

EDITORIALE

## La svolta di Generali

Il consiglio di amministrazione ha espresso a Giovanni Perissinotto il forte ringraziamento per l'attività svolta in oltre 30 anni nell'interesse della società e del Gruppo. Si chiude con queste due righe, contenute in una nota stampa, un'era per il settore assicurativo italiano. Un'epoca che ha sempre visto alla guida del Gruppo Generali manager scelti all'interno del gruppo stesso, capaci di contribuire con rigore a quei valori di tradizione, immagine di solidità, sviluppo e presenza internazionale. Un dato di fatto che il Gruppo Agenti Generali ha tenuto a sottolineare, manifestando vicinanza per l'amministratore delegato uscente e non dimenticando i tanti anni di confronto con la compagnia sulle più delicate tematiche che coinvolgono la categoria.

La grande figura chiamata oggi a gestire questo cambiamento è un manager d'eccellenza, Mario Greco, per anni alla guida di una compagnia del calibro di Ras, confluita poi sotto il marchio Allianz. Comprensibile l'apprensione del mercato che, come accade in occasione di rari cambiamenti di questa portata, si interroga sulle future strategie: la linea della continuità, oggi del tutto improbabile, lascerà evidentemente spazio ad azioni incisive che coinvolgeranno tutte le compagnie e i canali distributivi del gruppo. Con obiettivi che andranno però condivisi a livello trasversale affinché il Gruppo Generali possa sempre spiccare come uno dei migliori fiori all'occhiello dell'economia del nostro Paese.

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

COMPAGNIE

## Rivoluzione a Trieste, arriva Mario Greco

Tutto in tre giorni. Il Leone ringrazia Perissinotto per il lavoro svolto e chiama il top manager di Zurich. Passa la mozione di Mediobanca e dei soci forti. Della Valle si dimette dal cda

Governance - organi sociali - Group ceo **Giovanni Perissinotto** da Conselice, Ravenna. Il sito internet di **Generali** non ha ancora cambiato una cosa che fino a metà della scorsa settimana sembrava immutabile. O forse no. Perché già alla fine di aprile, in occasione dell'assemblea degli azionisti, Leonardo Del Vecchio, patron di Luxottica, forte di un 3% in Generali, aveva tuonato contro Perissinotto: il titolo è deludente, il ceo fa il finanziere e non l'assicuratore, il ceo dovrebbe andarsene. All'epoca sembrava un falco solitario: oggi sappiamo che era l'avanguardia dei soci scontenti. Quelli che sabato hanno voltato le spalle a Perissinotto, il manager che in dieci anni di reggenza e in trent'anni di *cursus honorum*, ha diversificato più di tutti gli investimenti del Leone e ha conquistato fette di mercato a est e ovest, ampliando la ragnatela del gruppo.

Tutto in tre giorni, quindi, e in dieci voti contro. A partire dall'azionista di maggioranza relativa, **Mediobanca**, con il suo 13,4%, che ha proposto la mozione di sfiducia; poi Francesco Gaetano Caltagirone e Lorenzo Pelliccioli della De Agostini. Con Perissinotto si sono schierati Diego Della Valle e ovviamente il finanziere **Petr Kellner** (croce e delizia dell'ex ceo), pronto a esercitare nel 2014 l'opzione put da 2,5 miliardi di euro, che potrebbe offuscare non poco gli orizzonti di Generali e i ritorni dei suoi azionisti. Il patron di Tod's, intercettato al termine del consiglio, aveva spiegato che "questa è la democrazia", ma che licenziare Perissinotto è stato un errore grave.

Tanto grave da meritare le dimissioni dello stesso Della Valle, che, ha detto, farà pervenire oggi sul tavolo del presidente Gabriele Galateri di Genola, attuale delegato dei poteri di Group ceo e dg.

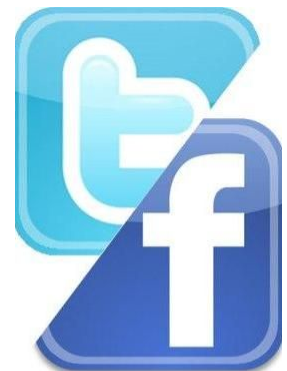
Oggi inizia l'era di **Mario Greco**. Un comunicato di Zurich, di cui era ceo del settore General Insurance, l'ha salutato in mattinata: "Ringrazio Mario per tutto quello che ha fatto per Zurich, ha svolto un eccellente lavoro", ha detto Martin Senn, capo del colosso assicurativo svizzero. Il top manager designato dai soci del Leone ha un curriculum noto e lunghissimo, e nessuno si sogna nemmeno lontanamente di mettere in discussione la competenza del nuovo numero uno della compagnia triestina. Greco ha 52 anni, sette in meno del predecessore, arriva a Trieste da Zurich dove è approdato nell'ottobre 2007. E' un McKinsey boy, scuola di metà dei manager dell'attuale capitalismo mondiale, un milanista di Napoli e un appassionato di lettura e bici. Tra il '95 e 2005, anni in cui l'attuale sistema finanziario mondiale si formava per come lo conosciamo, ha lavorato in Ras e in Eurizon. Ora la sfida più grande: riportare le Generali a livello delle altre grandi europee Axa, Allianz e la stessa Zurich. Con un piccolo particolare: il Leone è un'azienda italiana di sistema, e per questo ha oltre 50 miliardi di titoli di Stato italiani. Il che vuol dire rendimenti alti, ma alto rischio. Poi ci sono le partecipazioni (già svalutate) in Telco, la holding di controllo di **Telecom**, e quella in **Rcs** (3,9%), che lo stesso Perissinotto, all'assemblea di aprile, aveva detto di voler dismettere. Non ne ha avuto il tempo.



Giovanni Perissinotto



Mario Greco



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



NORMATIVA

## Il punto sulle novità in materia di privacy

### Il decreto Salva Italia e quello Semplificazioni toccano anche le norme sulla privacy

Le recenti novità legislative che hanno interessato il nostro Paese negli ultimi mesi hanno coinvolto anche il delicato settore della tutela dei dati personali ed in particolare il Testo Unico sulla privacy (D.lgs. 196/2003).

In particolare, le novità in parola sono contenute e nell'ambito del c.d. decreto Salva Italia e nel c.d. decreto Semplificazioni.

Il recente D.L. 201/2011, convertito dalla legge 214/2011 (c.d. Decreto Salva Italia) proseguendo l'opera del legislatore volta a semplificare gli adempimenti connessi al Testo Unico, ha sostanzialmente limitato la disciplina sulla privacy al trattamento dei dati delle persone fisiche, escludendo quelli relativi a persone giuridiche, enti ed associazioni. L'art. 40 del decreto, rubricato "Riduzione degli adempimenti amministrativi per le imprese", contiene, infatti, una serie di disposizioni per la riduzione degli oneri in materia di privacy.

L'art. 4, c.1, lett. b) del D.lgs. 196/2003 riformato definisce ora "dato personale" "qualunque informazione relativa a persona fisica identificata o identificabile anche indirettamente mediante riferimento a qualsiasi altra informazione ivi compreso un numero di identificazione personale".

Anche la definizione di "interessato", di cui all'art. 4, c.1, lett. b) del D.lgs. n. 196/2003 è stata conseguentemente modificata; per interessato s'intende ora "la persona fisica, cui si riferiscono i dati personali".

Il D.L. 5/2012 ("Disposizioni urgenti in materia di semplificazione e sviluppo"), convertito con modificazioni dalla L. 4 aprile 2012, n. 35 ha da ultimo previsto l'abolizione dell'obbligo di predisporre e aggiornare annualmente il documento programmatico sulla sicurezza (DPS), fermo restando che i soggetti che comunque trattano dati personali sono in ogni caso tenuti, nello svolgimento di detta attività, a rispettare le misure di sicurezza fisiche e logiche (tecniche, informatiche, organizzative, logistiche e procedurali previste dal Testo Unico sulla privacy).

*Avv. Andrea Maura  
andreamaura@yahoo.it*

NEWS

## Assicurazione gratuita sui collegamenti con scalo a Malpensa

La partnership tra ViaMilano e Axa Assistance garantisce il rimborso del biglietto e le spese di prima necessità in caso di ritardo o cancellazione del primo volo

ViaMilano è un servizio gratuito che permette di raggiungere attraverso lo scalo di Malpensa, centinaia di destinazioni nazionali, internazionali e intercontinentali combinando tratte di compagnie diverse (sia tradizionali che low cost) ottimizzando tempi di attesa in aeroporto e fornendo una serie di vantaggi durante lo scalo. Da oggi a questa offerta si aggiunge un ulteriore step: una nuova polizza gratuita, in collaborazione con **Axa Assistance**, che garantisce i passeggeri che transitano da Malpensa. Grazie a questa particolare copertura, i viaggiatori ViaMilano, in caso di ritardo o cancellazione del primo volo che implichi l'impossibilità di prosecuzione sul secondo, avranno diritto al rimborso delle spese per l'acquisto di un nuovo biglietto. Questa ulteriore opportunità va ascritta al significativo sviluppo dell'iniziativa di virtual hubbing, denominata ViaMilano, che, ha sottolineato il ceo di Sea, **Giulio De Metrio**, "con 70.000 passeggeri in transito negli ultimi mesi e la sempre maggiore diffusione attraverso le agenzie di viaggio sembrano promettere il raggiungimento nel breve periodo di traguardi interessanti".

Per sottoscrivere la polizza è sufficiente registrarsi prima di partire sul sito [www.flyviamilano.eu](http://www.flyviamilano.eu), inserendo i propri dati anagrafici e le informazioni relative al proprio itinerario di viaggio. In caso di mancata connessione, Axa Assistance rimborsa ai clienti ViaMilano non solo l'acquisto di un nuovo biglietto, ma anche le spese di ristorazione, hotel, taxi e di prima necessità, entro i massimali previsti dalla polizza.

Per usufruire della copertura assicurativa, è necessario essere titolari di due biglietti di compagnie aeree differenti con scalo a Malpensa il cui tempo minimo di collegamento tra il volo in arrivo in aeroporto e quello in prosecuzione sia di almeno 90 minuti nel caso in cui i voli operino sullo stesso terminal e di 100 minuti nel caso in cui operino su terminal differenti.

"Per Axa Assistance questo accordo oltre ad essere strategico rappresenta l'inizio di un sodalizio produttivo su tematiche riguardanti il travel" ha commentato **Stephane Coulot**, direttore commerciale di Axa Assistance, confermando inoltre la volontà della compagnia di accreditarsi sul mercato come leader nel settore viaggi e nella protezione del viaggiatore a tutto tondo.

D.P.



PRODOTTI

## Vacanze fai da te? Sì, ma con la polizza giusta

Oltre alle garanzie tradizionali, dalle spese mediche alla perdita del bagaglio, molte compagnie offrono soluzioni diversificate per viaggi studio o di lavoro, per settimane bianche o week-end romantici

Crisi permettendo, le meritate vacanze estive sono alle porte. E con esse tornano in auge i dilemmi più ambiziosi: mare o montagna? Città d'arte o natura incontaminata? Le bellezze manifeste del Bel paese o i tesori nascosti dall'altra parte del mondo? Che la vostra scelta ricada su un viaggio organizzato o sull'avventura in totale solitudine, sulla vacanza eco-friendly o solo eco-nomica, l'importante è potersela godere in totale serenità. Per questo sempre più viaggiatori decidono di proteggersi ancor prima di partire con un'adeguata copertura assicurativa oppure di integrare quella già prevista da tutti i tour operator.

Il mercato delle polizze viaggio ormai è molto ampio e diversificato e si è andato espandendo negli ultimi anni nell'ottica di intercettare in modo sempre più attento e personalizzato le istanze di tutte le tipologie di utenti. I globe-trotter nostrani possono dunque scegliere tra una vasta gamma di prodotti adattabili alle esigenze del viaggio che di volta in volta si trovano ad affrontare e al budget a disposizione. Sia che si tratti di una trasferta di lavoro che di una vacanza in famiglia infatti le polizze consentono di tutelarsi da imprevisti frequenti o remoti che però quando capitano rischiano di compromettere la serenità dei viaggiatori. Generalmente le coperture previste dalla maggior parte delle polizze in commercio includono alcune garanzie base, come l'assistenza sanitaria, la perdita del bagaglio, gli involontari danni arrecati a terzi e le penali per l'annullamento del viaggio, poi ogni compagnia studia pacchetti diversificati rispetto alla tipologia di vacanza.

### Ad ogni viaggio la sua copertura

Vediamo qualche esempio concreto. Molti player assicurativi prevedono polizze speciali per particolari categorie di viaggiatori come i ragazzi in vacanza studio, per proteggerli mentre sono lontani da casa troviamo: *Giovani e Studenti* di **Erv**, *Mondial Study* di **Mondial Assistance**, *Docet* di **Axa Assistance**.

Oppure per gli amanti degli sport invernali, **Erv** ha lanciato *SciSicuro* che assicura, oltre che in caso di infortuni, assistenza ed responsabilità civile, anche attraverso il rimborso degli skipass e delle lezioni di sci non utilizzate. Ancora in ambito sportivo, **Chartis** propone *Travel Guard* con opzioni specifiche per chi pratica sport invernali e golf. E se ormai molte compagnie studiano polizze ad hoc per business man in viaggio d'affari, **Chartis** prevede anche coperture aggiuntive in caso di smarrimento, danni o furto di beni appartenenti al datore di lavoro e necessari al corretto svolgimento del viaggio.

**Europ Assistance** consente di personalizzare al massimo le garanzie e di calcolare la propria tariffa assicurativa sulla base ad esempio della durata della vacanza, dell'età degli assicurati e della destinazione con sconti per gli under 30, i gruppi di amici e le famiglie numerose (con la copertura gratuita per i bambini di età inferiore a due anni). Inoltre **Europ Assistance** offre ulteriori coperture specifiche come *On the road* che integra la polizza con l'assistenza stradale per auto e camper; e *Bagaglio Top* per tutelare il trasporto di apparecchi elettronici, passeggini o attrezzatura sportiva. **Mondial Assistance**, oltre alle coperture tradizionali per il business e le spese sanitarie propone una formula dedicata ai brevi soggiorni in Europa (*Euro city week-end*) con la copertura di spese mediche, bagaglio e ritardo aereo. *(continua a p.4)*



*(continua da p.3)* Axa Assistance invece ha studiato un'esclusiva per le agenzie viaggi ovvero la possibilità di ottenere la copertura annullamento anche senza doverlo motivare con giustificazioni specifiche. Inoltre ha modificato le caratteristiche della sua copertura medica innalzando i massimali e togliendo le limitazioni ai giorni di ospedalizzazione anche per gli Stati Uniti.

*Inviaggio Reale* di **Reale Mutua** ha studiato una formula apposita per chi partecipa a un viaggio con più di dieci persone che include assistenza e spese mediche, perdita dei bagagli e rimborso delle caparre in caso di annullamento del viaggio.

Alcune compagnie hanno poi sviluppato particolari agevolazioni di natura economica, come **Generali** che ai possessori di Genertel Visa consente di pagare la polizza anche in dieci rate mensili e applica la formula "soddisfatto o rimborsati" richiedibile al netto delle spese.

Infine c'è chi ha scelto di distinguersi partecipando a iniziative di solidarietà. **Filo Diretto** propone per l'estate 2012 le vacanze solidali di Humana People to people Italia: 15 giorni in Mozambico a stretto contatto con la realtà locale e con la garanzia di *Amieasy Salute più* attraverso la quale Filo Diretto finanzia la Vocational School di Nacala in Mozambico (27,22 euro per ogni polizza venduta).

### Confronta i preventivi on line

Questo per quanto riguarda l'offerta, ma i costi? Vi è almeno altrettanta variabilità in quanto dipendono in massima parte da fattori direttamente e unicamente correlati al tipo di vacanza e alle caratteristiche del viaggiatore. Per questo la maggior parte delle compagnie dà la possibilità di ottenere un preventivo on line semplicemente compilando un questionario con i dati di viaggio, la destinazione, il periodo, il numero e l'età dei partecipanti. Poi ogni utente può selezionare le coperture più rispondenti alle sue esigenze e scegliere i massimali di cui vuole dotarsi. Per quanto riguarda la sottoscrizione del preventivo, alcuni gruppi richiedono all'inizio del formulario di inserire i dati personali, altri solo a compilazione avvenuta, altri ancora offrono il servizio solo previa registrazione al sito. Chi non ama il "fai da te" e preferisci recarsi in agenzia viaggi può verificare se quest'ultima ha attivato partnership particolari con qualche compagnia assicurativa e magari usufruire di uno sconto.

*Diana Pastarini*

## MARKETING & VENDITE

### Quando il consulente è di successo



**Peter Drucker** sosteneva: "Scopo del marketing è rendere la vendita superflua".

Chi fa della consulenza il proprio mezzo di sostentamento è in grado di capire quanto sia efficace il marketing attraverso:

- fatturato raggiunto nel corso dell'anno;
- numero di clienti con cui è riuscito ad avere un colloquio;
- collaborazioni con aziende e clienti che si rinnovano nel tempo.

Le aziende scelgono i collaboratori (e quindi anche i consulenti) sostanzialmente sulla base del passaparola positivo di propri colleghi, di referenze attive, di partecipazione, quali auditori, a seminari o corsi, in modo da poter apprezzare le capacità di un possibile collaboratore in relazione a quello che racconta e dice.

Appare evidente che l'acquisizione di un consulente è basata su di una scelta di fiducia, e quindi quando un cliente ottiene buone referenze da un suo collega avviene un trasferimento di fiducia dal primo al secondo.

Sempre di Peter Drucker è la celebre citazione: "In un servizio o in un prodotto la qualità non è ciò che ci mettete dentro ma ciò che il cliente ne ricava"

Verissimo. Quanto da lui sostenuto ci viene in aiuto per capire come un consulente deve affrontare il proprio incarico. A poco servono giustificazioni del tipo "ho fatto il possibile, il mio prodotto è di qualità", se il cliente non ne ricava nulla, il consulente avrà fatto un pessimo lavoro.

Concluderei con una terza citazione dell'economista e saggista austriaco naturalizzato statunitense: "La cosa più importante nella comunicazione è ascoltare ciò che non viene detto".

Che meraviglia, dietro questa affermazione esiste tutta l'essenza della comunicazione. L'ascolto è proprio questo: capire quello che dietro una comunicazione è il reale messaggio che il cliente ci vuole trasmettere.

In sintesi, quindi, il buon consulente deve capire quanto sia efficace il proprio marketing, badare al risultato (percepito dal cliente) e non certamente all'impegno o alla professionalità che mette in quello che fa, e, infine, saper ascoltare i reali bisogni del proprio committente. Solo così potrà essere un consulente di successo e quindi fare di questa bellissima professione un mezzo di sostentamento.

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