



EDITORIALE

## L'agente tra tariffe e sanzioni

L'obbligo di presentare al cliente il confronto tra tre tariffe (ma solo per l'Rca e non per le coperture accessorie) si tradurrà, sostengono gli intermediari, in maggiore produzione di carta, aumento delle procedure di adeguamento dell'informativa, tempo e risorse da impiegare per evitare omissioni (e quindi per gli opportuni controlli), pena sanzioni. Crescono quindi le contrarietà degli intermediari verso il decreto sulle liberalizzazioni, ritenuto inefficace e paradossale: qualcuno chiede se a questo punto non sia il caso di aspettarci di ricevere tre preventivi anche da idraulici o elettricisti... Altri ritengono che per creare concorrenza si deve intervenire sulle fabbriche prodotte e non sulle attività distributive. Ma tutti sono d'accordo nel sostenere che questo decreto rappresenta solo un'opportunità in più per l'Isvap di sanzionare il settore.

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

MERCATO

## Panarelli: bene le liberalizzazioni, primo passo per lo sviluppo

Il direttore generale di Consap plaude al pacchetto sulla concorrenza, ma lo considera solo un capitolo del progetto per la crescita. Per le imprese assicurative essenziale sarà sviluppare il ramo danni, con un occhio alle catastrofi naturali

Il *libro bianco* per lo sviluppo del Paese deve essere scritto in diversi punti e non può limitarsi a fornire una ricetta unica: il decreto del governo Monti di venerdì scorso sulle liberalizzazioni rappresenta un capitolo importante.

**Paolo Panarelli, direttore generale di Consap**, la società che gestisce in concessione i servizi assicurativi pubblici, sintetizza con pragmatismo, cautela e fiducia il punto d'approdo della prima fase del pacchetto cosiddetto Cresci Italia, che dovrebbe, appunto, riavviare il motore del Paese.



Paolo Panarelli, direttore generale Consap

“Possiamo dire – comincia Panarelli, commentando il decreto sulle liberalizzazioni – che sicuramente i provvedimenti nel loro complesso vanno nella direzione giusta. Ma è necessario ricordare che l'argomento liberalizzazioni va inserito in un più ampio concetto di sviluppo dell'Italia”.

Non basta quindi aver imposto agli intermediari l'obbligo di proporre più tariffe ai clienti; introdotto la responsabilità dei periti in caso di accertamenti non veritieri; introdotto il risarcimento in forma specifica e la dematerializzazione dei contrassegni entro due anni; oltre ovviamente agli sconti sulla polizza per chi vorrà installare una scatola nera sull'auto. (continua a pag. 2)

EVENTO SPECIALE PER TUTTI GLI ISCRITTI

## TAVOLA ROTONDA

Da oggi è online sul sito [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it) il video della tavola rotonda organizzata da **Insurance Connect** venerdì 20 gennaio, dal titolo **"Liberalizzazioni nel settore assicurativo: vera concorrenza?"** Per vederlo è necessario iscriversi al portale. E poi ancora tanti contenuti esclusivi, visibili solo dagli iscritti.



Da sinistra: Massimo Treffiletti, Maria Rosa Alaggio, Paolo Panarelli, Maurizio Hazan, Giuseppe Mornata



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



“Le liberalizzazioni – continua Panarelli –, che richiamano le più ampie tematiche di apertura al mercato attraverso l’abbattimento di barriere, rappresentano un capitolo importante, ma non basta un unico intervento per rilanciare lo sviluppo di un Paese: e non mi riferisco solo all’Italia, ma penso anche agli altri partner europei”.

La crescita, questo mantra che la comunità economica mondiale ripete da mesi quale unico modo per risolvere l’Euro Zona, è quindi anche secondo Panarelli il vero obiettivo di ogni provvedimento del governo.

“Va considerata indubbiamente l’ottica temporale in cui il governo è costretto a muoversi”, ricorda Panarelli. Ecco perché le liberalizzazioni, benché efficaci e foriere di sviluppo, “hanno colpito gruppi ristretti e categorie”.

Per quanto riguarda le assicurazioni, però Panarelli riscontra buone e confortanti indicazioni: “Da parte delle imprese e dell’Ania, al di là di profili diversi su specifiche norme, i giudizi sulle liberalizzazioni sono stati positivi”.

Uno stimolo per le compagnie assicurative arriverebbe però soprattutto dallo sviluppo del ramo danni che, come sottolinea Panarelli “è pesantemente sottosviluppato rispetto alla media europea”.

Il discorso svolta evidentemente sul tema delle catastrofi naturali, sempre più frequenti in Italia. “L’argomento – precisa – è stato affrontato di recente durante un tavolo di discussione organizzato dalla Protezione civile. Il problema è la copertura del rischio: al di là di tutti gli ineludibili aspetti del risarcimento alle vittime e di prevenzione virtuosa, dovrebbe essere sviluppata una legislazione ad hoc – conclude Panarelli – che rendesse obbligatoria l’assicurazione per le catastrofi naturali”.

*Fabrizio Aurilia*

## LUTTO NEL MONDO ASSICURATIVO

### E' morto Sandro Salvati, presidente della Fondazione Ania per la sicurezza stradale

È deceduto questa notte a Milano **Sandro Salvati** presidente della Fondazione Ania per la sicurezza stradale. Sandro Salvati, 65 anni, vantava un'esperienza quarantennale nel mondo assicurativo e finanziario. Ha ricoperto incarichi di ceo e top management nei maggiori gruppi assicurativi: da Toro ad Alleanza, Generali, da Allianz a Zurich e Sai. Dal 1991 al 1998 ha ricoperto vari ruoli di top management all'interno di Alleanza Assicurazioni, rigenerando in quegli anni la compagnia in termini di strategie, sistema distributivo, information technology e prodotti offerti.

Tra il 2005 e il 2006 è stato ceo del Gruppo Toro Assicurazioni, guidandone la ristrutturazione e la quotazione in borsa nel 2006: un caso di successo sul mercato italiano.

In qualità di presidente della Fondazione ha realizzato negli ultimi anni importanti azioni di sensibilizzazione verso le problematiche della sicurezza stradale.



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





INTERMEDIARI

## Salvi: le liberalizzazioni sono ingiuste, incoerenti e inefficaci

**Duro attacco di una parte dello Sna, che fa riferimento a Roberto Salvi, recentemente battuto di misura alle elezioni per la presidenza del sindacato da Claudio Demozzi, contro il decreto del governo approvato venerdì scorso. Il movimento Agenti al Centro chiede un'azione rapida del nuovo presidente per cambiare le norme sugli intermediari**

Gli intermediari si fanno sentire. Dopo il sì (con riserva) delle compagnie, il plauso (pur con evidenti distinguo e profili critici) dell'Ania e l'entusiasmo dei consumatori che sperano giustamente di veder calare il costo dei premi Rc auto, arriva la dura risposta degli intermediari. O meglio, di una componente cospicua degli agenti iscritti allo Sna, il più grande sindacato di categoria, guidato ora dal nuovo presidente **Claudio Demozzi**, dopo la vittoria di misura conquistata contro la lista di **Roberto Salvi**. Ed è proprio quest'ultimo a riaccendere la miccia del confronto con il presidente e soprattutto a criticare molto aspramente il decreto sulle liberalizzazioni, licenziato venerdì dal Consiglio dei ministri.

In una lettera inviata direttamente a Claudio Demozzi e diffusa in questi giorni tra i colleghi del sindacato, Salvi rimprovera il presidente di non aver fatto abbastanza per difendere le ragioni della categoria. "La lettera che hai inoltrato alle massime Cariche Istituzionali dello Stato - attacca Salvi - poteva e doveva essere accompagnata da azioni più incisive nella fase strategica del dibattito politico sulle liberalizzazioni". Secondo l'ex sfidante di Demozzi, che ora guida il movimento Agenti al Centro in seno al sindacato, se gli intermediari si fossero "mossi bene" avrebbero potuto "indirizzare e sollecitare le scelte del Governo". Salvi, entrando nel merito delle liberalizzazioni, sostiene che sia "necessario a questo punto affermare con determinazione" quanto il decreto sia "ingiusto, incoerente, inefficace e paradossale".

E' inefficace rispetto all'obiettivo del Governo di ridurre i costi della Rc auto per i consumatori, si legge nella lettera. "E' risaputo ed evidente - continua Salvi - che la causa principale dei continui aumenti delle polizze Rc auto è da ricondursi all'approccio, non adeguatamente controllato da Istituzioni ed Organi di Vigilanza, che le compagnie hanno verso il mercato". Dal punto di vista degli agenti invece "l'obbligo dei tre preventivi rappresenta un ulteriore inutile aggravio burocratico, oltretutto facilmente aggirabile dalle compagnie, che costituisce, in particolare per le agenzie di piccole dimensioni fortemente presenti nella rete di vendita, un ulteriore impedimento per poter dedicare tempo alla consulenza a favore dell'utente".

Contemporaneamente, fa notare Salvi, "non esiste alcuna categoria di lavoratori costretti, gratis, a propagandare prodotti e servizi della concorrenza". Il decreto sarebbe incoerente perché "le altre liberalizzazioni riguardano per lo più categorie che decidono il prezzo dei servizi che vendono (ad esempio avvocati) e quindi l'abolizione dei prezzi minimi potrebbe generalmente calmierare le tariffe. Gli intermediari assicurativi invece non hanno potere diretto sulle tariffe". In ultimo Salvi definisce addirittura "paradossale" che non venga nemmeno riconosciuta "la possibilità di collaborazione imprenditoriale tra agenti", così che gli intermediari sarebbero "obbligati ad una complessa e rigida opera di consulenza con conseguenti responsabilità di trasparenza ed adeguatezza, senza libertà di operare".

Fin qui le cose che la componente agenti capeggiata da Salvi critica, se non rifiuta, del pacchetto liberalizzazioni. Ma la lettera non si esaurisce e gli Agenti al Centro propongono le loro soluzioni in forma di consigli al neo presidente Demozzi. Vogliono, tra le tante richieste "l'organizzazione di una rapida attività di volantinaggio nelle agenzie; verificare con pareri legali la possibilità di presentare un immediato ricorso al Tar per manifesta inapplicabilità della norma; scrivere all'Isvap sulla incompatibilità del Decreto sul Regolamento; iniziare una raccolta di firme per una proposta di legge di iniziativa popolare per il riordino del mercato assicurativo; indire una manifestazione a Roma davanti al Parlamento, coinvolgendo le Associazioni dei Consumatori e scrivendo ai Parlamentari per informarli dettagliatamente della problematica".

Insomma Salvi chiede una mobilitazione di massa, stile camionisti o taxisti, fatte le dovute proporzioni. "Dobbiamo assolutamente ottenere - continua Salvi - che il testo venga emendato in parlamento. E' l'ultima possibilità che abbiamo, tenendo conto, ovviamente, che i tempi sono strettissimi". L'appello per una levata di scudi degli agenti si chiude con una richiesta di "un piano d'azione sindacale applicato con determinazione". "E' sicuramente il momento di agire", chiude la lettera.



Roberto Salvi



## TRAINING

### Formazione professionale: un'occasione da non perdere

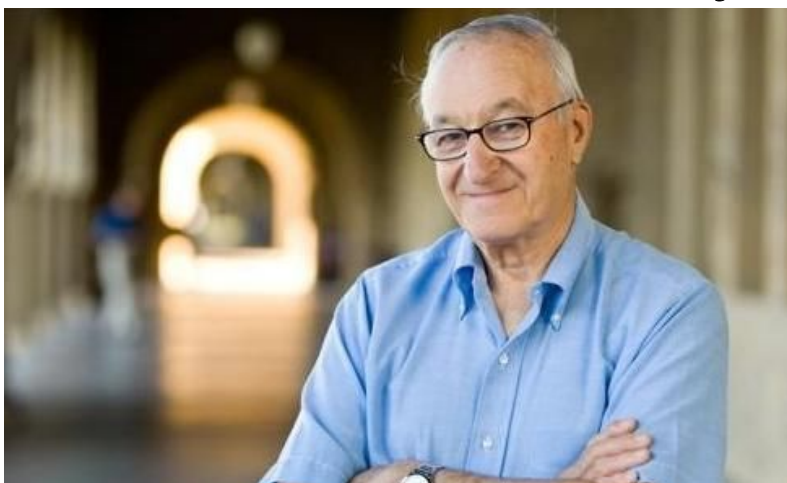
*"La formazione professionale [...] conforme almeno ai seguenti criteri: [...] ha come oggetto nozioni normative, tecniche, fiscali ed economiche, concernenti la materia assicurativa, con particolare riferimento alla disciplina dei contratti di assicurazione e alle disposizioni sulla tutela del consumatore, nonché le caratteristiche tecniche e gli elementi giuridici dei contratti assicurativi che verranno distribuiti dai produttori diretti..."*  
*Così recita il 2 comma dell'art. 17 Regolamento n.5 dell'Isvap.*

**Albert Bandura**, psicologo canadese, sostiene l'apprendimento per imitazione.

L'uomo impara guardando gli altri. In un esperimento classico dei bambini di scuola materna vennero messi in una stanza con degli attori adulti che agivano in modo aggressivo e violento con una bambola gonfiabile. In una seconda stanza, i bambini vennero messi in una situazione di frustrazione avevano dei giochi vicini ma gli veniva impedito giocarci. In una terza stanza i bambini erano in presenza della stessa bambola che avevano visto picchiare dall'adulto. I bambini cominciarono a imitare i comportamenti violenti appresi osservando, alle volte ripetendo gli stessi movimenti e gesti per picchiare la bambola.

**Che relazione c'è fra l'art.17 del Regolamento n. 5 e la teoria di Bandura?** In apparenza nulla, dal mio punto di vista invece la convinzione di una occasione ghiotta per sfruttare l'obbligatorietà della formazione professionale attraverso metodologie innovative, basate sulla partecipazione attiva dei discepoli, con role-play e quant'altro faccia loro imparare materie inanimate quali quelle tecnico-giuridiche-assicurative servendosi di metodologie tipiche del teatro e dello spettacolo in genere. Il risultato sarebbe senz'altro sorprendente. Sicuramente la partecipazione a corsi di aggiornamento professionale verrebbe vista come una occasione di vera crescita sia personale che professionale. Perché non tentare? Potrebbe essere veramente un modo intelligente per rendere più "friendly" un settore che oggi viene visto come piuttosto arido.

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



Albert Bandura



## PRODOTTI

### Genertel e Genertelife, lo spot lo fa il cliente

**Genertel inventa è la nuova campagna pubblicitaria delle due compagnie del Gruppo Generali. In tv, internet e radio fino al 17 marzo**

**Genertel e Genertelife**, le compagnie online che operano nel ramo danni, vita e previdenza del **Gruppo Generali**, hanno lanciato una nuova campagna di comunicazione. Protagonisti degli spot saranno proprio i clienti delle due compagnie, che illustreranno le qualità dei prodotti che hanno determinato il successo di Genertel e Genertelife: semplicità, innovazione, e personalizzazione delle soluzioni assicurative.

"La campagna *Genertel Inventa* è caratterizzata da elementi giovani e innovativi - spiega **Federica Alletto**, vice direttore generale di Genertel - e per sottolineare la flessibilità dei servizi offerti, vede come protagonisti i clienti stessi, con i loro desideri e bisogni". Per questo motivo, come slogan della campagna è stato scelto il claim *Tu inventi la tua vita e Genertel inventa le soluzioni che la proteggono*. La campagna è stata firmata dallo studio M&C Saatchi, e sarà on air fino al 17 marzo su tv, radio e internet.

*Genertel Inventa* è declinata in diversi soggetti a seconda del prodotto di riferimento. All'inizio di ogni spot, i protagonisti raccontano chi sono e spiegano qual è la loro "invenzione".

In chiusura viene mostrato il prodotto creato da Genertel per andare incontro alle invenzioni, ovvero ai desideri dei clienti.

**Emanuela Meucci**