



EDITORIALE

Il credito, energia per ripartire

Sul rapporto tra banche e imprese molto si discute di questi tempi, caratterizzati da una crisi finanziaria senza precedenti e dall'inarrestabile fallimento di aziende di ogni dimensione. Assistere a posizioni di estrema prudenza da parte delle banche risulta pertanto comprensibile, salvo constatare che la loro "mission" dovrebbe proprio essere quella non solo di gestire il risparmio ma anche di concedere credito per supportare il motore dell'economia, vale a dire l'attività delle imprese. Se questo meccanismo si inceppa è la paralisi, soprattutto in momenti in cui servirebbe invece più olio per far correre, ma sarebbe meglio dire far "ripartire", la macchina. Che fare allora?

Indispensabile innanzitutto riuscire a ridimensionare l'emorragia di insolvenze attraverso adeguati servizi di monitoraggio del credito commerciale. Ma risulta anche fondamentale, soprattutto per le piccole e medie imprese, ricercare formule di aggregazione che sostengano gruppi di aziende, affini tra loro per settore merceologico o per presenza territoriale. L'isolamento, infatti, di questi tempi rischia di costare molto caro. Fondamentale, inoltre, deve essere il contributo delle compagnie di assicurazioni e degli intermediari, perché proprio a loro spetta il compito di formulare soluzioni assicurative capaci di risolvere il problema comunicandone il valore, con competenza e professionalità, sul nostro territorio.

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

MERCATO

Soluzioni per l'accesso al credito

Oggi risulta sempre più difficile, da parte delle Pmi, ottenere credito dagli istituti bancari. Da un rapporto complicato può però nascere, anche grazie al ruolo del settore assicurativo, la giusta soluzione per risolvere il problema

L'accesso al credito per le aziende, oggi, rappresenta uno dei problemi più sentiti, aggravato da storture croniche del mercato italiano, come i ritardi nei pagamenti e l'insolvenza della pubblica amministrazione: un connubio che preclude agli imprenditori, piccoli o grandi che siano, una programmazione ottimale degli investimenti e una pianificazione certa della dinamica dei flussi finanziari.

Le cifre desunte da osservatori e analisi di mercato confermano l'espansione di un fenomeno che sta sempre più diventando lo specchio della crisi: lo scorso anno, per la prima volta dal 2008, le Pmi che hanno ottenuto dalle banche il prestito richiesto (34,2%) sono state meno di quelle che hanno ricevuto cifre inferiori (37%), mentre il 19,3% è ancora in attesa di una risposta dall'istituto di credito e il 15,5% è rimasta addirittura a bocca asciutta.

L'osservatorio di Confcommercio segnala che solo il 36,1% delle aziende italiane può permettersi di fare a meno di un prestito bancario e che il 37% delle Pmi incontra grosse difficoltà a ottenere un fido. E il 2012 non si è aperto in modo migliore, nel solo mese di febbraio il calo dei finanziamenti erogati ha già raggiunto l'1,6%.

Aziende e banche: un rapporto in crisi?

La diffusione del fenomeno è tendenzialmente capillare e trasversale, ma con alcune importanti varianti, in primis la differente incidenza del credit crunch in rapporto alle dimensioni dell'azienda. Infatti quasi l'80% dei soldi stanziati lo scorso anno dalle banche per famiglie e società non finanziarie - circa 1.134 miliardi su 1400 - è stato erogato al 10% dei maggiori affidatari, ovvero i soggetti imprenditoriali più rilevanti. (continua a p.2)



NEWS DA WWW.INSURANCETRADE.IT

Unipol si mobilita in favore dei terremotati

Unipol vara un pacchetto di interventi in favore degli abitanti - e dei suoi dipendenti - coinvolti nei danni provocati dal sisma che ha colpito l'Emilia Romagna. Il colosso bolognese ha messo a punto un piano che prevede aiuti economici, accordi per la ricostruzione, dilazioni nei pagamenti, sconti e anche la messa a disposizione di strutture di proprietà dell'azienda. Sul versante propriamente assicurativo, per i clienti coperti contro il rischio terremoto, Unipol ha attivato una task force liquidativa per procedere a una rapida perizia dei danni e alla messa in opera degli interventi di salvataggio, inoltre ha disposto l'anticipo degli indennizzi per accelerare la ripresa economica. Attualmente sono allo studio anche accordi con le cooperative socie locali e le altre realtà produttive per garantire la ricostruzione di fabbricati industriali con criteri antisismici. Per i clienti invece non coperti da garanzia terremoto, ma assicurati contro l'incendio, Unipol Banca offre un plafond dedicato di 10 milioni di euro per finanziamenti a tasso agevolato, che vanno ad aggiungersi ai 15 milioni già stanziati subito dopo il sisma a favore delle popolazioni colpite.

Per leggere tutta la notizia collegati a questo link <http://bit.ly/MdhBLc> su www.insurancetrade.it.



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



(continua da p. 1) Eppure, dai dati sulle sofferenze bancarie, emerge che proprio questi ultimi sono responsabili del 78,3% dei mancati rientri, pari a 77,9 miliardi.

A livello territoriale invece la stretta creditizia si è fatta sentire soprattutto nel Nord-Ovest, dove le Pmi che hanno ottenuto i prestiti richiesti sono calate del 20% (dal 52,6% al 32,6%) e al Sud, dove solo il 19% delle imprese ha avuto accesso ad un fido contro il 32,3% del trimestre precedente.

Ancora, da una recente indagine - svolta dall'Associazione Artigiani e Piccole Imprese Mestre Cgia - su un campione di 800 microimprese con meno di 20 addetti, distribuite uniformemente su tutto il territorio nazionale, si rileva che, negli ultimi tre mesi, solo il 24,6% dei soggetti intervistati ha richiesto un prestito a una banca, e che tra questi l'80% ha riscontrato grosse difficoltà di accesso al credito. Dal sondaggio emerge anche il diffuso deterioramento dei rapporti tra aziende e istituti bancari a causa dell'**aumento dei costi** - motivazione addotta dal **40%** degli intervistati - delle **procedure di erogazione troppo lunghe (32,5%)**, delle **richieste di garanzie eccessive (15%)**, dei **tassi di interesse troppo alti (12,5%)**. Inoltre più della metà del campione sostiene di aver modificato il rapporto con la propria banca a causa della crisi economica e dell'andamento dei mercati finanziari: ancora una volta le motivazioni risiedono nell'aumento dei tassi bancari, nel rientro dei crediti già concessi, nella richiesta di maggiori garanzie e nel mancato rinnovo di prestiti precedentemente elargiti.

Le strade alternative: credito di fornitura e polizze assicurative

Se le misure varate dalla Bce hanno infuso un po' di liquidità nel nostro sistema creditizio, l'effetto di normalizzazione - spiega **Ernesto De Martinis**, amministratore delegato di **Coface** - risente "del peggioramento del merito creditizio delle imprese". Così, in questo scenario, una delle forme di finanziamento possibili e alternative al credito bancario diventa il "credito di fornitura, il credito tra le imprese", una specie di mutuo soccorso tra soggetti ugualmente in difficoltà. Altra strada percorribile è il ricorso a strumenti di factoring e all'assicurazione del credito per mettere a riparo i bilanci e consentire investimenti nello sviluppo del proprio business. In questo ambito, **Atradius** ha invece proposto *Modula Pmi*, uno strumento formulato per le esigenze di aziende con fatturato compreso tra uno e tre milioni di euro, per la gestione del rischio e la protezione delle transazioni commerciali in Italia e all'estero (Europa e paesi Ocse).

La polizza assicura un risarcimento massimo pari all'80% del valore del credito garantito con modalità di pagamento del premio flessibili in base ai propri bisogni e al proprio fatturato. **Sace** ha invece studiato un prodotto ad hoc per lo smobilizzo dei crediti vantati dalle imprese nei confronti della pubblica amministrazione, arricchito da una convenzione con **Poste Italiane** che rende ancora più semplice per le imprese accedere agli strumenti di factoring del Gruppo. Presentando la necessaria documentazione agli sportelli Poste Impresa, le aziende possono attivare *Reverse Factoring PA* e ottenere lo smobilizzo pro-soluto dei crediti, in anticipo o alla loro scadenza naturale, risparmiando tempo e denaro.

Infine, le assicurazioni possono svolgere un'azione concreta nel facilitare l'accesso al credito migliorando il profilo di rischio delle imprese, ovvero trasferendo al cliente il proprio rating. **Euler Hermes**, ad esempio, ha sviluppato una soluzione che coinvolge gruppi bancari, associazioni e istituzioni locali trasferendo la propria garanzia di solvibilità (AA- per Standard & Poor's) sul credito ceduto dai terzi alle banche, in modo che queste possano poi riconoscere alle piccole aziende condizioni esclusive per l'anticipazione finanziaria.

Coface, invece, ha da tempo avviato una partnership con **RetIndustria** e diversi istituti di credito, garantendo alle oltre 140 mila imprese associate a Confindustria i propri servizi di valutazione rating e l'assicurazione dei crediti commerciali.



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

Diana Pastarini



COMPAGNIE

Realmente protetti, con i consigli di Reale Mutua

Al via la nuova campagna pubblicitaria del gruppo, affiancata da un portale on line che offre consigli pratici su come tutelarsi nelle diverse situazioni della vita quotidiana



Le compagnie assicurative stanno cambiando approccio nei confronti dei clienti, dal piano esclusivo della vendita si stanno spostando verso quello della **consulenza** e dell'**education**, mettendo a disposizione degli utenti oltre alle polizze, consigli e indicazioni pratiche per vivere "realmente protetti". E per **Reale Mutua** non poteva che essere questo lo slogan della nuova campagna pubblicitaria, on

air dall'8 giugno, che dà anche il nome al sito web www.realmenteprotetti.it grazie al quale viene rinnovata l'attività di comunicazione del gruppo.

La campagna è incentrata sulle avventure di un esploratore alle prese con divertenti metafore dei pericoli della vita quotidiana, accompagnato dall'immane "agente Reale" a cui è affidato il compito di veicolare il claim: "Noi di Reale Mutua ti assicuriamo al meglio, ma a proteggerti pensaci anche tu". E per aiutare le persone a proteggersi da sole, il sito offre consigli e spunti attraverso tutorial e tips, rispondendo alle domande degli utenti e coinvolgendoli in modo interattivo attraverso concorsi e attività ad hoc.

"Coraggiosamente e innovativamente abbiamo scelto di appropriarci di un ruolo di sensibilizzazione della collettività sulla protezione durante tutti i momenti della giornata e nei vari aspetti della vita" - ha ribadito **Marco Mazzucco**, direttore commerciale della compagnia. Un'assunzione di responsabilità che il direttore generale **Luigi Lana** riferisce più in generale al venire meno del ruolo forte dello Stato, che lascia "i cittadini - per quanto sempre più consapevoli e coscienti della necessità del sacrificio - disorientati e preoccupati di fronte a nuove e difficili scelte a tutela di se stessi, della propria famiglia o della propria attività".

La nuova campagna pubblicitaria, ambientata in uno scenario fantarcheologico che richiama l'atmosfera dei film di "Indiana Jones", sarà composta da quattro video dedicati rispettivamente alla protezione in auto, in casa, sul lavoro e per le cose più preziose della vita, come i bambini e il futuro, ma anche la tutela del proprio patrimonio e il risparmio.

I soggetti andranno in onda su tutte le principali emittenti nazionali e al cinema con la regia del finlandese Vesa Manninen, l'attore britannico Tim Downies nei panni dell'esploratore e il madrileno Humberto Orozco in quelli dell'agente. Ancora, la pubblicità sarà presente sulle principali testate quotidiane nazionali, sui periodici e le pubblicazioni di settore, e attraverso maxi affissioni nelle principali città italiane. Costante sarà la presenza sul web con 32 video "how to", concorsi e web advertising e viralità sui social media. Infine è prevista la partecipazione a particolari eventi territoriali attraverso sponsorizzazioni e attività di co-marketing.

D.P.

NEWS

Epap, gestione finanziaria positiva

Nel 2011 aumento degli iscritti, avanzo di 2,25 milioni di euro e capacità di implementazione di nuovi servizi

Aumentano i contribuenti, la gestione finanziaria è positiva e l'avanzo ammonta a 2,25 milioni di euro. Il 2011 di **Epap**, ente previdenziale e assistenziale a cui afferiscono diverse categorie di lavoratori - attuari, chimici, dottori agronomi e forestali e geologi - può essere archiviato come decisamente positivo, con un **patrimonio netto di 11,48 milioni**. I flussi contributivi si attestano sui 56,12 milioni contro 3,79 milioni di prestazioni previdenziali e assistenziali, di cui soltanto 2,3 milioni per pensioni.

Il dato relativo alla contribuzione media, lievemente in calo, è compensato dall'incremento del numero dei contribuenti, grazie a 833 nuovi ingressi registrati lo scorso anno, che hanno portato il numero degli iscritti a 26.875 professionisti. Tra questi i pensionati sono solo 1.213, confermando il trend che vede l'Epap come uno degli enti di previdenza in assoluto più giovane con il 60% circa di iscritti con età inferiore ai 45 anni.

Proprio la prospettiva di proseguire ancora per molti anni nella fase di accumulo di risorse finanziarie, con spese per prestazioni non ingenti, sta consentendo a Epap di effettuare scelte strategiche per i propri iscritti. In particolare, l'ente sta puntando molto sui servizi, con l'offerta gratuita di attivazione di una casella di posta elettronica certificata (Pec) e con l'ampliamento della possibilità di accesso a prestiti agevolati. Sul fronte dell'assistenza, invece, oltre all'assistenza gratuita alle grandi malattie e la "paternità", ha adottato un piano copertura long term care che, a partire da quest'anno, garantirà un sostegno economico agli iscritti non più autosufficienti a causa di malattie o infortuni.

A queste novità si affiancano i progetti di welfare ormai consolidati riguardanti servizi integrativi alla professione, mutui e prestiti a tassi agevolati, consulenza per la gestione delle relazioni con le banche, e una serie composta di altre iniziative di assistenza, anche familiare.

L'incremento delle attività non ha però inciso sui costi di gestione, che si mantengono sostanzialmente stabili anche grazie all'attenzione degli amministratori nella gestione delle risorse disponibili. A fine 2011 la gestione finanziaria, a valori di mercato, ammontava a 521 milioni, con un rendimento a valori di mercato, al netto degli oneri finanziari, pari allo 0,88% e con il benchmark di riferimento superato del 2,22%.

D.P.



MANAGEMENT

Nascita e gestione delle idee vincenti



Franco Caraffa disse: “Se io ho una mela e tu hai una mela, e ci incontriamo, scambiandocene entrambi torniamo a casa sempre con una mela; se invece io ho un’idea e tu hai un’idea e ce le scambiamo, entrambi torniamo a casa arricchiti”. Questo è sicuramente uno stimolo a chiedersi: come nascono le idee?

Il momento della produzione dell’idea è brevissimo: un soffio. Le idee si generano in modo del tutto casuale.

Per essere creativi nella soluzione di un problema bisogna permettere all’emisfero destro di partorire tutte le idee e le associazioni di cui è capace e di consentire all’emisfero sinistro d’intervenire con il suo giudizio solo dopo che l’emisfero destro abbia esaurito tutte le proprie risorse. Un ruolo importante lo ricopre anche la dopamina, che controlla il flusso di informazioni provenienti da altre aree del cervello. Disturbi della dopamina in questa regione del cervello possono causare un calo delle funzioni di problem-solving.

Bella spiegazione vero? Però totalmente inutile, perché a mio avviso è molto più importante, come in tutte le cose, capire il fenomeno “ho una idea” osservando la vita di tutti i giorni.

Le più grandi idee nascono in realtà dalla necessità di risolvere un problema che costa fatica o da un pensiero fulmineo che si genera per sollecitazioni esterne e totalmente indipendenti dall’idea stessa. Senza tornare all’esempio della “ruota”, mi concentrerei sul fatto che quando un’azienda ha la necessità di risolvere un problema mette in una stanza persone non coinvolte con il problema stesso, di settori differenti, magari utilizzatori della soluzione e, attraverso la tecnica del brain-storming, una volta arrivati alla settantesima idea, avranno la soluzione vincente servita su di un piatto d’argento. A questi poveri disgraziati, travolti dalla “tempesta di cervelli”, l’idea arriva come una liberazione. Ci sarà poi chi, ladro di idee, farà una montagna di soldi appropriandosene. Difficilmente chi ha l’idea vincente farà molti soldi. Anzi, nella maggior parte dei casi, esausto dal “parto”, lascerà che qualcun altro, per pochi euro compri l’idea arricchendosi.

La morale quindi è: nella malaugurata ipotesi che vi venisse un’idea, non parlatene con nessuno, brevettatela e realizzatela anche se vi sembra una idea stupida. Sulle idee demenziali si sono costruiti patrimoni inestimabili.

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

EVENTI

Leadership Forum sulla consulenza creditizia

Tavole rotonde, workshop e formazione per confrontarsi e aprire nuove opportunità di business

Il prossimo **26 giugno** si terrà a Roma - presso l’Hotel Cavalieri - *Generation Next*, la quarta edizione del **Leadership Forum**, il think tank della consulenza creditizia che dal 2008 riunisce i player del settore per ragionare, e in prospettiva sviluppare, un mercato più attento e qualificato e strategie di business più responsabili. Anche quest’anno l’evento, organizzato da **Marcella Frati Communications**, sarà caratterizzato dai fattori che ne hanno determinato il successo: tavole rotonde, workshop, company event, campus formativi e networking dove consulenti creditizi, agenti d’assicurazione, agenti immobiliari e promotori finanziari potranno confrontarsi, tra di loro e con le aziende, sull’evoluzione del mercato dei servizi finanziari in Italia.

Nel corso della mattina si affronteranno i temi della nuova regolamentazione, si approfondirà la nuova figura professionale del consulente creditizio e si analizzerà l’impatto sulla operatività per le reti di consulenza creditizia. Il pomeriggio sarà incentrato sul business, con focus sui nuovi modelli operativi e sui principali trend che orientano oggi l’ambito mutui, prestiti e cessione del quinto.

Infine, sarà possibile accedere alla sessione di formazione “LF Campus” - parte del progetto *LF professional education* - in cui un esperto fornirà consigli pratici per la prova valutativa dei collaboratori e la preparazione dell’esame di qualifica professionale.

La partecipazione è gratuita, previa iscrizione sul sito internet www.leadershipforum.it.

D.P.

