



EDITORIALE

Legge sui doppi incarichi: l'Europa ci seguirà?

Rafforzare, da parte del Governo Monti, la norma che vieta la duplicazione degli incarichi in società concorrenti nelle banche, nelle assicurazioni e nella finanza è stata un'operazione che il Financial Times ha definito coraggiosa.

Il tentativo di eliminare gli incroci azionari, che potevano tradursi in veri e propri "conflitti di interesse" a danno della stabilità finanziaria del nostro Paese, deve essere apparso come un'impresa, sostenuta sorprendentemente da Banca d'Italia, Consob e Isvap. Un'impresa che, fino all'ultimo istante, poteva essere soggetta a iniziative di indebolimento, o a tentativi di trasformare la "buona intenzione" in un "nulla di fatto". Ma, almeno questa volta, non è stato così. Entro la scadenza fissata del 26, infatti, sono state realizzate dal settore assicurativo le opportune uscite, modifiche e rinunce alle cariche sottoposte al "rischio di intrecci". Il duplice obiettivo alla base di questa legge è chiaro: tutelare la concorrenza e incentivare l'ingresso di investitori stranieri. Tanto che, secondo il Financial Times, persino Francia e Germania potrebbero essere stimolate ad applicare regolamentazioni più stringenti, a beneficio di uno spirito riformista di cui si sentiva il bisogno.

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

COMPAGNIE

La tutela in tempi di crisi

Avvicinare la protezione assicurativa alle grandi masse, rispondendo al bisogno di maggiore tutela da parte degli italiani. E' questo uno dei principali obiettivi del settore assicurativo, che, secondo Maria Bianca Farina, a.d. di Poste Vita e Poste Assicura, deve partire dai bisogni essenziali del cliente per proporre prodotti semplici ed economici

In un momento di crisi si acuisce da parte delle famiglie la necessità di provvedere a strumenti di tutela che integrino un sostegno di carattere pubblico, sempre più inadeguato e insufficiente. Poste Italiane, grazie all'attività di **Poste Vita** e **Poste Assicura**, fa della vicinanza al cittadino uno dei suoi asset principali e sicuramente un punto di vista privilegiato sugli orientamenti del mercato e sulle esigenze dei cittadini. **Bianca Maria Farina**, amministratore delegato di Poste Vita e Poste Assicura, ci illustra le prospettive del ramo previdenziale ed i prossimi programmi della compagnia.

La crisi economica ha modificato il bisogno di protezione degli italiani? Se sì, in che direzione?

Lo ha modificato senz'altro, nel senso che lo ha acuito. La crisi si è fatta sentire soprattutto come minore capacità delle famiglie di risparmiare e quindi ha portato maggiore incertezza e maggiore difficoltà di rispondere agli eventi avversi.

In più, lo Stato deve necessariamente risolvere la questione del debito pubblico e sarà costretto a diminuire la copertura sanitaria. Tutti questi fattori rendono ancora più urgenti le esigenze di sicurezza degli italiani, generando un più forte il bisogno di tutela.

Parliamo di ambiti più precisi, ad esempio la casa di proprietà: in molti casi gli italiani non hanno la copertura per l'abitazione e neppure comprendono il rischio a cui possono essere soggetti per questo...

E' vero. Gli italiani sono, con gli spagnoli, tra i maggiori proprietari di case in Europa: il 74% delle famiglie detiene una casa di proprietà, ma solo il 38% di queste ha una copertura assicurativa, quasi sempre sottoscritta per obbligo imposto da parte dell'ente mutuante. *(continua a p. 2)*



Bianca Maria Farina, ad di Poste Vita e Posta Assicura

NEWS DA WWW.INSURANCETRADE.IT

L'Isvap definisce i contenuti minimi delle polizze vita connesse ai mutui

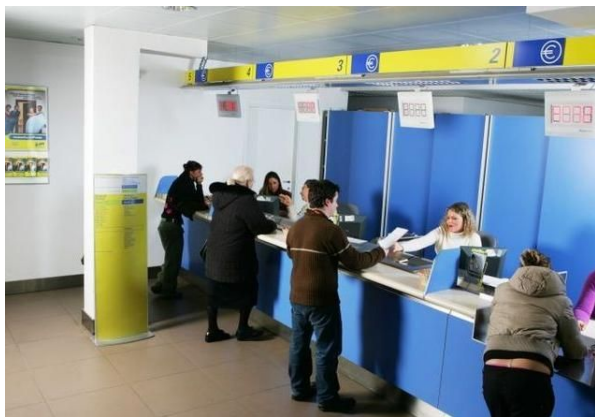
L'Istituto di vigilanza ha emanato il regolamento attuativo del decreto liberalizzazioni che fissa i contenuti minimi del contratto di assicurazione sulla vita legato all'erogazione di un mutuo immobiliare o di un credito al consumo.

Il regolamento definisce l'offerta contrattuale di base ed è funzionale al confronto tra i diversi preventivi sottoposti al cliente dalla banca o dall'intermediario finanziario, che condiziona la stipula del prestito alla polizza. Per agevolare il raffronto è stato anche previsto un facsimile standardizzato. Infine, sul sito dell'Isvap sarà pubblicato l'elenco delle imprese di assicurazione e delle relative polizze commercializzate, con un link ai siti per il rilascio del preventivo.

Leggi il resto della notizia a questo link <http://bit.ly/J99iR7> su www.insurancetrade.it



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



(continua da p. 1) In Italia c'è la voglia del "fai da te" anche in questo ambito, per cui le famiglie ritengono di poter far fronte da sole ad eventi catastrofici che coinvolgono l'abitazione, mettendo a repentaglio il risparmio di una vita per casi a cui avrebbero potuto far fronte con piccole spese assicurative.

Ci sono altri ambiti in cui in genere gli italiani si sentono protetti, salvo scoprire poi che i rischi sono stati sottovalutati: mi riferisco soprattutto all'area della salute e della previdenza. Che ne pensa?

Sono d'accordo. Siamo di fronte ad un bisogno che crescerà inevitabilmente nel tempo, ne è un esempio il fatto che dal 2013, per la prima volta, il finanziamento al servizio sanitario nazionale sarà ridotto e si stima un introito di ticket di 120 euro a persona. La copertura dello Stato si farà più modesta e in ambito salute - soprattutto in previsione di una maggiore longevità - c'è la necessità di mettersi al riparo da eventi avversi. In questo contesto, tali eventi potrebbero portare alcune famiglie italiane a superare la soglia di povertà, quando basterebbero semplicemente poche centinaia di euro per stare più tranquilli.

In che modo gli assicuratori sono in grado di rispondere a queste esigenze? Secondo Lei, esistono coperture adeguate ad incontrare un maggiore bisogno di sicurezza?

C'è grande attenzione e consapevolezza da parte delle compagnie nel capire che sotto questo aspetto molto si deve ancora fare. A mio giudizio però siamo su modelli di offerta, distribuzione e servizio piuttosto tradizionali: dobbiamo avvicinare la protezione assicurativa alle grandi masse, a coloro che hanno più bisogno di essere tutelati. Noi cerchiamo di farlo andando ad individuare quali sono i bisogni essenziali, quelli con conseguenze più gravi, e a quelli vogliamo dare risposte semplici, trasparenti e a costi contenuti.

Questo rispecchia il modello di Poste Vita e Poste Assicura. In poco tempo state avendo buoni risultati e siete oggi tra le prime compagnie. Ci può sintetizzare le vostre leve competitive?

Una leva fondamentale è la rete di Poste Italiane, non solo per la capillarità sul territorio, ma anche perché si tratta di una rete che lavora con grande vicinanza al cliente. Questo aspetto conta molto, avere una rete che parla la stessa lingua del cliente, vive i suoi stessi problemi, e quindi sa capire i bisogni e dare le risposte adeguate. Altro grande asset di cui usufruiamo è il marchio Poste, un sinonimo di grande affidabilità. Inoltre stiamo oggi investendo sui nostri processi operativi per semplificarli, operare a costi ridotti e offrire prodotti a prezzi molto contenuti.

Siete percepiti come operatori minacciosi nel panorama competitivo italiano: tra gli aspetti critici che vi vengono attribuiti viene evidenziata la carenza di preparazione del personale dell'ufficio postale, in termini di consulenza e capacità di proposizione dell'offerta. Come risponde?

Nella maggior parte dei casi questa è una percezione sbagliata. Investiamo moltissimo nella formazione. Stiamo adottando un modello che vede il ruolo dell'ufficio soprattutto nel momento dell'acquisizione del contratto, mentre poi diamo al cliente strumenti che lo accompagnano nel corso della relazione contrattuale, come il Contact Center o i siti web che aggiornano sull'iter di un sinistro. Ma soprattutto è premiante la nostra grande attenzione verso il cliente, un modello unico in Italia: questa è la migliore delle garanzie.

Tutti si chiedono quali saranno i progetti di Poste Assicura nel mercato dell'auto: quali altri programmi per il futuro?

Sul tema auto non è stata presa alcuna decisione, non è un prodotto immediato. Invece stiamo lavorando in modo alacre e attento su temi che ci stanno molto a cuore, quelli della previdenza e della longevità. Facciamo business, ma siamo convinti di poter dare anche dell'alto valore sociale, e questa è la parte più affascinante del nostro lavoro. Con questo obiettivo stiamo perfezionando l'offerta previdenziale, allargandola e differenziandola, distinguendo l'offerta per gli anziani di oggi e per i giovani, che saranno gli anziani di domani.



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

Maria Moro



MERCATO

Verso nuovi modelli di distribuzione

Il Decreto sulle liberalizzazioni ha offerto un assist importante alle compagnie assicurative per ripensare i propri modelli distributivi. La Direttiva Europea sull'Intermediazione metterà ulteriore benzina nel motore di un processo che Medi ha definito di evoluzione, se non di rivoluzione. Ma la benzina spesso può essere causa di incendi e il legislatore italiano potrebbe essere indotto a cadere nella tentazione di stravolgere eccessivamente un modello, quello agenziale, consolidato ormai da tempo.

Per l'Osservatorio sulla distribuzione assicurativa in Europa Medi, esistono **tre concetti chiave** che il regolatore europeo dovrebbe tener presenti per aiutare gli Stati membri ad aprire il mercato a una maggiore concorrenza sul fronte della distribuzione: **semplicità, chiarezza, condivisione**.

Tre punti di partenza per facilitare il compito dei legislatori nazionali prima e delle compagnie poi. I dubbi ci sono già. Solo quelle realtà che riusciranno a cogliere per tempo le opportunità potranno passare i prossimi anni vivendo in positivo il cambiamento senza esserne travolte. Come ridisegnare i modelli distributivi, quindi? Quando? E soprattutto, perché?

Come. Il primo punto fermo è legato all'obiettivo da perseguire, che non dovrà essere solo una revisione del modello agenziale, seppur da molti auspicata. A rinnovarsi dovrà essere l'intero modello distributivo delle compagnie, senza distinzioni di canale. Questo sarà possibile solamente attraverso il superamento di alcuni ostacoli. Quali? In primis quelli che costringono gli intermediari a rimanere "impigliati" in maglie intricate: le sezioni del Rui. Solo così i veri professionisti della distribuzione avranno la possibilità di collaborare, di condividere expertise acquisite negli anni, e in alcuni casi di ridurre i costi di gestione. Inoltre avranno l'opportunità di godere a pieno del diritto alla libera prestazione di servizi garantito a livello europeo. Perché varcare i confini con una struttura solida e professionale alle spalle sarà più facile che farlo con forze ridotte.

Quando. La risposta appare scontata: il prima possibile. Occorre da subito anticipare i tempi. Il terreno su cui muoversi è instabile, perché l'imminente Direttiva Europea sull'Intermediazione potrebbe cambiare le carte in tavola. Ma prevenire è meglio che curare. Alcune compagnie stanno già lavorando a nuovi modelli di distribuzione e stanno cercando di capire come affrontare i nodi principali che verranno toccati dal legislatore europeo, in particolare quello legato alla remunerazione degli intermediari. Se il sistema tradizionale basato sulle commissioni verrà messo al bando, si dovranno gioco forza studiare nuovi piani per fidelizzare e incentivare la rete di agenti e broker.

Perché. Le ragioni per spiegare perché sia necessaria un'evoluzione coinvolgono tutti e tre soggetti attorno ai quali ruota l'industria assicurativa: compagnie, canali e consumatori. I vantaggi che potrebbero derivare da un ripensamento del modello distributivo si rifletterebbero sui tutti e tre i protagonisti della catena del valore. In particolare, gli intermediari diventerebbero il fulcro dell'attività, il nucleo su cui focalizzare la maggior parte delle attenzioni della compagnia. L'obiettivo ultimo non è solo dare alle reti più competenza e professionalità, attraverso progetti di formazione continua (come Medi si auspica), ma grazie a questi fattori portare anche risultati e crescita alle compagnie.

Bisogna muoversi in anticipo per non arrivare impreparati a un appuntamento importante. Spesso l'orizzonte delle compagnie di assicurazione - ma anche dei singoli individui - è legato al breve termine, e si dimentica che le tappe fondamentali di una lunga corsa devono essere preparate con la cura e l'attenzione a ogni minimo particolare. Il legislatore europeo darà sicuramente il tempo necessario per adeguarsi alla nuova normativa, ma per una volta sarebbe bello che l'Italia fosse il punto di riferimento, l'esempio positivo da seguire, la culla di nuovi modelli da esportare verso chi spesso si dimentica di quanto ingegno e solidità ci siano nella rete distributiva del nostro Paese. Anche perché le compagnie, dopo tutto, per vedere lontano, hanno e avranno sempre bisogno degli "occhiali" della distribuzione.

Matteo Cominelli, ricercatore Medi (Monitoring European Distribution of Insurance) e consulente Macros Consulting



PSICOLOGIA

Una ricetta contro la solitudine

*La solitudine fra noi
Questo silenzio dentro me
È l'inquietudine di vivere
La vita senza te*

Sono versi della canzone di Laura Pausini (1993) "La Solitudine". Una bellissima sintesi di cosa può essere per molte persone la solitudine. Ma pensandoci bene esiste solo una faccia negativa di questo stato d'animo? E' fondamentale, a mio avviso, capire quando la solitudine è realmente un handicap alla qualità della vita e quando invece siamo noi che non sappiamo gestirla, ingigantendone gli aspetti negativi senza fruire di quelli positivi.

Riprendo un aneddoto di Thea (trovato per caso su internet) che spiega molto bene cosa è realmente la solitudine.

"L'episodio mi è stato riferito da un amico scacchista ed è avvenuto in Veneto nel 1976 durante un torneo piuttosto importante: un maestro internazionale era seduto al tavolo di un caffè e stava analizzando la sua partita con la scacchierina portatile; improvvisamente una scossa di terremoto (quello che devastò il Friuli) seminò il panico nella piazzetta, provocando un fuggi fuggi generale. L'unico che non si spostò fu il nostro maestro che continuò nella sua analisi, vanamente richiamato dai suoi amici. Il suo amore per gli scacchi era tale che nemmeno un terremoto poteva distoglierlo.

È abbastanza evidente che il nostro scacchista, quando analizza, che sia solo o meno, che ci sia un terremoto o meno, poco importa. Quando noi abbiamo qualcosa da amare siamo già in compagnia di un amico."

Ecco che allora il concetto di solitudine assume un sapore diverso, si è soli quando non si ha nulla da amare, non serve una persona da amare basta una passione per far sì che non ci si senta più soli.

In un mio articolo di un paio di mesi fa ho scritto della **solitudine del sottoscrittore** (di polizze). La sua solitudine era data esclusivamente dal fatto che si trovava in ufficio a dover decidere di rischi e tassazioni senza poter in qualche modo "vedere" il rischio. Questo perché chi glielo sottoponeva non riusciva a renderlo partecipe delle sensazioni che il rischio gli stava trasmettendo (ordine, location, pulizia, mezzi di chiusura). La solitudine del sottoscrittore si sarebbe potuta trasformare in partecipazione solo, per esempio, attraverso l'invio di fotografie e di sensazioni e valutazioni che chi aveva visto il rischio aveva provato in quel momento. Ogni tanto, quindi, essere soli è la conseguenza di altri che danno per scontato qualcosa che di scontato non è.

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

APPUNTAMENTI

Pensioni e welfare: informazioni e risposte concrete

Dal 10 al 12 maggio la seconda edizione della Giornata nazionale della previdenza

Una tre giorni interamente dedicata a pensioni, salute, assistenza, welfare pubblico e privato. Macrotemi di particolare attualità affrontati nella seconda edizione della **Giornata nazionale della previdenza** attraverso convegni, conferenze, workshop, seminari e con la possibilità di visitare i numerosi stand di enti, fondi pensione e operatori finanziari.

L'evento, organizzato da **Itinerari Previdenziali** col supporto di Prometeia e Fondazione Collegio delle Università Milanesi, si terrà dal 10 al 12 maggio in tre location d'eccezione: Palazzo Mezzanotte, sede della Borsa Italiana; Palazzo Telecom, sempre in piazza Affari e Palazzo della Camera di Commercio in via Meravigli 9.

L'obiettivo è quello di avvicinare un pubblico sempre più vasto a temi spesso ancora percepiti come troppo tecnici; quindi il leit motiv dell'iniziativa sarà la concretezza. Negli stand i visitatori potranno accedere al proprio estratto conto previdenziale, fare proiezioni sulla futura pensione, trovare informazioni e risposte. Tutti gli incontri saranno gratuiti e trasmessi via streaming allo scopo di stimolare lo sviluppo di una cultura previdenziale il più possibile diffusa.

Tra le novità della seconda edizione: il **coinvolgimento dei giovani** grazie al concorso "Pensa sociale, progetta il futuro e comunicalo", per saperne di più su riscatto della laurea e previdenza; e un **focus dedicato alle donne**, "l'altra metà del welfare", spesso poco valorizzata e lasciata in secondo piano, avrà un ruolo di primaria importanza. Inoltre quest'anno per venire incontro alle esigenze delle famiglie è previsto uno spazio dedicato ai più piccoli dove i bambini potranno divertirsi attraverso momenti ludici differenziati per fasce d'età.

Ancora, la Gnp 2012 prevede anche una serie di eventi collaterali, tra i quali la mostra multimediale "Una nuova formula di welfare mix: un ritorno a Adriano Olivetti", che approfondisce il tema del welfare integrativo aziendale, ovvero quell'insieme di attività, beni e servizi che le aziende attuano in favore dei propri dipendenti. Allestita nel suggestivo scenario del Palazzo Giureconsulti, affacciato direttamente sulla cattedrale meneghina, l'esposizione parte dalla pionieristica esperienza dell'imprenditore di Ivrea che già negli anni '30 proponeva un modello industriale innovativo con al centro la persona e le sue necessità, per arrivare alle motivazioni che oggi, nonostante la crisi, spingono le imprese a investire sul proprio capitale umano.

Per consultare il programma dettagliato dell'evento e iscriversi ai convegni: **www.gnp2012.it**.

D.P.