



## EDITORIALE

### Potente, ma pericoloso come un'arma

Facebook è diventato una vera e propria commodity che permette di esprimere, all'insegna della massima convivialità e senza nessuna restrizione gerarchica, esigenze di socialità, di scambio di interessi, di idee e opinioni anche professionali. Non ci sono confini territoriali o limiti alla libertà di espressione. In questo sta il suo valore, potente come un'arma e al tempo stesso pericoloso come un rischio da tenere sotto controllo. Perché nella sterminata mole di informazioni che offre possono nascondersi, e anzi si nascondono, "bufale" di diversa natura, valutazioni incomplete, parziali, distorte a volte dall'incompetenza. Occorre essere obiettivi, selezionare, individuare i contenuti che più interessano e le fonti di cui in qualche modo ci fidiamo, tenendo fede alle nostre valutazioni ma con un'apertura mentale che in altri contesti non è possibile. E considerare, sempre, che utilizzare questo strumento per promuovere attività commerciali o promozioni personali "fuori contesto" può infastidire ed essere il modo migliore per non farsi leggere.

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

## INTERMEDIARI

### Gli agenti tra costi e sanzioni

Una liberalizzazione efficace del settore non può risolversi conferendo due o tre mandati agli agenti. Il vero problema del mercato assicurativo resta di tipo strutturale. E poi resta il tema dei costi che rischiano di schiacciare la rete delle agenzie

**Luigi Mingozzi**, classe 1957, sposato senza figli, è un emiliano doc, con la schiettezza e l'entusiasmo che distingue gli uomini che hanno avuto i natali da quella terra. Agente dal 1987, e dal 1997 sceglie di operare per l'**Italiana Assicurazioni**, della quale è tuttora agente a Bologna. Nel 1982 prende i primi contatti con il settore assicurativo, ricevendo una validissima formazione da un agente Fondiaria che, afferma lo stesso Mingozzi, lo fece letteralmente "innamorare" di una professione che "era" bellissima e ricca di soddisfazioni. Mingozzi non ama le parole in libertà: le sue valutazioni sono sempre ponderate. Stupisce per questa sua particolare capacità di cogliere il cuore dei problemi.



Luigi Mingozzi

Dall'inizio del 2007 diventa presidente del gruppo aziendale, a furor di popolo, a dispetto di qualsiasi pronostico e senza apparato elettorale. Nell'ottobre 2011 ha rimesso il secondo mandato nelle mani dell'esecutivo e del consiglio direttivo, a pochi mesi dal termine. E' inoltre vice presidente Sna della provinciale di Bologna ed esponente di spicco del movimento interno al sindacato Coraggio di cambiare. Determinato a portare a termine la sua strategia tenta sempre di centrare l'obiettivo e di arrivare a canestro: da buon ex giocatore di basket. (continua a pag. 2)

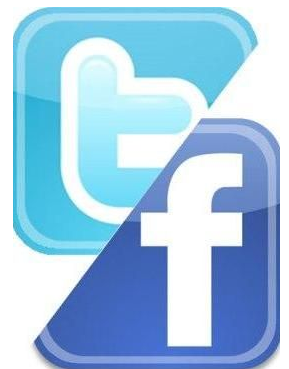
## BREVI DA WWW.INSURANCETRADE.IT

### Assicurazione anche per chi va al lavoro in bici

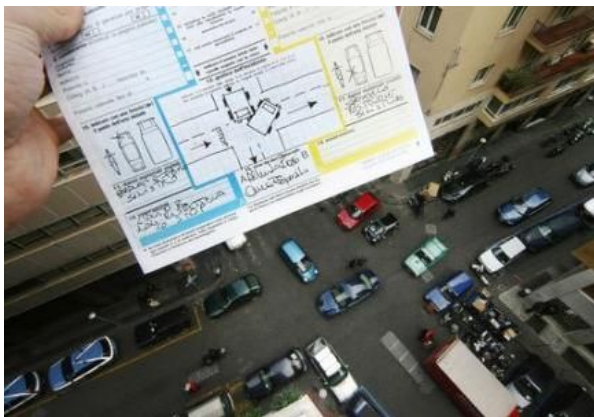
I consiglieri regionali del **Pd dell'Emilia Romagna** hanno chiesto di estendere a chi si reca al lavoro in bicicletta la copertura assicurativa di cui al momento gode chi raggiunge l'ufficio a piedi o con i mezzi pubblici. I consiglieri hanno chiesto alla Giunta regionale di sostenere la petizione e di sollecitare al Parlamento una modifica di legge che permetta un uso della bicicletta comunque coperto da assicurazione, anche in caso di percorsi brevi o serviti dai mezzi pubblici. E hanno sollecitato: "forme di finanziamento dei piani della mobilità ciclistica".

### Allianz chiamata in causa per le protesi al silicone

La compagnia di assicurazioni **Allianz** è stata coinvolta nello scandalo delle protesi per il seno difettose prodotte dall'azienda francese Pip. Uno studio legale di Monaco che difende 80 donne danneggiate ha chiesto un risarcimento danni anche ad Allianz, con cui Pip aveva stipulato una polizza contro i rischi di responsabilità civile. Finora gli esperti giuridici avevano escluso la responsabilità dell'assicuratore, visto che l'azienda aveva ammesso di aver usato silicone a basso costo. Ma gli avvocati tedeschi hanno deciso di portare avanti la richiesta basandosi su una sentenza dell'11 gennaio del Tribunale di Tolone, che aveva considerato responsabile la filiale francese di Allianz. La compagnia contesta la tesi accusatoria, e ha avviato una causa per rigiro contro Pip, nel frattempo fallita.



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



**Qual è il suo pensiero sul corposo provvedimento licenziato dal governo in tema di liberalizzazioni? Quale l'effettivo vantaggio per i consumatori?**

In generale si dice che quando tutti si lamentano la legge va bene. Le finalità sono quelle di far ripartire l'economia e creare sviluppo, ma io sento ancora parlare di tagli e di presunte riduzioni di costi, perciò dovremo aspettare per valutare l'efficacia del provvedimento.

Per quanto ci riguarda, sarebbe difficilmente difendibile la possibilità di ridurre del 30% le liquidazioni, ma se questo nuovo sistema di risarcimento garantirà benefici alla collettività, forse verrà accettato.

**Come giudica la norma che prescrive agli intermediari di presentare al cliente due preventivi con prezzi e condizioni contrattuali di altre compagnie concorrenti?**

Appare come una fortissima limitazione alla libertà di impresa e, come tale, un fatto gravissimo: è come

voler pretendere che un ristorante informi i clienti, prima di servire un pranzo, che presso altri locali possono assaggiare piatti diversi a prezzi convenienti. Comunque lo si legga questo obbligo genererà un disastro economico per la maggior parte delle agenzie italiane. Una puntuale osservanza della disposizione genera costi insostenibili per le agenzie e anche la conseguente perdita di clientela.

La scelta di acquisire altri due mandati, con la moltiplicazione di burocrazia, formazione, gestionali, studio dei prodotti, unitamente all'arretratezza dei sistemi informatici, peggiorerebbe molto la situazione attuale.

**I preventivi Rc auto pubblicati sui siti delle singole compagnie, sono spesso calmierati in sede di emissione della polizza, con specifiche concessioni di flessibilità tariffaria. Che senso ha tutto questo?**

Se si voleva creare concorrenza bastava andare nei paesi, come l'Olanda, e imporre quel modello. Non è certo con due o tre mandati che si può creare vera concorrenza. Ma il vero problema della concorrenza nel mercato assicurativo resta quello di tipo strutturale: la totale assenza di un modello di agenzia che possa

generare valore è stato, per troppo tempo, tollerato dal sistema e, quindi, dalle compagnie, che con la corsa ad aprire mille sportelli si trovano oggi di fronte all'esigenza opposta per l'enorme frammentazione dei portafogli agenziali. In queste condizioni anche il 'male minore', cioè il plurimandato obbligatorio, vorrebbe dire chiusura per migliaia di agenzie.

**Quali sono stati i dettami dati da Italiana Assicurazioni? Sono stati cautelati gli agenti in merito alle salatissime sanzioni previste per coloro che non si atterranno alle nuove norme? Avete avuto dalla direzione commerciale consigli sul come procurarsi gli altri due preventivi, visto, ad esempio, che il preventivatore rca Isvap ne prevede l'uso solo per i consumatori?**

Per ora Italiana ha diramato le disposizioni operative, sottolineando la gravità delle sanzioni previste, in caso di omissioni, senza alcun accenno alla responsabilità in solido. Per aiutare i colleghi, il gruppo agenti ha immediatamente comunicato quali siano le modalità di esecuzione del decreto: confronto con altri gruppi agenti e, in particolare, disponendo la ricerca di altre due proposte, rappresentarle compiutamente, ma senza consegnare proposte in forma scritta (per evitare il rischio di sanzioni ex reg. Isvap 5/2006)

**A un'attenta lettura dell'art. 35 si evincerebbe che l'unica figura sanzionabile sia quella dell'agente. Broker, banche e intermediari vari no. Cosa ne pensa?**

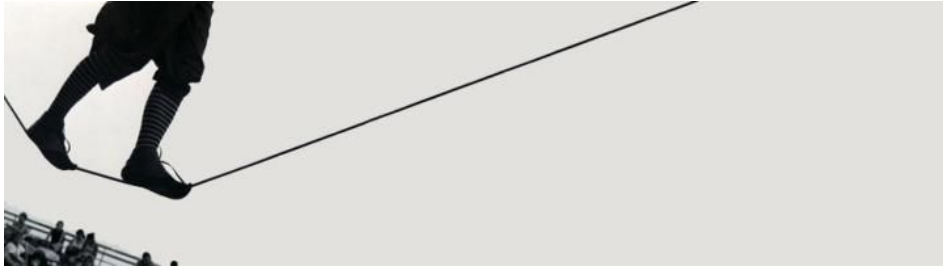
Non bisogna essere affermati giuristi per dire che la norma è scritta male, è incoerente con sé stessa.

*Carla Barin*



**PER RICEVERE OGNI GIORNO "INSURANCE DAILY", IL PRIMO  
QUOTIDIANO DEL SETTORE ASSICURATIVO, ISCRIVITI  
GRATUITAMENTE AL SITO [WWW.INSURANCETRADE.IT](http://WWW.INSURANCETRADE.IT)**

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



## NORMATIVA

### Polizze linked, dove si nasconde il rischio riqualificazione

Nel corso degli ultimi anni si è assistito ad un sempre maggiore interessamento delle Corti al tema della riqualificazione dei prodotti finanziario-assicurativi. La questione ha assunto un'importanza crescente per gli operatori del settore che, alla luce delle più recenti pronunce giurisprudenziali, sono chiamati a riconsiderare il contenuto tecnico dei propri prodotti e delle informazioni fornite ai clienti in fase precontrattuale. Tale revisione si rende necessaria al fine di rivalutare alcune caratteristiche, proprie delle polizze unit e index linked, che sono oggi considerate indizi di una possibile riqualificazione di tali prodotti in strumenti finanziari in senso stretto.

Tra gli aspetti di maggior criticità si è evidenziato come alcuni prodotti (specialmente di matrice estera) diano al contraente la possibilità di **intervenire nelle scelte di investimento delle somme versate** a titolo di premio. A rigore ciò non dovrebbe invece poter accadere poiché, a differenza degli accordi riguardanti i servizi di investimento, nei prodotti assicurativi i clienti non possono avanzare alcun diritto in ordine alla gestione dei premi che, una volta corrisposti all'impresa di assicurazione, entrano a far parte del patrimonio di quest'ultima e da quest'ultima devono essere gestiti in maniera esclusiva (c.d. principio di separazione patrimoniale)

Un secondo aspetto critico riguarda poi l'assunzione, in capo all'impresa, del cosiddetto **rischio demografico**. Nelle ultime pronunce i Tribunali hanno infatti seguito la posizione della dottrina maggioritaria, considerando il rischio demografico come un elemento costitutivo del contratto di assicurazione sulla vita, ammettendo invece che il rischio di investimento possa essere, in tutto o in parte, trasferito sul contraente. Nella pratica si chiede dunque alle imprese di non considerare l'evento decesso come una mera occasione di pagamento bensì di assumere un effettivo impegno affinché il valore delle prestazioni sia dipendente da una valutazione del rischio demografico, fino al punto di tenere conto dell'ammontare del premio versato nella determinazione delle coperture: solo così, ad avviso delle Corti, la polizza assumerebbe uno scopo previdenziale, integrando quanto previsto dall'art. 1923 del codice civile.

Un ulteriore profilo riguarda le **modalità di versamento del premio e di erogazione della prestazione assicurata**. Secondo l'interpretazione più restrittiva, il codice civile non lascerebbe spazio affinché il premio e la prestazione assicurativa possano essere corrisposti anche in natura (trasferendo dunque titoli o altri strumenti finanziari anziché denaro). Questa pratica, perfettamente attuabile nei contratti di investimento, viene quindi vista dalle Corti come un indizio circa la natura puramente finanziaria del contratto di assicurazioni.

Come si può notare, sono dunque numerosi gli aspetti relativi ai propri prodotti che le imprese di assicurazione sono chiamate a ripensare. Nei mesi a venire ci aspettiamo dunque di osservare un progressivo rinnovamento delle polizze linked di nuova emissione sul mercato.

*Silvia Colombo  
Studio legale Jenny & Partners*

## MANAGEMENT

### Coaching, mentoring e counselling: sinonimi?



Il **coaching** è un termine che è stato preso in prestito dal mondo dello sport dove esiste un coach (allenatore) che ha il compito di allenare la squadra o i suoi singoli appartenenti nell'ottica di un miglioramento delle performance. Nel mondo aziendale è caratterizzato da una relazione capo - collaboratore dove il collaboratore non è diretto ed indirizzato nelle sue azioni dal capo ma, al contrario, viene stimolato a svilupparsi secondo una sua propria linea di condotta. Il compito del coach è soprattutto quello di "liberare le potenzialità di una persona perché riesca a portare al massimo il suo rendimento"

Il **mentoring**, invece, rappresenta un rapporto tra un saggio ed un allievo senza relazione gerarchica. Il "saggio" offre aiuto ad un collega più giovane, per l'inserimento nel contesto aziendale, l'orientamento professionale o lo sviluppo delle sue potenzialità. Il rapporto è incentrato su incontri non formali, spesso non programmati, in cui i due soggetti possono anche lavorare fianco a fianco per lo sviluppo del loro lavoro. Una relazione meno basata sull'ascolto, sull'utilizzo delle domande e dei feed back ma, non per questo, meno efficace e produttiva.

Il **counselling** è una tipologia di relazione di aiuto, maggiormente incentrata sui bisogni dell'individuo, che ha come finalità il fornire un supporto psicologico per il migliore adattamento nell'organizzazione. Esso individua una relazione tra un esperto esterno all'organizzazione ed un dipendente dell'azienda, volta a sviluppare le competenze e/o favorire l'adattamento al ruolo.

Risulta quindi evidente come i tre termini presentino diversità proprio per le modalità di erogazione e per le finalità che si propongono. I non addetti ai lavori molto spesso ritengono il coaching, mentoring e counselling come sinonimi di una stessa attività.

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



## PRODOTTI

### Con FlexFood, merci assicurate sui camion e in magazzino

La polizza All Risk di Assiteca, studiata per gli imprenditori che lavorano nel settore alimentare, rimborsa anche perdite di tipo indiretto

Congelatori rotti. Camion bloccati. Merce conservata male che finisce per marcire ed essere buttata nella spazzatura. Ogni giorno, sono questi i rischi che devono affrontare i piccoli e medi imprenditori che lavorano nel settore alimentare. Ecco perché Assiteca, uno dei principali gruppi di brokeraggio assicurativo con 19 sedi in Italia e tre filiali in Spagna, ha messo sul mercato **FlexFood**. Una polizza trasporti All Risk, studiata per offrire una protezione a tutto tondo ai nuovi clienti del gruppo. FlexFood propone una soluzione integrata che affronta e risolve i potenziali problemi che si possono verificare sia nel settore dei trasporti, sia in quello dell'industria alimentare. La polizza, infatti, assicura tutti i rischi legati al trasporto, alla movimentazione e alla giacenza a magazzino sia di materie prime, sia di prodotti finiti.

Fra le caratteristiche più innovative del prodotto, il diritto di essere rimborsati anche per danni e perdite di tipo indiretto. E' la prima volta che un prodotto assicurativo commercializzato in Italia prevede questa possibilità, che si concretizza attraverso tre diverse clausole:

- La **Delay Clause**, ovvero la clausola che copre i "danni da ritardo". La polizza riconosce un importo per ogni giorno di ritardo sulla consegna e garantisce un risarcimento anche per i danni diretti alla merce come conseguenza del ritardo stesso.
- La **Unsellable Clause**, ovvero la clausola di "non commerciabilità del prodotto". Questa polizza tutela gli imprenditori dai danni che si verificano quando un prodotto viene respinto dal fornitore che non lo ritiene commerciabile secondo gli standard di mercato.
- L'**Emergency Costs Clause**, ovvero la clausola che prevede il rimborso delle spese sostenute per contenere i danni derivanti da una minaccia imminente di inquinamento e necessarie per limitare conseguentemente i danni alla propria immagine.

Per maggiore sicurezza, FlexFood prevede anche la possibilità di inserire una copertura per le merci conservate nel magazzino di proprietà dell'assicurato e sui camion addetti al trasporto, in modo da ottenere un risarcimento in caso di danno ai congelatori per la rottura o il malfunzionamento degli impianti.

La Divisione Speciale Trasporti del Gruppo Assiteca, una struttura operativa formata da professionisti con grande esperienza nel settore, si occuperà di fornire assistenza specializzata su tutto il territorio ai clienti che avranno bisogno di aiuto in caso di sinistri.

*Emanuela Meucci*



## COMPAGNIE

### Sace sarà advisor di Exiar, l'agenzia russa di assicurazione crediti

La compagnia fornirà a Exiar servizi di consulenza e un programma di formazione tecnica

**Sace**, compagnia specializzata nell'assicurazione del credito, si è aggiudicata il contratto di advisory per la costituzione e l'avvio delle attività di **Exiar**, la nuova agenzia russa per l'assicurazione del credito all'esportazione e gli investimenti, creata l'ottobre scorso. L'agenzia è controllata per la sua totalità dalla **Banca di sviluppo russa Vnesheconombank**.

Sace fornirà a Exiar servizi di consulenza e un programma di formazione tecnica incentrato su prodotti, processi, gestione e valutazione dei rischi. Sace opera da anni nel settore dell'export credit e di recente si sta rivolgendo ai nuovi operatori dei mercati emergenti.

La collaborazione tra Sace e Exiar sarà ulteriormente rafforzata dalla sottoscrizione di un memorandum d'intesa volto a moltiplicare le opportunità commerciali e di investimento all'estero, nei rispettivi mercati di riferimento e in quelli dell'area Csi.

Queste iniziative sosterranno investitori ed esportatori italiani nei Paesi Csi, dove la compagnia ha allo studio nuove operazioni per un valore di oltre un miliardo di euro nei settori dell'energia, delle infrastrutture e dell'aeronautica (in particolare per Sukhoi-Superjet).

La Russia è d'altronde il primo mercato estero nel portafoglio di Sace con un'esposizione superiore a 5,4 miliardi di euro. La compagnia definisce l'ex Paese sovietico "un partner fondamentale per lo sviluppo di business nell'area Csi, dove entrambe le agenzie potranno svolgere al meglio il loro ruolo di catalizzatori di crescita e mitigatori dei rischi".

