



EDITORIALE

Una parità che penalizza?

L'abbattimento del gap tariffario tra uomini e donne punta ad eliminare la discriminazione, nella relazione tra cittadino e assicurazioni, in base al sesso. Un'attenzione verso l'universo femminile veramente encomiabile da parte della Corte di giustizia europea, che vede le donne oggetto di un riguardo praticamente inesistente in altri ambiti, forse più incisivi ai fini di una reale parità. Ma tant'è. Resta però da chiedersi se alle donne, in nome di un principio ineccepibile, venga concesso un reale vantaggio. O se, proprio in nome di questo principio non vengano in realtà penalizzate. Le donne sono statisticamente responsabili di meno incidenti rispetto agli uomini, ma sono anche più longeve e forse, a conti fatti, incidono pesantemente nell'"equilibrio attuariale" delle compagnie. Sarà allora questo il vero motivo di tanta attenzione? Al settore assicurativo spetta però il compito di gestire la transizione verso la parità di trattamento, concentrandosi su efficaci modalità di valorizzazione di comportamenti virtuosi dell'assicurato, sia esso uomo o donna. Speriamo che almeno in questa fase il lodevole principio non si trasformi in ulteriore penalità.

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

INTERMEDIARI

Un bibliofilo in agenzia

Francesco Mansutti è stato agente per Fondiaria e broker, dopo aver fondato la propria società. Ma soprattutto è un collezionista di libri, documenti e antiche polizze. Dal 2004 la fondazione che porta il suo nome è un punto di riferimento culturale. E non solo di settore

Francesco Mansutti, 78 anni, laureato in giurisprudenza, è figlio d'arte: suo padre, Enea, è stato tra i più apprezzati agenti italiani di sempre. Sposato con quattro figli, solo due lo hanno seguito nella professione: Tommaso, oggi Ad della società di brokeraggio Masutti, e Alessandro, agente plurimandatario della Cove'a Fleet. L'avvocato Mansutti entra in Fondiaria nel 1956, ma nel 1977 si mette in proprio. Conosciuto e stimato da clienti e compagnie, guida con mano sicura la propria impresa/agenzia Spa, forse la prima del genere nel mercato assicurativo italiano. Si conquista stima e rispetto dell'ambiente che conta. Ha coniugato le doti del professionista con quelle dell'imprenditore.

Nel 1998, al compimento del suo sessantacinquesimo anno, abbandona il ruolo di agente, al quale ha dedicato con grande passione buona parte della sua esistenza, e si iscrive all'albo dei broker.

Mansutti estrinseca il suo amore per la professione dedicandosi alla collezione di un ampio patrimonio librario e archivistico, oltre a raccolte documentarie: un vero punto di riferimento per lo studio di questo settore, in Italia e all'estero. La collezione viene trasformata in Fondazione Mansutti nel 2004. Istituzione culturale che ha lo scopo di tutelare e divulgare il proprio patrimonio articolato in quattro collezioni: oltre 5000 volumi (edizioni antiche e moderne), 300 manifesti, più di 2500 polizze antiche e circa 500 targhe incendio. (continua a pag. 2)



BREVI DA WWW.INSURANCETRADE.IT

Polizze RC auto contraffatte in Campania

L'Isvap rende noto che la società **Arch Insurance Company Europe S.A.** non rientra tra le compagnie autorizzate all'esercizio dell'attività assicurativa in Italia, ne consegue che l'eventuale sottoscrizione di polizze RC auto recanti l'intestazione di cui sopra comporta per i contraenti l'insussistenza della copertura assicurativa e per gli intermediari lo svolgimento di un'attività non consentita dalle vigenti disposizioni normative. Ulteriori informazioni potranno essere richieste all'Isvap o acquisite direttamente dall'Albo delle imprese consultabile sul sito www.isvap.it.

Coface e RetIndustria: insieme per sostenere le imprese italiane

Rinnovato per il secondo anno la partnership tra **Coface** e **RetIndustria**. La prima è una compagnia di assicurazioni che opera nel settore dei Crediti commerciali, delle cauzioni e delle informazioni commerciali, la seconda è la società di **Confindustria** che gestisce gli accordi nazionali e le convenzioni del sistema. Le oltre 140.000 aziende associate a Confindustria potranno così usufruire dei servizi di gestione e protezione dei crediti commerciali offerti da Coface, specifici per aziende di diverso tipo e dimensione. Inoltre avranno a disposizione l'ampio network di agenti professionisti specializzati presenti su tutto il territorio nazionale. RetIndustria si occuperà invece di promuovere i servizi di Coface presso le oltre 200 organizzazioni associate, tramite una serie di incontri nel corso del 2012.



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



Dopo l'esperienza in Fondiaria con quale spirito imprenditoriale e professionale ha ricominciato?

Sono stato agente Fondiaria fino al 1998. Una lunga militanza iniziata quando l'effe maiuscola del nome Fondiaria corrispondeva alla erre maiuscola della reputazione che questa compagnia aveva sul mercato.

La 'terapia Gavazzi' (da Roberlo Gavazzi, ex Ad di Fondiaria, ndr), non è stata altro che uno dei trattamenti distruttivi a cui è stata sottoposta a più riprese la compagnia. Abbandonare l'abito di agente e prendere quello di broker è stato un grosso trauma. Ma in fondo ricominciare non è stato difficile. Siamo stati molto avvantaggiati dal fatto di avere una struttura adatta al mestiere di broker per il quale occorre competenza tecnica, conoscenza del mercato, reputazione presso le compagnie, capacità gestionale specialmente nel servizio sinistri. Da tempo le compagnie hanno smesso di fare le innamorate con i loro agenti e si sono messe a far le moine con i broker ai quali ora rivolgono le loro attenzioni.

Come è nata la realizzazione della biblioteca e dell'immensa documentazione di vecchie polizze, documenti e targhe?

Sono soltanto uno che è appassionato del suo lavoro e che cerca di mettere in risalto il grande contributo che hanno dato allo sviluppo del settore coloro che si sono impegnati a far comprendere il valore sociale che ha l'assicurazione. La biblioteca può essere utile a comprendere quali nobili radici abbia l'assicurazione e quanto serio sia il nostro mestiere quando lo si fa responsabilmente. Anche se non ho letto tutti gli oltre 3500 titoli della mia biblioteca, posso dire di averli scelti controllando che il contenuto di ciascuno ne giustificasse l'acquisto. Quando ho raggiunto l'età in cui ci si preoccupa della fine che potranno fare dopo di noi le cose di cui ci prendiamo cura, ho ritenuto necessario donare l'intera biblioteca a una fondazione che ne garantisca la conservazione. Nel frattempo erano venute le polizze di cui mi sembra interessante studiare l'evoluzione, a partire da quelle marittime del Cinquecento a quelle incendio del Settecento fino a quelle moderne. Pian piano ne sono state raccolte in tutto il mondo qualche migliaio. Rimanevo sempre più affascinato dalle immagini con le quali gli artisti hanno pensato di propagandare l'assicurazione illustrando i concetti di protezione dalle avversità e di solidità finanziaria delle compagnie e così è nata la collezione di oltre 300 manifesti. Poi, di recente, sono arrivate le targhe incendio, più di 400. Tutto questo patrimonio di libri, di polizze, di manifesti e di targhe costituisce in effetti un unicum che non ha equivalenti in alcun altro Paese del mondo. Guai però se tutto questo rimanesse riposto in scaffali ai quali non fa ricorso nessuno.



Dalla sua uscita da Fondiaria ha creato una delle più serie agenzie di brokeraggio assicurativo italiane. Come valuta oggi l'attività degli agenti italiani?

La situazione per gli agenti italiani è diventata molto difficile, e non vedo nemmeno segnali di miglioramento. Per diventare un buon agente occorre offrire alla clientela un servizio di qualità, competente, obiettivo, serio e puntuale. Ma non si può essere soffocati da una marea di incombenze amministrative, inutili e demotivanti: occorre non essere soggetti a progressive riduzioni dei margini. Ma bisogna anche poter avere fiducia nel futuro. Credo che la professione dell'agente andrebbe regolamentata in maniera del tutto diversa dall'attuale, in cui le norme dei vari accordi imprese-agenti, che la categoria ha ritenuto fossero delle conquiste, si sono invece dimostrate dei vincoli al progresso e allo sviluppo.

Qual è il suo pensiero sul recentissimo decreto liberalizzazioni?

Per quel che riguarda l'intermediazione il decreto è sbagliato nella sostanza. Attraverso questo decreto si vorrebbe incentivare la concorrenza dopo che si è sostenuto che le tariffe Rc auto sarebbero frutto di un cartello. Questo è un concetto errato: basta vedere i risultati che dà un qualsiasi preventivatore online ed è contraddetto anche da questo decreto che incentiva un sistema che costringe a ricevere più preventivi. La categoria agenti è costituita per la maggior parte da monomandatari che non si capisce dove dovrebbero andarsi a procurare i preventivi alternativi. Il decreto non incentiva la concorrenza, ma la furberia. Per quanto riguarda il broker, non si tiene conto che la regola è già questa: suggerire al cliente quel prodotto assicurativo attraverso un'analisi di quelli offerti dal mercato. Se si tratta di convincere il pubblico che conviene fare un confronto fra i prodotti offerti da diversi assicuratori: si deve risolvere un problema di educazione del consumatore che non si può affrontare con delle leggi. Se fossi Catricalà la farei più semplice promuovendo una campagna pubblicitaria con lo slogan: "Prima di decidere senti un altro".



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

Carla Barin



NORMATIVA

Le ultime novità legislative in materia di privacy

Verso una sempre maggiore semplificazione degli adempimenti legati al trattamento dei dati personali

Il recente **D.L. n. 201/2011**, convertito dalla legge 214/2011 (c.d. Decreto Salva Italia), ha proseguito l'opera del legislatore volta a semplificare gli adempimenti connessi al D.lgs. n. 196/2003 in materia di protezione dei dati personali.

In particolare, sono cambiate le definizioni di dato personale e di interessato, essendo venuti meno i riferimenti alle persone giuridiche, agli enti ed alle associazioni. Per dato personale si intende, ora, "qualunque informazione relativa a persona fisica, identificata o identificabile, anche indirettamente, mediante riferimento a qualsiasi altra informazione, ivi compreso un numero di identificazione personale", mentre per interessato si intende ora "la persona fisica, cui si riferiscono i dati personali".

Il **Decreto Salva Italia** ha, inoltre, abrogato il comma 3-bis dell'articolo 5 del Codice della Privacy (peraltro recentemente introdotto dal D.L. n. 70/2011), il quale prevedeva che il trattamento dei dati personali relativi a persone giuridiche, imprese, enti o associazioni effettuato nell'ambito di rapporti intercorrenti esclusivamente tra i medesimi soggetti per le finalità amministrativo-contabili, come definite all'articolo 34, comma 1-ter, non era soggetto all'applicazione del Codice della Privacy.

Anche il recentissimo D.L. 27 gennaio 2012 in materia di semplificazioni, il cui testo definitivo è stato approvato dal Consiglio dei Ministri del 3 febbraio scorso, ha modificato la legislazione in materia di Privacy, sempre nell'ottica di una maggiore semplificazione degli adempimenti connessi al trattamento dei dati personali. In particolare, il **D.L. semplificazioni** ha previsto, tra l'altro, l'eliminazione dell'obbligo di predisporre ed aggiornare il Documento Programmatico sulla sicurezza (DPS), nonché dell'obbligo di menzionare l'avvenuta adozione del medesimo nella relazione di accompagnamento al bilancio di esercizio.

Se da un lato non si può non apprezzare l'intento del legislatore di snellire gli adempimenti legati alla Privacy, dall'altro non si può tacere come la moltitudine degli interventi con cui detto intento viene perseguito possa essere di per sé idonea a confondere i cittadini e le imprese, chiamate a prestare particolare attenzione al (ravvicinato) succedersi delle norme nel tempo.

Avv. Andrea Maura
Twitter @_andreamaura
andreamaura@yahoo.it

MARKETING

Con una penna rossa puoi cambiare la storia di un bambino

David Ogilvy (pubblicitario britannico che nel 1948 fondò l'agenzia **Ogilvy & Mather**) se gli veniva chiesto quale fosse la regola per diventare un bravo copywriter si irritava e rispondeva per le rime: "not rules, fools, tools" ("non sono regole, sciocchi, sono strumenti"). Una disciplina seria non è fatta di regole rigide, ma di criteri e metodi imparati dall'esperienza e dallo studio. Circa quattro anni fa mi iscrissi ad un corso per diventare speaker pubblicitario e cominciai ad apprezzare la differenza fra un buon copywriter (in gergo solo "copy") ed il resto del panorama pubblicitario. Mi sono ricordato di Ogilvy quando, facendo visita ad un broker, mi è caduto lo sguardo su di un cartello (ideato da Telefono azzurro per il 5 per mille) che diceva:

OGNI GIORNO IL MIO PAPA'
TORNA A CASA, MI PRENDE
IN UN BRACCIO, MI DA' UN BACIO
E MI DICE CHE SONO STUPIDO.

OGNI MATTINA LA MIA MAMMA
E' NERVOSA, URLA CON ME,
MI DA' UN GEFNONE E VADO
A SCUOLA PIANGENDO.

Personalmente ho trovato questa idea brillante perchè ci pone davanti agli occhi due facce della stessa medaglia: la violenza e l'amore sui bambini, anche se mi è stato detto che non ha mancato di suscitare polemiche e richieste di ritiro. In fin dei conti basta veramente poco per trasformare una frase piena di odio in una frase d'amore. "Con una penna rossa puoi cambiare la storia di un bambino" è la dimostrazione di come un buon copy possa fare della pubblicità semplice ma efficace. Questo tipo di **comunicazione** ben si adatta nei corsi di formazione dove l'intento del trainer è quello di spiegare esattamente cosa vuol comunicare con semplicità e fantasia.

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



MERCATO

Safer Internet Day: l'Italia tra i paesi meno sicuri

Le aziende chiedono polizze assicurative ad hoc contro i rischi informatici

Proteggersi dal cybercrime e dai danni informatici ed economici causati dalla perdita di dati o dal loro improprio trasferimento a terzi. Questo l'imperativo emerso dal **Safer Internet Day**, la Giornata per la Sicurezza di Internet svoltasi il 7 febbraio 2012. L'iniziativa, illustrata in una nota comunicata da **Ace Group**, ha mostrato come l'Italia sia tra i paesi meno sicuri dal punto di vista della protezione dei propri sistemi e dati, con un punteggio medio superiore solo a quello di Bosnia e Montenegro, mentre i paesi più all'avanguardia risultano la Slovacchia e la Finlandia.

La questione della sicurezza informatica riguarda gli utenti privati, le aziende, il settore pubblico, le banche e il mondo finanziario, sempre più legati all'utilizzo di piattaforme informatiche e all'archiviazione di dati ed informazioni in versione digitale. Uno dei problemi principali è individuato nella scarsa conoscenza e nella multiforme natura dei rischi informatici. Può trattarsi infatti di azioni dolose da parte di hackers, ma anche di errori dei dipendenti, di azioni che costituiscono violazione della privacy o di eventi naturali come l'effetto provocato da un fulmine. Ancora il rischio può derivare da carenze nelle procedure di controllo, da alterazioni casuali o dolose di dati, o da errori umani in genere.

Anche il mondo bancario e finanziario è ogni giorno più esposto a questo genere di problemi, ma in Italia finora sono mancate contromisure adeguate all'estensione e alla gravità del rischio. Occorre infatti proteggersi non solo dai danni informatici, ma anche dalle perdite economiche che ne derivano, per questo uno strumento efficace può essere rappresentato dalle polizze assicurative informatiche. Dalla fine degli anni '90 ad oggi - complici anche i timori generati dal "Millenium Bug" - sono aumentate le richieste di servizi assicurativi specifici e con esse le società di servizi informatici per conto terzi e le aziende automatizzate.

Per quanto riguarda le polizze assicurative espressamente dedicate al rischio informatico, Ace Group offre interessanti soluzioni a partire da una corretta applicazione dei processi di Risk Analysis (per capire i rischi che si corrono) e Risk Management (per gestire e limitare tali rischi) fino alla valutazione del Risk Transfer, ovvero il trasferimento del rischio ad altri soggetti, come un'assicurazione. La **polizza Data Flow**, studiata da Ace Group per tutte le società ad alta informatizzazione/automazione come banche, società finanziarie, pubbliche amministrazioni offre garanzie per la copertura di danni materiali ed immateriali quali cybercrime, virus, perdite economiche ed altre specifiche legate alle singole attività.

Diana Pastarini



MERCATO

Decreto liberalizzazioni: le proposte di Uea

Il presidente Gariglio: "Intervenire sugli ostacoli e le strozzature che rendono inefficiente il mercato"

Eliminare gli ostacoli che rendono inefficiente il mercato e impediscono un'effettiva libertà di scelta del consumatore. E' quanto auspicato da **Filippo Gariglio**, presidente dell'Unione Europea Assicuratori, nell'ambito del suo intervento sulle proposte di emendamento al decreto sulle liberalizzazioni.

Favorevole ad un processo di liberalizzazione teso a rimuovere vincoli giuridici e inefficienze in modo da produrre, ad esempio, una riduzione dei costi dell'Rca in favore degli assicurati, Gariglio non manca di rilevare la permanenza di problemi complessi e peculiarmente italiani. In primis - secondo il principio di libertà di scelta del cittadino-assicurato, degli intermediari e delle compagnie - quello delle strozzature che impediscono una reale libertà d'azione degli operatori.

Gli esempi sono molteplici: il divieto di collaborazione tra gli intermediari nei rami Danni, i contratti di affitto delle agenzie vincolati, la rivalsa in merito al portafoglio clienti che le compagnie esercitano sugli agenti, istituto quest'ultimo presente solo in Italia che consente alle mandanti di considerarsi "proprietarie" assolute degli assicurati e dei relativi dati.

Massimo appoggio è assicurato da Uea alle correzioni già apportate nell'ambito delle truffe assicurative, della falsificazione dei contrassegni, del risarcimento dei danni a cose e della certezza tabellare per i danni fisici, con l'obiettivo di evitare comportamenti fraudolenti.

Infine Gariglio sottolinea la necessità di un'effettiva libertà di scelta nella vendita di polizze in banca, senza condizionamenti e regole uguali per tutti i players.

Il confronto con gli altri paesi europei è considerato importante ed istruttivo per cogliere le anomalie e porvi rimedio, ma Gariglio sottolinea come l'attuale situazione italiana presenti alcune peculiarità - tra le quali l'obbligo delle compagnie a contrarre, caso unico in Europa - che non permettono una semplice trasposizione di altri modelli. Per questo l'auspicio di Uea è che le analisi e l'esperienza maturata in quarant'anni di studio, in merito a questi problemi, possano essere utili e trovare un effettivo riscontro al momento della conversione in legge del decreto da parte del Parlamento.

Diana Pastarini