



EDITORIALE

Collaborazione tra pubblico e privato

Una madre di due gemelli, per risparmiare sul ticket, sottopone solo uno dei due alle visite specialistiche per dare poi a entrambi la stessa cura. E' solo uno dei tanti esempi di questa Italia che non arriva a fine mese, di una povertà che si diffonde e che si arrende alla disparità sociale, creata da un welfare oggi carente e destinato a divenire insostenibile domani. Da tempo il settore assicurativo richiede un nuovo rapporto tra pubblico e privato, in cui l'assicurazione (compagnie e intermediari) possa riscoprire il reale ruolo sociale che le compete. Proprio con questo vento di crisi, però, si hanno probabilmente più possibilità di rivedere le basi del sistema di welfare, della previdenza e della salute degli italiani. Affinché si redistribuiscano le opportunità, all'insegna di un'Italia equa anche grazie alla collaborazione del privato, di un futuro per tutti. E non solo per i più fortunati.

*Maria Rosa Alaggio,
direttore Insurance
Magazine e Insurance
Trade*

alaggio@insuranceconnect.it

MERCATO

Liberalizzazioni: i dubbi dei consumatori

Fabrizio Premuti, responsabile assicurativo di Adiconsum, valuta nel dettaglio il decreto varato dal governo Monti

L'iter di approvazione del decreto sulle liberalizzazioni è entrato nella sua fase più calda. In Parlamento è partito il confronto tra le parti in causa per apportare, ove necessarie, modifiche al testo licenziato dal governo. Tra le realtà più attive, in questo momento, ci sono ovviamente le associazioni dei consumatori. **Fabrizio Premuti, responsabile assicurativo di Adiconsum**, commenta nel dettaglio le singole misure prese dall'esecutivo.



Fabrizio Premuti, Adiconsum

Mutui immobiliari

Con questa norma, il governo obbliga gli istituti erogatori di mutui che condizionano l'offerta, alla stipula di una polizza, a prospettare al cliente almeno due preventivi di due differenti compagnie. "Così come formulato - comincia Premuti - il doppio preventivo contrasta con quanto previsto dal regolamento Isvap che è più stringente per le banche. Sugeriamo al governo un'indicazione di maggiore libertà per il consumatore. La vera liberalizzazione ci sarà quando il cliente sarà in grado di presentarsi in banca con un prodotto scelto autonomamente in base alle sue indagini di mercato". (Continua a pag. 2)

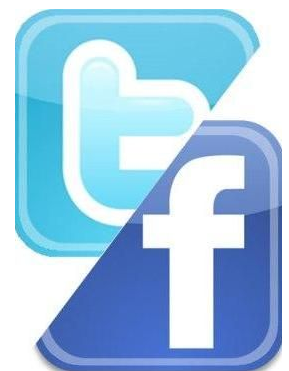
BREVI DA WWW.INSURANCETRADE.IT

Goldman Sachs, su Generali pesa il debito italiano

Goldman Sachs ha mantenuto il giudizio neutral su **Generali**. La banca ha invece tagliato il target price da 16 a 13 euro. Secondo gli analisti il Leone di Trieste è una società ben gestita e guidata da manager abili, ma la crescita dei rendimenti dei titoli sovrani italiani ha di fatto minato la flessibilità patrimoniale del gruppo.

Mediobanca guiderà gli aumenti di Unipol e Fonsai

Mediobanca guiderà il consorzio di garanzia per gli aumenti di capitale di **Unipol** e **Fonsai**. "Ugf e Fondiaria-Sai - si legge in una nota - hanno ricevuto la disponibilità da parte di Barclays Capital, Credit Suisse, Deutsche Bank, Mediobanca, Morgan Stanley, Nomura, Ubs e UniCredit a partecipare, in qualità di joint global coordinators e joint bookrunners, a condizioni in linea con la prassi di mercato, successivamente alla soddisfacente analisi del progetto di integrazione, al consorzio per i suddetti aumenti di capitale".



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



Risarcimento diretto e in forma specifica

Adiconsum manifesta qualche perplessità sul secondo comma dell'articolo. La norma stabilisce che il risarcimento, in presenza di idonee garanzie sulle riparazioni, sia ridotto del 30%. "Qui - commenta Premuti - sorge un dubbio di costituzionalità. Siamo in presenza di un diritto al risarcimento. Non parliamo di indennizzo. Per noi la soluzione è cassare il comma oppure spingere verso una riparazione obbligatoria. Si elimina il risarcimento in forma economica e si equipara tutti allo stesso livello. Ognuno potrà avere il risarcimento solo in relazione alla riparazione del mezzo. Così si ottiene una copertura completa del danno, che comprenderebbe anche le voci aggiuntive, e si riduce il fenomeno dei veicoli che circolano in ridotte condizioni di sicurezza".



Contrassegno elettronico

Premuti si dice in accordo con il principio della smaterializzazione del contrassegno. I dubbi, però, sorgono sulla fase successiva. "Ciò che è riduttivo - spiega - è che in caso di accertamento di un veicolo non assicurato la Motorizzazione si limita a mandare una lettera al proprietario della macchina. Noi avremmo previsto, così come avviene a seguito dei controlli operati dai vigili urbani, la possibilità di far scattare la confisca dell'autovettura".

Scatola nera e liquidazione dei danni

Sulla scatola nera il ragionamento di Adiconsum combacia con quello del governo. Eppure l'associazione dei consumatori tiene alta l'attenzione su alcuni punti. "E' importante - incalza Premuti - che i dispositivi siano omologati dal punto di vista tecnico e che sia previsto in ognuno di essi anche l'accelerometro. Solo così è possibile condurre una lotta alle frodi e alle speculazioni (specie quelle sui danni fisici). Inoltre va specificato che le compagnie devono assumersi anche i costi di esercizio e disinstallazione. Altrimenti la scatola nera, da incentivo alle liberalizzazioni, può diventare sconveniente per tutti gli automobilisti che la scelgono". Per quanto riguarda la liquidazione dei danni, invece, si ravvisa un contrasto con l'articolo 29. "Non è possibile - dichiara Premuti - che in un articolo si paventa la decurtazione del 30% e in un altro non si fa più accenno ad essa. Credo che il testo vada riequilibrato, con l'intervento sull'articolo 29".



Obbligo di confronto delle tariffe Rc auto

"Per noi - conclude Premuti - il tema è importantissimo. La scelta non rivoluziona il mercato perché un agente mandatario di una compagnia non proporrà mai altri prodotti. Noi siamo per dare agli intermediari la possibilità di collaborare tra loro. Anche attraverso scambi economici. Questa figura di agente 'quasi plurimandatario' potrebbe illustrare liberamente le offerte migliori per il consumatore e mantenere, allo stesso tempo, la sua clientela".

Fabio Forlano



La Cassazione, risarcimento valido anche se il tagliando è falso

La sentenza n. 24089/11 della Corte di Cassazione ha stabilito che se il veicolo danneggiante espone un contrassegno falsificato ma apparentemente valido, l'assicuratore è comunque responsabile se non prova l'inesistenza del rapporto assicurativo.

La tutela dell'affidamento del danneggiato si spinge a coprire anche l'apparenza del diritto: in caso di contrassegno contraffatto o falsificato che risulti però apparentemente valido, per escludere la responsabilità dell'assicuratore "occorre che questi provi l'insussistenza di un proprio comportamento colposo, tale da ingenerare l'affidamento erroneo del danneggiato".

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



NORMATIVA

Art. 34: nuove sanzioni per gli intermediari

Il decreto liberalizzazioni (d. l. n. 1/2012) prevede all'art. 34 nuovi oneri di informativa nella distribuzione di polizze r. c. auto, assegnando agli intermediari il compito di illustrare tariffe e condizioni di assicurazioni di almeno tre compagnie appartenenti a gruppi diversi. L'obbligo riguarda le garanzie di responsabilità civile obbligatorie, ma non è richiesto che l'intermediario debba necessariamente rappresentare tutte le compagnie di cui è tenuto ad illustrare le polizze.

L'inadempimento dell'obbligo di informativa comporta due sanzioni: **una che incide sulla validità del contratto di assicurazione stipulato**, che potrà essere dichiarato nullo; **l'altra di natura amministrativa pecuniaria** prevista a carico dell'agente e della compagnia, con qualche particolarità che vedremo.

L'azione di nullità del contratto può essere avviata (in giudizio) solo dal cliente che non abbia ricevuto dall'intermediario l'informativa su almeno tre tariffe di mercato, e comporta - se accolta dal giudice - l'annullamento del contratto e l'obbligo di restituzione dei premi pagati a carico della compagnia. Resta da capire come regolarsi nel caso in cui nel frattempo, durante l'efficacia della garanzia, siano stati pagati eventuali sinistri, e se la compagnia possa chiedere al cliente la restituzione di quanto pagato a terzi.

Più complesso interpretare la norma che dispone la sanzione amministrativa pecuniaria, che pare indicare come destinataria della sanzione la compagnia. La norma dice che la sanzione è irrogata *"a carico della compagnia che ha conferito il mandato all'agente, che risponde in solido con questo"*. Pur nella sua difficile formulazione, lascia invece intendere che il ruolo della compagnia è quello di coobbligata solidale per il pagamento della sanzione con l'agente, che resta il primo destinatario della sanzione. È infatti l'intermediario l'unico obbligato all'adempimento dell'obbligo di confronto delle tariffe r. c. auto, e quindi tale figura - specificamente qualificata con l'agente - va individuata come destinataria della sanzione, mentre la compagnia resta solo (civilmente) obbligata in solido al pagamento della sanzione.

La circostanza che la sanzione sia diretta agli agenti e non anche agli altri intermediari, e che sia stata disposta la solidarietà della compagnia mandante, pare confermare che il nuovo obbligo di informativa sia connaturato al rapporto di agenzia, ed all'interesse a sviluppare per tale canale distributivo un maggior livello di concorrenza. L'uso del generale termine "intermediario" come destinatario del nuovo obbligo non potrebbe infatti riferirsi ai broker, che già per la natura dell'incarico ricevuto dal cliente ha l'onere di ricercare la migliore soluzione offerta dal mercato. Considerando che questi sono i due principali (se non quasi esclusivi) canali per la distribuzione di polizze r. c. auto, si deve ritenere che la norma sia principalmente diretta al canale agenziale.

In conclusione, la sanzione stabilita a carico degli agenti si riferisce direttamente alla violazione dell'obbligo di illustrazione e rappresentazione al cliente di più tariffe e condizioni di assicurazione di diverse compagnie, non necessariamente tutte rappresentate dall'agente, in modo che al cliente sia fornita una indicazione su diverse offerte del mercato. Destinatario della sanzione è l'agente, con il quale la compagnia mandante risponde in solido. Va infine ricordato che l'inadempimento di tale nuovo obbligo di informativa può comportare effetti valutabili anche sotto il profilo disciplinare.

*Antonio Longo, Studio legale Longo, Docente di diritto degli intermediari finanziari
Università della Tuscia, Viterbo
studio@longostudiolegale.it*

MANAGEMENT

Leadership emozionale: anche i timidi hanno una loro dignità

Essere timido è oggi un vantaggio. Questa è l'ultima teoria in fatto di leadership. Gli introversi, circa il 30% della popolazione, hanno meno amici, ma le loro relazioni sono molto più intense e solide. Questi soggetti sono prudenti e quindi prendono decisioni più ponderate, in più sono ottimi ascoltatori e questo è un elemento che agisce direttamente sull'ego di chi parla gratificandolo maggiormente rispetto ai rapporti con altre tipologie di soggetti. Di solito l'introverso, sebbene solitario è visionario e fantasioso, si circonda sempre di individui con grande indipendenza e grande creatività. Questa teoria introduce la figura del leader emozionale che ben s'inserisce tra i canonici **quattro stili di leadership: direttivo, persuasivo, coinvolgente, delegante**. Il leader emozionale basa la sua leadership su un rapporto con la realtà prevalentemente intuitivo ed empatico. Il suo atteggiamento lascia ampi spazi all'individualità, alla fantasia ed all'innovazione. Anche l'intuizione fa parte delle caratteristiche del leader emozionale. Un timido può quindi comunque essere un leader o viceversa sarà sempre al massimo un manager? La risposta è semplice: un manager è caratterizzato da capacità di gestione, organizzazione, concretezza, autorità, orientamento ai risultati e capacità di pianificare. Un leader invece deve avere carisma, autorevolezza, capacità di motivare, "vision", empatia, predisposizione al cambiamento e "cuore". Sicuramente un timido può diventare un leader. In realtà gran parte delle caratteristiche di leadership sono contenute nel modello leader emozionale con sfumature emozionali ed empatiche che gli altri stili hanno in forma ridotta. La vera differenza sta nel modo di porsi, nella comunicazione, nell'interagire con i propri collaboratori. Il leader emozionale basa il suo modo di rapportarsi su capacità relazionali diverse dagli altri modelli, ma in particolari settori ottiene sicuramente risultati migliori in virtù della spiccata capacità di innovazione e di visione che è insita nel suo modo di pensare, agire ed essere.

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



MERCATO

Nel 2012 meglio investire in settori anti ciclici

I consigli di Edmond de Rothschild Investment Managers, che ha analizzato i rischi connessi ai debiti sovrani nell'Euro Zona

Ottocento miliardi di euro: è questa la somma che i governi europei dovranno riuscire a trovare nel 2012 per rifinanziare il proprio debito sovrano grazie alla compra-vendita di bond. Una sfida che è stata analizzata da **Edmond de Rothschild Investment Managers**, società specializzata nel private banking, che ha condotto uno studio sul debito sovrano dell'Euro Zona curato da Etienne Gorgeon, Head of fixed income and credit. L'analisi parte da una disamina della situazione italiana. Il Belpaese deve rifinanziare 220 miliardi di debito attraverso la vendita dei suoi titoli, che mantengono un rendimento vicino al 6% su un periodo di 10 anni. L'Italia rischia di subire nei prossimi mesi un secondo declassamento, che potrebbe avere effetti imprevisi sui mercati. A complicare la situazione c'è anche la perdita della *trippla A* della Francia. Un risultato che rischia di avere effetti negativi su tutto il continente: tutta l'Europa rischia di veder abbassato il suo rating, che potrebbe passare da *AAA* a *AA*. Pesa anche la situazione greca. Nonostante gli sforzi e le trattative, non è ancora stato approvato un piano in grado di salvare Atene dal fallimento e i grandi investitori internazionali potrebbero decidere di lasciare l'Europa. L'unico Paese che per il momento continua a mostrare una forte stabilità è la Germania. Il rendimento dei bond tedeschi non ha superato il 2%, prova della solidità finanziaria del Paese. L'altra faccia della medaglia, però, è rappresentato dalla scarsa attrattiva che esercitano titoli con un rendimento così basso. Dal punto di vista del debito delle imprese private, è necessario sottolineare che la situazione risulta più solida rispetto a quella del debito sovrano degli Stati. "In ogni caso - si legge nel rapporto - il mondo del credito deve ancora fronteggiare una forte volatilità. Ecco perché è necessario essere molto selettivi. (...) Da questo punto di vista, il nostro portafoglio è caratterizzato dalla scommessa su alcuni settori forti". In particolare, la Edmond de Rothschild Investment Managers consiglia di investire a breve e a medio termine in settori non ciclici e di alta qualità e su aziende con filiali in diversi Paesi del mondo. Fra i settore più sicuri, quello dei cablaggi, degli alimenti e del confezionamento, mentre il settore automobilistico rischia di pagare ancora gli effetti della crisi.

Emanuela Meucci

Il futuro di internet

Uno studio di Bcg svela che nel 2016 il business del web raddoppierà. Anche grazie alla solita Cina

Entro il 2016 il giro d'affari dell'internet economy nei paesi del G-20 raggiungerà i **4.200 miliardi di dollari**: circa il doppio rispetto al 2010, quando la ricchezza connessa alla rete si attestava a **2.300 miliardi**. I fattori di questa inarrestabile ascesa saranno l'aumento della popolazione attiva online, che per quell'anno toccherà quota tre miliardi (il 45% dell'intera popolazione mondiale), l'ascesa dei mercati emergenti, la popolarità dei dispositivi mobili (smartphone e tablet), e la crescita dei social media.

I dati sono stati certificati da **Boston Consulting Group** e **Google**, che hanno presentato lo studio "*The Digital Manifesto: how companies and countries can win in the digital economy*", approfondendo le analisi e i risultati emersi da 14 studi locali, sempre commissionati da Google a Bcg nel corso del 2011.

"Nessuna azienda o Paese può permettersi di ignorare questo sviluppo. Ogni società ha bisogno di passare al digitale", ha commentato David Dean, coautore del rapporto e senior partner di Bcg. "Il nuovo internet non riguarderà solo l'occidente, non sarà più solo accessibile dal pc: sarà globale, onnipresente e partecipativo".

Ma lo sviluppo delle nuove tendenze della rete non sono ancora comprese da molti manager e policymaker. Il report di Bcg pone in risalto le differenze tra l'internet "antico" e quello "moderno".

Venti anni fa, alla nascita commerciale del web, internet era quasi un bene di lusso: oggi è ovunque, e la metà della popolazione del G-20 prevede di utilizzarlo entro il 2016.

Sempre entro quell'anno, quasi il 70% degli utenti nel G-20 provverrà dai mercati emergenti, contro il 56% del 2010. In **Cina** saranno quasi **800 milioni** le persone che navigheranno in rete: lo stesso numero di Francia, Germania, India, Giappone, Regno Unito e Stati Uniti messi insieme. Il contributo dei mercati emergenti per l'internet economy del G-20 crescerà da meno di un quarto nel 2010 a più di un terzo nel 2016.

I dispositivi mobili rappresenteranno circa l'80% di tutte le connessioni a banda larga nelle nazioni del G-20, mentre i social media stanno cambiando i modelli di comunicazione globali. In Paesi come Argentina, Brasile, Indonesia e Messico oltre il 90% degli utenti è impegnata nei social media: questi vengono utilizzati più ampiamente rispetto ai mercati sviluppati per la creazione e la condivisione dei contenuti.

I consumatori stanno iniziando a trarre un valore straordinario da internet, secondo il rapporto di Bcg. Nei Paesi del G-20, il valore di beni cercati prima online e poi acquistati offline raggiunge i 1.300 miliardi di dollari: una cifra che rappresenta il 2,7 per cento del pil globale.

Fabrizio Aurilia

