



## EDITORIALE

### Luci e ombre nell'Rc professionale

L'obbligo di assicurazione obbligatoria per i professionisti, che scatterà dal prossimo agosto, rappresenta una grande opportunità per gli assicuratori. Che potranno modulare le proprie polizze in base alle diverse categorie professionali e offrirle a quanti, tra ingegneri, medici, architetti o geometri, non hanno finora scelto volontariamente di mettersi al riparo dai rischi specifici della propria professione. Sono infatti ancora molto numerosi i soggetti che necessitano di coperture assicurative adeguate e che potranno, a loro volta, usufruire almeno di un vantaggio derivante dall'introduzione della legge: la possibilità, cioè, di "esibire" al cliente la polizza come conferma di ulteriore professionalità. Per le compagnie, però, la novità non porta solo opportunità, perché l'Rc professionale richiede specializzazione, competenze specifiche e capacità di valutare il rischio che ci si porta in casa. Servono allora, innanzitutto, competenze tecniche e conoscenza dettagliata delle responsabilità a cui il singolo target è esposto. Senza dimenticare, naturalmente, di trasferire tali conoscenze all'intermediario, valorizzandone il ruolo sul territorio e verso il cliente.

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

## NORMATIVA

### Micropermanenti: alla ricerca di un nuovo equilibrio valutativo

I comma 3 ter e 3 quater dell'articolo 32 della legge N. 27 del 24.03.12 rappresentano un indubbio passo avanti della volontà del legislatore di contenere i risarcimenti delle micropermanenti e soprattutto di contrastare le speculazioni e le truffe particolarmente fiorenti nel settore della Rca.

In vero, nell'ultimo decennio molteplici sono state le leggi emanate di competenza assicurativa e le nuove norme danno maggior peso e rigore ad un settore di notevole rilevanza sociale interessando di fatto tutti i cittadini italiani che inevitabilmente nel corso della loro vita possono venire in contatto con il mondo assicurativo o da conduttori o da trasportati o da pedoni; ma a fronte della ricerca di una maggior uniformità ed equità non sempre il legislatore è riuscito nel suo intento.



Giovanni Cannavò, presidente Associazione Melchiorre Gioia

Esempio concreto ne sono le Tabelle di cui al DM del 2003 che già ponevano in maniera pressante l'obiettivo di ridurre i costi delle micro permanenti imponendo dei limiti ben precisi ai punteggi valutativi della percentuale delle microinvalidità e prevedendone anche la non indennizzabilità dove nei criteri applicativi delle suddette Tabelle si premette: "anche le lesioni da cui possono originare menomazioni previste dalla tabella, possono talora guarire senza postumi permanenti" lasciando alla valutazione medico legale il riconoscimento o meno della sussistenza di postumi.

#### AUMENTO DI SINISTRI E DI SPESE MEDICHE

Di fatto il sistema ha finito con il trovare un suo gattopardesco equilibrio dove a fronte di una riduzione della valutazione percentuale della menomazione, ad esempio nel caso della più frequente distorsione del rachide cervicale che è stata ricondotta ad un massimo del 2% rispetto alle precedenti, maggiori, valutazioni, si è assistito ad un progressivo e costante aumento del numero dei sinistri con lesione e ad un aumento esponenziale delle spese mediche, per presunte visite specialistiche e di tipo fisioterapico. (continua a p. 2)

NEWS DA WWW.INSURANCETRADE.IT

### Raccolta premi: nel 2011 decremento del 12,5%

Flessione del **12,5%** per la raccolta premi **2011** in Italia rispetto all'anno precedente. Le imprese di assicurazione nazionali e le rappresentanze estere operanti sul nostro territorio si sono fermate a **110,3 miliardi di euro**, a causa di una dinamica divergente del comparto vita, in forte calo, e di quello danni, in lieve miglioramento.

Lo rileva la statistica **Isvap** sui premi lordi contabilizzati a tutto il quarto trimestre 2011 che evidenzia in particolare, un decremento del 18% della raccolta nei rami vita, pari a 73,9 miliardi di euro, con una incidenza sul portafoglio globale vita e danni che si attesta al 67% rispetto al 71,5% del 2010.

Come detto invece, andamento opposto per la raccolta nei rami danni, che con 36,4 miliardi di euro, evidenzia un lieve aumento dell'1,4%, incrementando anche l'incidenza di queste polizze sul portafoglio globale che sale al 33%. Sul risultato danni incide soprattutto l'evoluzione della Rc auto, che ha registrato un +4,7%, attribuibile ai sensibili aumenti tariffari praticati dal mercato, raccogliendo premi per 17,8 miliardi di euro.



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



*(continua da p. 1)* Quest'ultimo aspetto, forse, meglio di altri focalizza il fenomeno speculativo che ha prosperato tra la sostanziale acquiescenza degli operatori e l'indifferenza generale diventando di riscontro comune in alcune aree geografiche voci di spesa per fisioterapie di centinaia ed anche migliaia di euro a fronte di modestissime lesioni che peraltro avevano il pregio, nonostante le costose cure, di non giungere a guarigione lasciando delle sequele, sì modeste, ma pur sempre permanenti consentendo la duplicazione risarcitoria in veste di danno biologico e di rimborso di spese cliniche e terapeutiche tanto costose quanto evidentemente inefficaci.

### **COSÌ SI CHIUDE UN'EPOCA**

Questa sintetica premessa alle linee operative vuol sottolineare che quell'equilibrio durato oltre dieci anni forse si è rotto o non è più in grado di stare in piedi e nessuno può illudersi che le recenti normative in materia altro non siano che un ulteriore quanto imbecille tentativo di cambiare ciò che in passato non si è stato in grado di innovare.

La gravissima crisi economica che investe tutte le classi sociali con riflessi devastanti sia sulla vita delle persone caratterizzata da una contrazione dei consumi ma non di rado anche dalla riduzione di salari e di onorari, dalla perdita del lavoro, dal disagio psichico fino al suicidio, sia sulle imprese che scontano la collaterale crisi del sistema creditizio, il peso della burocrazia, la scarsa competitività sui mercati globali, toglie le possibili illusioni che anche questa volta poco o nulla cambierà perché fatta la legge si troverà l'inganno.

Difficile pensare che un paese che sta cercando la via virtuosa per non restare tagliato fuori dalle nazioni più avanzate del mondo chiedendo duri sacrifici a tutti i suoi cittadini possa lasciare delle aree di immunità e di persistenza degli antichi vizi non intaccando la zona grigia della speculazione nel settore assicurativo dove prosperano fasce professionali tanto dequalificate quanto oggi velleitarie nella difesa di improponibili ed anacronistici privilegi.

La Legge 27/2012, nota come Decreto sulle Liberalizzazioni, adotta il duplice criterio di indicare ai noti comma dell'art. 32 da una parte la via comportamentale virtuosa, ovvero quella di attenersi a criteri di oggettività, sempre e comunque verificabili, che escano una volta per tutte dalla discrezionalità individuale del professionista, e dall'altra, all'art. 33, prospetta pesanti sanzioni per i non virtuosi esacerbando la pena per le frodi assicurative sostituendo la parola microinvalidità con la più ampia invalidità e portando la detenzione fino a 5 anni. Si chiude un'epoca? Crediamo di sì. Entrando nel merito della nostra materia forse è arrivato il momento dal punto di vista operativo per i medici legali fiduciari di compagnia dell'applicazione del dettato codicistico con il ricorso alla scrupolosa adozione della corretta metodologia medico legale. Questo si tradurrà nel non riconoscimento di postumi per tutte quelle lesioni non evidenziabili ictu oculi al momento della visita o comunque nel corso della malattia certificata o non evidenziate da esami strumentali dei quali il medico legale dovrà effettuare un attento vaglio di attendibilità e compatibilità.

### **IL RICONOSCIMENTO DI ATTEGGIAMENTI VIRTUOSI**

Per quanto riguarda l'inabilità temporanea è nostro avviso che i casi che presentano una sufficiente efficienza lesiva dell'urto ed una certificazione attendibile possano dar luogo al riconoscimento di inabilità temporanea nei modi finora applicati (consueto frazionamento con progressiva riduzione percentuale) ma pur sempre scientificamente motivata.

Anche il riconoscimento delle spese mediche dovrà sottostare ad un rigoroso accertamento nella fattispecie per le cure fisiche, certamente la voce più rilevante dal punto di vista economico, ovvero l'effettiva indicazione della terapia per la tipologia della lesione, la congruità della quantità delle cure, l'adeguatezza nei tempi dell'effettuazione, nonché l'idoneità dei soggetti e delle strutture eroganti.

Il successo della Legge con il raggiungimento degli obiettivi che si propone passa attraverso il comportamento virtuoso di tutti gli operatori del settore.

Non deve passare il principio che si sta chiedendo ai medici fiduciari di segare il ramo sul quale sono seduti da decenni ma il dettato che chi ben opera e ben si comporta non potrà che trarre vantaggio da una situazione destinata a virare gradualmente verso il riconoscimento dei comportamenti virtuosi e delle capacità professionali, perché il lavoro se eliminando le sacche speculative si ridurrà, si riqualificherà e renderà il comparto più competitivo sulla base delle effettive capacità e competenze.

In questa fase un ruolo fondamentale avranno le imprese di assicurazione che dovranno far passare ai propri fiduciari non un messaggio impositivo in nome del rispetto della Legge, ma un messaggio in positivo di volontà premiale per coloro che avranno un comportamento non ambiguo, ma saranno affidabili, preparati e pronti a cogliere le nuove sfide che non ci chiede il nostro parziale mondo economico di riferimento ma la crisi epocale di un sistema che sta voltando pagina indipendentemente dai nostri singoli comportamenti.



SOCIAL MEDIA

## La nave, l'equipaggio e la bussola

In ogni settore dell'economia moderna, da quello bancario a quello finanziario a quello assicurativo, giunge sempre il momento di trasformare le idee in azioni. Come riuscirci in un settore come quello delle assicurazioni 2.0, connesso allo sviluppo di nuove modalità di web marketing e di relazione con la clientela? L'Osservatorio sulla Distribuzione Assicurativa in Europa MEDI, attraverso la ricerca sui social media e le assicurazioni in Europa, ha cercato di analizzare lo scenario attuale della distribuzione 2.0, il punto di partenza di quello che sotto molti aspetti appare un percorso in alto mare, lungo e difficoltoso.

I protagonisti di questo viaggio sono tre: la nave, l'equipaggio e la bussola.

**La nave.** E' la compagnia. La struttura che mette a disposizione tutti i servizi, gli strumenti e le risorse per portare a termine la missione e raggiungere così il porto di destinazione. La compagnia, come la nave, deve essere solida e ben governata. Il rischio è quello di compiere azioni azzardate che conducono inevitabilmente a un drammatico naufragio. La storia, anche recente, ci insegna che spesso gli errori umani vanificano l'imponenza e la perfezione di un capolavoro dell'ingegneria. Lo stesso si può dire anche per i colossi del mercato assicurativo: occorre governarne la complessità e metterne a frutto le potenzialità, se si vogliono ottenere i risultati sperati.

**L'equipaggio.** E' la rete di distribuzione. Parliamo in particolare degli agenti, il canale tradizionale, gli uomini che fanno muovere la nave e che ottengono i risultati sul campo, giorno dopo giorno. Assieme a loro i collaboratori, i subagenti, i produttori diretti. Il tutto a formare quello che MEDI considera l'asset strategico per l'industria assicurativa: il reticolato distributivo attraverso il quale i valori e le offerte della compagnia entrano nelle case dei singoli consumatori.

**La bussola.** I consumatori, infine, rappresentano la bussola che gli agenti, insieme alla compagnia, devono utilizzare per orientare al meglio la propria strategia di navigazione.

Come l'equipaggio trova la via seguendo l'oscillazione dell'ago magnetico, così gli intermediari offriranno il loro miglior servizio se e solo se saranno capaci di ascoltare con attenzione le esigenze e i bisogni dei consumatori.

Quello dei social media è il terreno sul quale si svolge questo viaggio. La nuova frontiera di internet rappresenta il mare in cui le compagnie viaggiano, cercando l'una di sopravanzare l'altra, come in una appassionante regata. Il mare influenza le scelte delle varie imbarcazioni, con la sua imprevedibilità e le sue insidie.

Così fanno i social media. Le informazioni, i "like", i commenti scorrono veloci tra le correnti impetuose di questo mare; anzi, ne costituiscono proprio gli incessanti flussi e riflussi. E le compagnie, i canali e gli stessi consumatori spesso non sono abbastanza preparati per cavalcarne le onde, con successo, lontano da rischi inutili.

Emerge allora il ruolo chiave dei membri dell'equipaggio, degli intermediari, che devono rappresentare un punto di riferimento costante per i consumatori. I social media sono uno strumento utile per informarsi, e l'intermediario ha il fondamentale compito di supportare e informare i clienti al momento decisivo della scelta. Per ripensare al modello distributivo in chiave "social" quindi, secondo MEDI, non bisogna mai perdere di vista l'asset strategico dell'industria assicurativa: la distribuzione.

Gli obiettivi e le strategie delle compagnie, da definire per tempo e con la predisposizione di adeguati investimenti, devono ruotare attorno al meccanismo distributivo, che nella triade delle tre C (canale - compagnia - consumatori) occuperà un ruolo "sovrano", di primo piano. Perché come una nave senza equipaggio non può prendere il largo e scoprire nuove terre e nuovi porti, così una compagnia senza un'adeguata strategia distributiva rimane sguarnita di fronte alle sfide competitive del futuro. Solo così il mare - nelle parole di Cristoforo Colombo - "concederà a ogni uomo nuove speranze, come il sonno porta i sogni".

*Matteo Cominelli, ricercatore Medi (monitoring European distribution of insurance) e consulente Macros Consulting*





## TECNOLOGIE

### La polizza si acquista ovunque con lo smartphone

**Nuovo sito Quixa mobile, per chiedere un preventivo e pagare l'assicurazione direttamente dal proprio cellulare**



Italiani pazzi per l'e-commerce: nel 2011 gli acquisti on line hanno registrato una crescita del 20%, e tra i servizi più venduti sul web figurano proprio le assicurazioni, che rappresentano circa il 9% commercio virtuale. Ancora più sorprendenti sono i dati relativi al settore del mobile commerce che lo scorso anno ha fatto registrare una crescita record del 210% per un valore di 81 milioni di euro.

Per venire incontro alle evoluzioni del settore e rispondere tempestivamente alle esigenze dei consumatori, la compagnia assicurativa online **Quixa** - che già oggi registra il 5% degli accessi al proprio portale da dispositivi mobili - ha lanciato il sito mobile m.quixa.it. Si tratta del primo m-site che offre la possibilità di richiedere un preventivo e procedere direttamente all'acquisto della polizza attraverso il proprio smartphone. Il sito è ottimizzato per l'accesso da dispositivi mobili iPhone e Android.

“Il futuro dell'e-commerce, e della vendita di servizi in generale, è nel mobile” con queste parole **Filippo Sirotti**, direttore generale di Quixa ha commentato l'apertura di questo nuovo servizio da parte della compagnia ricordando come questo canale stia acquistando un peso sempre più rilevante “perché consente ai consumatori di soddisfare le proprie esigenze in tempo reale, con facilità ed estrema libertà”.

Appositamente pensato per essere fruito in mobilità, il sito m.quixa.it ha una grafica semplice e una struttura chiara e intuitiva. Per ottenere un preventivo basterà rispondere ad alcune domande essenziali e completare l'operazione in pochi, rapidi passaggi. Per assicurare la massima facilità di utilizzo, in ogni schermata verrà richiesta al cliente una sola informazione, mentre la presenza di scroll, menu a tendina e voci prelezionate consentirà di rendere più rapide le scelte.

Una volta ottenuto il preventivo, l'utente potrà procedere immediatamente all'acquisto, con la garanzia che l'operazione sarà effettuata in completa sicurezza attraverso gli usuali canali messi a disposizione dalla compagnia. Per effettuare il pagamento sarà possibile utilizzare la propria carta di credito, PayPal, oppure recarsi presso il più vicino punto vendita della rete Lottomatica Italia Servizi.

“Il nuovo m-site rappresenta per Quixa lo strumento ideale per perseguire, ancora una volta, la strada dell'innovazione - ha infine sottolineato il direttore di Quixa - mettendo la tecnologia al servizio del cliente in maniera semplice e intuitiva. Con m.quixa.it, da oggi, per il consumatore sarà ancora più semplice acquistare una polizza, ovunque si trovi, con la massima sicurezza possibile”.

D.P.

## PSICOLOGIA

### Gli introversi sono più aperti all'innovazione

Circa il 50% dei residenti degli Stati Uniti sono introversi, secondo uno studio condotto dagli psicologi Stephan Dilchert e Deniz Ones. Gli introversi vivono in un loro mondo, non amano apparizioni pubbliche, non sono socievoli e soprattutto si chiudono in se stessi.

Quando si tratta di generare idee innovative, introversi ed estroversi possono essere alla pari con un'unica differenza che gli introversi, rispetto agli estroversi sono molto più aperti alle idee innovative degli altri. Alcuni esperimenti, condotti in America, hanno dimostrato che gli introversi tendono ad ascoltare con attenzione le idee creative suggerite da altri, e aiutare gli altri affinché si sentano apprezzati e motivati a fare il loro lavoro. Al contrario, gli estroversi tendono a sentirsi minacciati dalle idee innovative proposte da altri e sono quindi meno ricettivi nei loro confronti.

Altra caratteristica vincente degli introversi è che durante una sessione di brainstorming, spesso sono i migliori ascoltatori del gruppo, permettendo così di valutare a fondo la qualità delle idee che emergono dal brainstorming. Allo stesso tempo, potrebbe essere necessaria una spinta in più a classificare le idee migliori, ed anche in questo gli introversi hanno la loro parte.

Quindi, se siete introversi ricordatevi di adattare la vostra personalità al contesto in cui passate la maggior parte del vostro tempo. Non sempre ci è possibile scegliere in quale contesto lavorare e con chi. Chiaramente se fate parte di un gruppo dove tutti sono molto tranquilli ed introversi è giunto il momento di cercare di abbozzare uno stile più estroverso, potreste essere voi a stimolare attraverso domande il gruppo in modo da sviluppare il processo creativo senza che gli altri sentano il peso della decisione e quindi siano liberi di offrire le proprie idee.

Sia che stiate cercando di creare un nuovo prodotto, risolvere i problemi in modo più efficace, diventare l'azienda di maggior successo nel proprio settore, o trovare modi creativi per soddisfare le esigenze dei vostri clienti, se l'innovazione è uno dei vostri obiettivi più importanti l'essere introversi può dimostrarvi lo strumento ideale per raggiungere il vostro obiettivo.

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