



EDITORIALE

Raccolta vita: agenti penalizzati

Secondo i dati Ania, il calo generale delle assicurazioni nel nostro Paese si attesta, per il 2011, al 12%. La diminuzione della raccolta vita, scesa del 18% rispetto al 2010, è la causa di questo trend negativo, mentre notizie più positive arrivano dai rami danni, cresciuti nell'ultimo anno del 2,6%. La crisi economica ha così lasciato un segno preoccupante, destinato purtroppo a permanere anche per i prossimi mesi. Il 2012, infatti già si è aperto, rispetto al 2011, con un -38% per la raccolta vita. Le scelte degli italiani continuano a orientarsi, comprensibilmente, verso prodotti garantiti e capaci di non mettere a rischio risparmi faticosamente conquistati. Tra le realtà favorite nella raccolta spiccano le Poste e il canale bancario, grazie alla capillare presenza sul territorio e alla facilità di contatto con il cliente. Gli agenti, in uno scenario già poco favorevole per la raccolta vita, risultano così penalizzati. A meno che non siano in grado di intercettare la già scarsa propensione al risparmio degli italiani facendo leva sul rapporto personale, di fiducia, con il singolo cliente, sul valore della consulenza, e, naturalmente, sul valore dell'offerta.

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

• NORMATIVA

Obbligazione dell'avvocato: una prestazione di risultato e non di mezzi

In un'ottica di cambiamento globale, ove addirittura in ambito comunitario la sovranità popolare rischia di essere sottoposta a logiche di mercato finanziarie e ove le professioni vengono oramai svilite a mere attività commerciali di impresa, si stanno introducendo una serie di riforme che sotto il vessillo della c.d. liberalizzazione rischiano di produrre un effetto contrario a quello voluto dal Legislatore.

Basti pensare che le **tariffe delle professioni** regolamentate nel sistema ordinistico, con il D.L. 24.01.2012 n. 1 (Disposizioni urgenti per la concorrenza, lo sviluppo delle infrastrutture e la competitività), convertito in Legge 24 marzo 2012 n. 27 (G.U. n. 71 del 24 marzo 2012 - Suppl. Ordinario n.53) sono state espressamente abrogate, in virtù dell'art. 9, comma 1.

Altra importante novità è rappresentata dalla manovra finanziaria 2011 bis, approvata in via definitiva con la Legge di conversione 14/09/2011, n. 148 (G.U. 16/09/2011, n. 216), che ha poi previsto l'**obbligo per i liberi professionisti di stipulare una polizza assicurativa** per i rischi derivanti dalla propria attività.

Il disposto dell'art. 3, comma 5 lettera e) della suddetta Legge recante Ulteriori misure urgenti per la stabilizzazione finanziaria e lo sviluppo così dispone: *Gli ordinamenti professionali dovranno essere riformati entro 12 mesi dall'entrata in vigore del presente decreto per recepire i seguenti principi: (omissis)*

e) a tutela del cliente, il professionista è tenuto a stipulare idonea assicurazione per i rischi derivanti dall'esercizio dell'attività professionale, il professionista deve rendere noti al cliente, al momento dell'assunzione dell'incarico, gli estremi della polizza stipulata per la responsabilità civile professionale ed il relativo massimale. Le condizioni generali delle polizze assicurative di cui al presente comma possono essere negoziate, in convenzione con i propri iscritti, dai Consigli nazionali degli Enti previdenziali dei professionisti. (continua a p. 2)



DIAMO I NUMERI

I risultati di marzo di Insurance Connect

Per il mese di marzo diamo conto ai lettori dei dati di lettura di Insurance Connect. Oltre ai numeri ci conforta sempre l'apprezzamento che quotidianamente ci manifestano i lettori che ricevono il quotidiano e quelli che visitano il nostro portale. I numeri risultano in costante crescita e speriamo possano continuare a lievitare. A fine marzo è uscito anche il nuovo numero di **Insurance Magazine**, il periodico allegato al **Sole 24ore**, grazie al quale siamo certi aumenteremo la platea dei lettori. Ma veniamo ai numeri.

Insurance Trade ha visto aumentare in modo cospicuo le visite, totalizzando **17.678 visite** per un totale di **77.056 pagine viste**. Si attesta in quasi cinque minuti (**4.55**) il tempo medio di permanenza sul sito. I contenuti più visti, tra articoli e video sono stati: la videointervista Integrazione tra funzioni aziendali: così Cattolica contrasta le frodi al responsabile reti Sinistri del gruppo Alessandro Bettmann, Nasce Limestreet, nuovo broker di assicurazioni, Sondaggio Rga sulla Gender Directive e Tariffazione Unisex e la news Groupama rinuncia all'Ipo.

Insurance Daily in **22 numeri** ha avuto **83.828 letture**, mentre la **newsletter settimanale** del giovedì in **cinque numeri** ha totalizzato **17.704 aperture**. Grazie ancora e continuate a seguirci.



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



(continua da p. 1) Si tratta di una serie di norme che mal si conciliano con la professione di avvocato che, come noto, è una professione intellettuale, ovvero avente a oggetto una prestazione intellettuale di mezzi e non di risultato, ma che soprattutto rischiano di avere un impatto maggiore sul Pil, così contravvenendo a quello che era inizialmente l'intento del Legislatore.

UNA NORMA DI NATURA COERCITIVA

Solitamente una copertura assicurativa obbligatoria è prevista in settori che per la loro intrinseca natura sono connotati da rischi di particolare rilevanza sociale, come ad esempio il settore della circolazione stradale.

Il settore delle libere professioni, soprattutto quello dell'avvocatura, benché delicato per l'importanza degli interessi sottesi, non ha invece, in termini di costi sociali, un impatto tale da giustificare una norma di natura coercitiva quale quella di cui si discute.

Inoltre, si evidenzia che a tale obbligo di legge di munirsi di una copertura assicurativa non corrisponde un complementare obbligo per gli assicuratori a contrarre, con ciò esponendo i professionisti al rischio, in ipotesi di elevata sinistrosità, di non trovare una compagnia disposta ad assumersi il relativo rischio professionale.

Non si può nascondere, infine, che tale obbligo altro non farà che dare vita a giudizi civili intentati ad explorandum, così come avviene oramai da anni nel settore della Rca obbligatoria.

Inoltre i relativi costi da un lato, oramai divenuti obbligatori, e dall'altro lato l'incertezza dei compensi professionali, non potranno che riversarsi sul cliente, che, più che cliente, dovremmo forse più appropriatamente oramai chiamare "consumatore finale".

Questo è uno dei rischi che va profilandosi, così come quello che si è già paventato dopo l'introduzione dell'obbligo del preventivo scritto (poi modulato dalla prescrizione di un preventivo di massima) per il quale l'avvocato è tenuto, al momento del conferimento dell'incarico professionale, a rendere noto al cliente il grado di complessità dell'incarico, fornendo tutte le informazioni utili circa gli oneri ipotizzabili dal momento del conferimento fino alla conclusione dell'incarico.

La conseguenza è che il professionista potrebbe essere esposto al rischio di dovere rispondere anche in caso di mancato raggiungimento dell'obiettivo sperato e di inadempienze, anche se lievi, rispetto a quanto indicato nel preventivo di massima.

In conclusione il sentore generale è che la professione dell'avvocato si stia sempre più discostando dalla sua intrinseca natura di professione intellettuale a tutela degli interessi e dei diritti fondamentali della persona (non a caso essa figura sia nella Costituzione Italiana, che nella Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea), per rivestire sempre più la connotazione di mera prestazione di servizi e di risultato.

Avv. Mauro De Filippis, Studio Martini Rodolfi Vivori

**Mettiti in libertà,
la tutela legale ARAG è sempre al tuo fianco.**



www.arag.it



• MERCATO

Social network: una comunità tra compagnie e clienti

Dai dati che emergono dalla ricerca "Assicurazioni e social network", elaborata dall'Osservatorio sulla distribuzione assicurativa in Europa, è sempre più evidente la rilevazione di ampi margini di futura espansione del settore assicurativo dal punto di vista dell'utilizzo della comunicazione sui social network

Nell'industria assicurativa europea i social network hanno di fatto prodotto un cambiamento significativo nelle modalità di distribuzione e di approccio alla clientela. Il mercato assicurativo si sta, infatti, evolvendo, trasformandosi sempre più in una comunità composta non solo da relazioni fra compagnie, ma anche fra compagnie e clienti.

Ma fino a che punto l'irruzione dei social network costituisce una concreta opportunità di business? I tempi non sono probabilmente ancora maturi per offrire una valutazione definitiva del fenomeno, anche se alcune considerazioni sulla qualità dello "spazio sociale" costruito da facebook et similia possono essere facilmente avanzate.

L'incredibile quantità di informazioni "impigliate" nella rete dei social media costituisce allo stesso tempo una grande opportunità e una pericolosa insidia per quanti vi cerchino un tesoro da scovare. È indubbio, cioè, che un'impresa che volesse estendere le proprie strategie di marketing alla rete, troverebbe in essa uno sterminato mercato pronto a "fagocitarne" le richieste commerciali. Ma il mondo dei cosiddetti intangibles - come si sa - è ambiguo, sempre in bilico sulla soglia tra il successo e il fallimento, due facce di una stessa medaglia che gira più velocemente che in un contesto, per così dire, di materialità ordinaria. E' altissimo quindi il rischio di disperdere l'investimento, accettando per buone informazioni che, seppur in gran quantità, si distinguono spesso per una pessima qualità.

Un'opportunità di investimento nel mondo dei social network (e nella "rete" in generale) deve necessariamente misurarsi con il livello dei propri propositi di business: nella fattispecie un alto livello. Occorre un'azione "tridimensionale" di impresa, incardinata sui tre poli dell'obiettivo, del progetto e della valutazione delle risorse disponibili. I social network sono mondi a una dimensione (orizzontale e trasversale alle relazioni), "volubili", oltre che volatili. Un'impresa che volesse concretamente investire in essi, deve pertanto prestare attenzione a strutturare piani di investimento concreti e non virtuali, stabili e non volatili, orientati al futuro e non cancellabili da un "click" istantaneo. Un'impresa che volesse puntare sui social network (nelle forme più varie oltre il mezzo "vetrina") non può comportarsi come un singolo utente desideroso di piantare la propria "bandierina" e condividere amicizie, senza la necessità di impostare un discorso serio e strutturato nel tempo con un adeguato calcolo costi/benefici.

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



• INTERMEDIARI

Un nuovo trade per gli intermediari

E' il progetto lanciato da Erv Italia per il settore assicurativo. Da subito disponibili on line quattro prodotti e la distinzione in tre classi di spesa e protezione

E' on line una nuova piattaforma web dove intermediari e agenti delle compagnie possono gestire ogni singolo aspetto inerente l'intermediazione di prodotti assicurativi. Il progetto lanciato in questi giorni da **Erv** - specialista nel settore viaggi del **gruppo Ergo** - è stato pensato per offrire un servizio semplice e veloce agli addetti alle vendite. Come ha spiegato il responsabile marketing e comunicazione, curatore del progetto, **Christian Perego**, sarà possibile curare tutte le fasi del processo attraverso il trade: "dall'elaborazione dei preventivi - in forma anonima come promemoria o nominativa e quindi vincolante per Erv - alle schede prodotto sulle polizze, fino alla reportistica sulle emissioni per singolo addetto e alla gestione amministrativa, ivi inclusa la possibilità di gestire i sinistri online".

A disposizione dei partner anche funzionalità commerciali come la possibilità di inserire il proprio logo nel certificato o di effettuare sconti alla clientela sfruttando le commissioni.

Il servizio è già disponibile alla url <http://b2b.erv-italia.it> ed è raggiungibile anche dal sito della compagnia www.erv-italia.it. La piattaforma consente agli intermediari di offrire alle proprie reti prodotti a corollario della loro offerta mediante appositi accordi commerciali, senza quindi farsi carico di costi di sviluppo o gestione di nuovi prodotti.

A disposizione degli operatori assicurativi, sono disponibili da subito sulla piattaforma quattro prodotti rivolti ai clienti individuali: *Assistenza e spese mediche, TuttoCompreso, Annullamento, Giovani&Studenti*. A partire dal 20 aprile invece entreranno nel portafoglio prodotti anche le polizze *Business, Gruppi* e le annuali *Multiviaggio365* e *Annullamento365*. Inoltre, allo scopo di consentire una fruizione più veloce e personalizzata del servizio e identificare la soluzione più adatta alle esigenze di protezione e di spesa del cliente, Erv propone la diversificazione di ogni polizza in tre classi. Quindi una volta selezionata la tipologia di prodotto è possibile scegliere tra: classe A per la massima copertura, classe B per una copertura intermedia e classe C per le coperture base.

Renato Zotti, rappresentante generale della filiale Erv Italia, ha sottolineato la portata strategica di questo nuovo investimento nell'ambito e-commerce: "Il lancio di questa piattaforma web-based ci consente di rinnovare e rafforzare l'approccio commerciale sul trade. Grazie all'esperienza di Erv International e al suo elevato grado di specializzazione, siamo in grado di garantire una politica commerciale in linea con il mercato e un rapporto qualità prezzo decisamente superiore alla media".

D.P.



Salvatore Ligresti con i figli. Da sinistra: Giulia Maria, Paolo e Jonella

• COMPAGNIE

L'Isvap era al corrente delle operazioni di Fonsai

Ma il fondo Amber chiede ancora chiarimenti sulle informazioni finanziarie comunicate dai vertici della compagnia

L'Isvap era a conoscenza delle maxi-consulenze e delle operazioni immobiliari tra Fonsai e la famiglia Ligresti, denunciate dal fondo Amber e finite nel mirino della magistratura per via dei danni patrimoniali che potrebbero aver arrecato al gruppo. O quanto meno l'autorità di vigilanza del mondo delle assicurazioni non poteva non sapere. E' quanto sostiene il collegio sindacale della compagnia nella relazione ai soci in vista dell'assemblea che dovrà rinnovare il cda.

Ma una nuova lettera al collegio sindacale di Fonsai è arrivata il 26 marzo da Amber, che sollecita "un tempestivo completamento" delle attività di approfondimento contenute nella denuncia dello scorso ottobre. Il fondo ha chiesto ai sindaci "di dedicare particolare attenzione agli impatti che le irregolarità riscontrate possono avere avuto sulla correttezza dell'informazione finanziaria resa da Fondiaria-Sai". L'azionista di minoranza di Fonsai ha sottolineato come "alcuni dei fatti denunciati non sarebbero stati presentati nella relazione" dei sindaci all'assemblea dello scorso 19 marzo.

I rilievi del fondo però erano conosciuti, si legge nella relazione dei sindaci, anche dall'Isvap, "avendoli rilevati in occasione di un accertamento ispettivo conclusosi lo scorso anno". Nell'agosto del 2011 il cda di Fonsai aveva "condiviso, previa adeguata informativa su tutti gli aspetti evidenziati dall'Isvap, l'interesse della compagnia al compimento delle operazioni con parti correlate oggetto degli accertamenti ispettivi".

Su questi punti il pm Luigi Orsi ha aperto un'inchiesta in cui è indagato Salvatore Ligresti. Nei giorni scorsi anche il vice direttore generale dell'Isvap, Flavia Mazzarella, era stata sentita al Palazzo di Giustizia nell'ambito di verifiche sull'efficacia dell'azione dell'authority guidata da Giancarlo Giannini.

Intanto il cda della holding di famiglia, Premafin, svoltosi venerdì 30 marzo, ha recepito la valutazione di 3,95 euro per ciascuna azione della compagnia assicurativa in portafoglio, procedendo dunque alla svalutazione della partecipazione per 405,8 milioni. Strada spianata a Unipol quindi, che potrà sottoscrivere l'aumento di capitale riservato da 400 milioni, allontanando lo spettro dell'insolvenza. Il cda, che ha convocato l'assemblea straordinaria per deliberare la ricapitalizzazione per il 17 maggio, ha inoltre approvato il piano di ristrutturazione del debito da 368 milioni, su cui sei banche su sette hanno già espresso il proprio gradimento.

F.A.

• COMUNICAZIONE

Il potere della posta elettronica

Tanti anni fa mi successe di inviare un sms alla persona sbagliata provocando un disastro inenarrabile. Questo perché gli sms una volta spediti non sono più richiamabili come le e-mail.

Ma in realtà le e-mail sono altrettanto pericolose e quindi varrebbe la pena di fare attenzione quando si scrivono, per evitare incomprensioni o falsi allarmi. Le e-mail sono sicuramente un mezzo veloce per raggiungere chiunque, ma proprio per i tempi ridotti di scrittura e invio è sempre meglio controllare bene sia il testo che il destinatario altrimenti...

INTERNET E LA VEDOVA

Una coppia decise di trascorrere le ferie ai Caraibi, nello stesso albergo dove passarono la Luna di Miele vent'anni prima.

Per problemi di lavoro però la moglie non poté partire col marito, perciò lui partì da solo e lei l'avrebbe raggiunto alcuni giorni dopo.

Quando l'uomo arrivò, prese alloggio in camera e vide che c'era un computer con l'accesso Internet; allora decise di inviare una e-mail a sua moglie... ma sbagliò a digitare l'indirizzo e, senza accorgersene, la mandò a un altro indirizzo.

Caso volle che la ricevente dell'e-mail fosse una vedova appena rientrata a casa dal funerale di suo marito.

Poco dopo rientrò il figlio della vedova che trovò la madre svenuta davanti al computer! Sbigottito guardò nel video e lesse la e-mail che lei stava leggendo:

"Cara moglie: sono arrivato bene! Il viaggio è stato piacevole. Probabilmente ti sorprenderai di ricevere mie notizie per e-mail, ma adesso anche qui hanno il computer ed è possibile mandare messaggi alle persone care. Appena arrivato mi sono assicurato che sia tutto pronto anche per te, quando arriverai venerdì prossimo. Ti aspetto con ansia e spero che anche il tuo viaggio sia tranquillo come lo è stato il mio.

P.S: Non portare tanti vestiti perché qui fa un caldo infernale, ok?"

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