al sinistro.

In che modo gli accordi che Carglass® ha in essere con le compagnie agevolano questo processo?

Nel 50% dei casi, quando l'integrazione dei sistemi lo permette, Carglass® si sostituisce all'agenzia nella gestione dei passaggi sopracitati, prendendosi totalmente in carico il lavoro tramite una struttura dedicata, il Cra (Centro gestione cliente e rilascio autorizzazioni). Questa fluidità nella gestione della pratica rappresenta un beneficio in termini di riduzione dei costi e dei tempi per l'agenzia e conseguentemente per il cliente finale.



Paolo Galli, direttore finanziario di Carglass

Come viene gestita la fatturazione?

Carglass® fornisce alle compagnie un file riepilogativo che indica esplicitamente ciò che è stato fatturato e può essere liquidato, dopo aver eseguito un doppio controllo di verifica sulla correttezza e completezza di tutta la documentazione. In questo modo non c'è necessità di ulteriori verifiche da parte delle agenzie e si può procedere direttamente alla liquidazione che, nel 96% dei casi, avviene entro i venti giorni.

Quali vantaggi comporta questo procedimento per gli automobilisti?

Il servizio Carglass® di gestione documentale permette un risparmio di tempo e di scociature per l'automobilista perché sin dal primo contatto con il nostro call center, e con la sola comunicazione della targa dell'auto, riusciamo a risalire alla posizione assicurativa del cliente e alle condizioni della sua polizza. Questo ci consente di sbrigare tutte le pratiche direttamente con l'agenzia ed evita al consumatore ulteriori passaggi.

Quali novità in ambito amministrativo implementeranno questo sistema di gestione?

Attualmente siamo in fase di analisi di un sistema di firma digitale che porterà il cliente ad apporre una sola firma univoca e utilizzabile solo in questa occasione, evitandogli di dover firmare fino a dieci documenti per l'intervento, rendendo il servizio più celere ed efficiente.



MARKETING & VENDITE

Assicurazione, una promessa da mantenere



L'assicurazione copre tutto, tranne quel che ti succede. (Legge di Miller)
(Dalle Leggi di Murphy)

Ci sono cose nella vita peggiori della morte. Avete mai passato una serata con un agente delle assicurazioni?
(Woody Allen)

Sono due delle tante battute sulle assicurazioni. Le ho scelte perché rappresentano molto bene quello che la gente pensa degli assicuratori e delle compagnie di assicurazioni in genere.

La cosa interessante da capire è come mai questo sia il pensiero comune. Semplicemente perché noi assicuratori vendiamo promesse che poi cerchiamo di non mantenere.

E' più forte di noi. Di fronte a un sinistro, invece di pensare "finalmente possiamo dimostrare di essere grandi", la prima cosa che ci viene in mente è la "combined", e cerchiamo da subito di capire come riuscire a non pagare il sinistro o a pagarlo poco.

L'alea rappresenta la percentuale di rischio inerente a ogni operazione contrattuale/commerciale, relativo alle variazioni di costi e valori delle prestazioni. Se l'alea viene assunta come causa del negoziato si parla di contratto aleatorio (di questo tipo sono i contratti di assicurazione). Ecco perché qualcuno si assicura, ed ecco perché l'assicuratore, se sa fare bene il suo mestiere, non deve temere l'accadimento di un sinistro. Ciononostante, vuoi per una politica di sottoscrizione errata, vuoi per una mera negoziazione sul prezzo, quando si verifica un sinistro si cerca sempre di correre ai ripari.

La conseguenza di questo atteggiamento non è una gestione del business in maniera redditizia, bensì una forte caduta di immagine e la perdita di quei clienti che sono sempre stati virtuosi.

Dobbiamo lavorare molto sulle nostre politiche tecnico/commerciali, dobbiamo tornare, o forse cominciare, a considerare il cliente il centro del nostro business, dobbiamo ricordarci che l'assicurazione si basa sì sulla probabilità che il sinistro accada, ma che se non accadessero sinistri non ci sarebbe la necessità di assicurarsi.

Quindi: sana politica di acquisizione e gestione dei sinistri quale opportunità di valorizzare il servizio offerto. Possiamo dire: il rischio è il nostro mestiere.

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



PRODOTTI

Unit linked "protetta" da Crédit Agricole Vita

Garanzia del capitale versato a scadenza e gestione attiva dei fondi con la consulenza di Morningstar

Il know-how assicurativo di **Crédit Agricole Vita**, l'esperienza gestionale in termini di asset location e scelta dei fondi di **Morningstar**, la capacità distributiva del gruppo **Cariparma Crédit Agricole**. Nasce su questi tre pilastri **Unit Protetta Agosto 2019**, una nuova polizza di tipo *unit linked* pensata per tutti i clienti che non vogliono rinunciare alla protezione del capitale dall'instabilità dei mercati, ma nemmeno ai potenziali profitti di una gestione professionale.

La polizza, in collocamento fino al 20 dicembre, unisce la possibilità di beneficiare dei risultati sul medio-lungo termine di una gestione attiva dei fondi, alla garanzia del capitale versato a scadenza. Inoltre **Unit Protetta Agosto 2019** assicura il rimborso dell'intero capitale anche in caso di decesso dell'assicurato prima dei 75 anni di età.

Infine, trattandosi di un prodotto finanziario-assicurativo, include due peculiari vantaggi: l'esenzione totale delle imposte di successione; la possibilità di indicare in caso di decesso uno o più beneficiari della polizza, modificabili in qualsiasi momento.

Gli unici vincoli di sottoscrizione riguardano l'età dell'assicurato, che deve essere compresa tra i 18 e i 75 anni, e il premio unico iniziale, pari ad almeno 15.000 euro. Quest'ultimo può poi essere incrementato attraverso versamenti aggiuntivi - di importo minimo pari a mille euro - durante tutto il periodo di collocamento. Come si evince dal nome, la scadenza della *unit linked* è fissata al 30 agosto 2019, è comunque possibile ottenerne il riscatto totale, senza alcuna penale e al valore di mercato, dopo almeno un anno dalla sottoscrizione.

D.P.