



PRIMO PIANO

## Rc auto, l'Aneis contro il Mise

Sulla riforma Rc auto, "l'opposizione da parte dei carrozzieri non trova alcuna giustificazione", aveva dichiarato nei giorni scorsi Simona Vicari, sottosegretario al Mise, sottolineando il proprio entusiasmo per i contenuti del dl Destinazione Italia. Parole che non sono piaciute all'Associazione nazionale esperti infortunistica stradale (Aneis), che contesta duramente il sottosegretario, per bocca del suo presidente, Luigi Cipriano: "è bello sapere che Vicari è soddisfatta di tutte le novità sull'Rc auto introdotte con decreto legge. Un entusiasmo condiviso da ben pochi, se è vero che la stessa Ania definisce 'una follia' la parte del provvedimento relativo alla scatola nera". Inoltre, "è soddisfacente sapere che l'opposizione alla norma (riparazione presso carrozzerie convenzionate e divieto di cessione del credito) da parte dei carrozzieri non trova alcuna giustificazione: tanto che importa della libera concorrenza?", commenta sarcasticamente Cipriano, invitando il sottosegretario "a ricevere una delegazione di esperti del settore Rca e rappresentanti vittime della strada, al fine di acquisire maggiori conoscenze ed elementi di valutazione".

**Beniamino Musto**

INTERMEDIARI

## Cambiare partendo dalla tradizione

**A dieci anni dalla costituzione del gruppo aziendale Unat, da lui presieduto, Franco Grandi fa un bilancio dell'operato svolto e traccia la strada verso la riorganizzazione in Generali Italia: una sfida difficile e dispendiosa, in una realtà aziendale prestigiosa. Da fare, in un'ottica di cambiamento, ma senza abbandonare le eccellenze del passato**

"Pronti al cambiamento ma sulle fondamenta della tradizione". Con questo spirito si basa la migrazione di **Toro** verso **Generali**: "un passaggio in cui restano la professionalità e le organizzazioni agenziali, ma dove non si può pensare che sistemi operativi, budget, prodotti e la *quotidianità*, rimangano fermi e cristallizzati in un mondo che cambia alla velocità della luce".

Queste le intenzioni dichiarate in occasione del 10° anniversario del **gruppo aziendale Unat** dal suo presidente, **Franco Grandi**: 48 anni, una laurea in giurisprudenza e un compito gravoso assunto nel pieno degli stravolgimenti aziendali, pianificati da **Mario Greco** alla guida di Generali. È noto, a tutto il mercato, il piglio *riformatore* dello stesso: fusioni, sostituzione di un management che tutti credevano *posizionato*, il cambio di brand, a Generali Italia, un passo importante e delicato, affrontato in passato, dall'allora presidente, Senatore Merzagora, negli anni '70: da *Assicurazioni Generali* al solo *Generali*.

Da anni, dedito a questa professione con grande entusiasmo e determinazione, Franco Grandi ha iniziato questo percorso professionale quando era un giovane studente universitario, assunto da Generali in qualità di produttore. Dopo qualche anno le sue capacità produttive, in particolare nel ramo vita e nella tutela legale, attirano l'attenzione della concorrenza: un'agenzia Toro Assicurazioni di Busto Arsizio (Va), lo chiama per seguire tutta la parte commerciale. Nel frattempo, si laurea ma non cambia settore: dopo nove anni, nel 2002, gli viene affidato il mandato agenziale, assieme ad altri tre soci. Presidente del gruppo Unat (Toro), costituito dieci anni fa, ha sempre dimostrato interesse per la vita associativa, inizialmente come responsabile di commissioni e poi come vice presidente. Oggi, la storia convulsa di questo mercato e uno strano destino, lo riconducono verso i patri lidi, in Generali Italia.

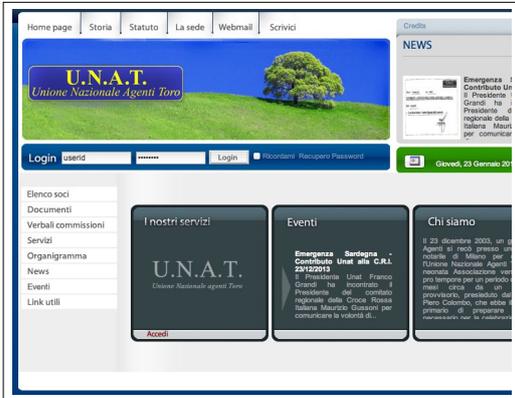
**Il gruppo aziendale Unat, da lei presieduto, ha recentemente festeggiato con soddisfazione i dieci anni dalla sua costituzione. Quali i risultati, a suo parere, maggiormente significativi?**

Tra i motivi fondamentali alla base della nascita della nostra associazione c'è la convinzione che il mondo degli agenti di assicurazione bisogna saperlo accettare e riconoscere con le diverse attitudini professionali ed imprenditoriali, di ciascuno di noi. I risultati di questi dieci anni di associazionismo, possono essere sintetizzati in tre obiettivi felicemente raggiunti: aver favorito la partecipazione di tutti, in modo costante e assiduo; aver privilegiato un metodo di confronto con la mandante, basato sulla concertazione; aver sviluppato attività di servizio a favore degli associati, parte preminente delle attività della associazione.

*(continua a pag.2)*



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



(continua da pag. 1) Ogni questione è stata affrontata e risolta con pragmatismo, senza incorrere in inutili lotte ideologiche, ma con uno sguardo concreto a soluzioni improntate alla massima libertà di azione e al servizio delle diverse scelte imprenditoriali di ciascuno di noi.

**Il suo gruppo è sempre stato convinto che il core business di un agente Unat non fosse indirizzato all'enfatizzazione del marchio, ma a un servizio eccellente verso il cliente. È ancora possibile, oggi?**

Siamo consapevoli che il nostro storico marchio distintivo e identificativo della nostra quotidianità, verrà pian piano affiancato e poi definitivamente sostituito. Tuttavia, l'attaccamento della clientela sarà la testimonianza della nostra professionalità: le scelte delle agenzie Unat sono sempre state orientate a fornire al cliente il meglio: in termini di prodotti, ci siamo sempre battuti per avere soluzioni flessibili e adattabili ai bisogni del cliente, unico *drive* che ci guida nella nostra quotidianità. In termini di servizio, abbiamo investito in proprio nella tecnologia, organizzazione agenziale e velocità di risposte, andando spesso al di là delle soluzioni proposte dalla mandante. Ancora oggi conta la velocità e la preparazione per fornire al nostro cliente, sia esso storico o potenziale, soluzioni ai massimi livelli di mercato, con la maggior efficienza possibile nel momento del sinistro: vera prova della nostra professionalità.

**Quali le reazioni dei suoi colleghi ai cambiamenti imposti dall'alto: nuovo management, sistemi operativi, budget, prodotti... Sono difficili da superare 180 anni di storia? Permane tuttora la motivazione a questa professione?**

Credo che la storia di ogni nostra agenzia non possa essere cambiata da un semplice cambio di *brand*. Rimane la nostra professionalità e le nostre organizzazioni agenziali, tuttavia non si può pensare che sistemi operativi, budget, prodotti e la nostra quotidianità rimangano fermi e cristallizzati in un mondo che cambia alla velocità della

luce. Basti pensare ai modelli di comunicazione di massa, *social network* e alla tecnologia che amplificano e moltiplicano le opportunità di sviluppo del nostro business. Come ho pronunciato la sera dello scorso 6 dicembre, durante i festeggiamenti del 10° anniversario di Unat, dobbiamo essere pronti al cambiamento ma sulle fondamenta della tradizione. È con questo spirito che vogliamo muovere i prossimi passi, in una sfida difficile e dispendiosa, quale la migrazione di noi tutti, in una nuova realtà aziendale tanto prestigiosa. Siamo pronti a fare la nostra parte, quale scelta consapevole e faticosa. Sapremo proiettarci in una realtà professionalmente più elevata, solida e ai massimi livelli di mercato. Ad esempio, alcuni prodotti a marchio Toro, rappresentano un'eccellenza in questo mercato e non mancheremo di pretenderne con forza la loro continuità. Non possiamo non preoccuparci del nostro futuro e di quello dei nostri collaboratori. Sarà uno sforzo straordinario: la sfida a un mercato difficile, in crisi, che deve vederci incrementare i nostri portafogli, dall'altro il passaggio a sistemi informatici, prodotti e procedure che ci vedono entrare in Generali Italia. Auspichiamo caldamente che questa operazione non ricada, ancora una volta, sulle spalle della rete agenziale.

**Dopo tanto lavoro, risulta abbiate stipulato un importante accordo con la direzione della compagnia. Ce ne racconta i contenuti?**

Grazie all'impegno da noi profuso, alla fiducia e alla credibilità espressa, abbiamo avuto consapevolezza che i nuovi manager, pur determinati nella realizzazione dei loro obiettivi, hanno saputo cogliere le nostre istanze, farle proprie e restituirci fiducia ed entusiasmo nella nostra professione e nelle relazioni industriali, che temevamo aver perduto. La festa del 10° anniversario della nascita di Unat è stata doppiamente significativa poiché, in quella sede, abbiamo sottoscritto un nuovo accordo che dà soluzione a una questione posta fin dalla nascita dell'Unat: lo strumento dell'on line.

L'accordo, che nasce dal precedente firmato nel 2004, dopo alterne vicende e tanto lavoro delle nostre commissioni, ha visto finalmente la luce, trovando nella realtà di Generali Italia, un soggetto disposto a investire in soluzioni tecnologiche avanzate e in grado, a regime, di apportare quei benefici auspicati fin dal 2004 e finora mai realizzati.

La revisione dell'accordo ha recepito, inoltre, le tutele e la compatibilità con i sistemi proprietari di cui, frattanto, le nostre agenzie si sono dotate nel tempo, (programmi per la gestione commerciale, archiviazione ottica, ecc.) per poter sopperire ai mancati rilasci tecnologici della nostra mandante.

(continua a pag.3)



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



(continua da pag.2)

È stata anche l'occasione per predisporre un protocollo operativo che ci vede, tra i primi nel mercato, utilizzare le libere collaborazioni, con un soggetto di Generali Italia, per poter anticipare la fruibilità di alcuni prodotti a marchio Generali, assenti in Toro, fornendo alcune opportunità commerciali fino ad ora solo auspiccate.

**Riccardo Cesari (consigliere Ivass), dà conferma del superamento dell'obbligo -da parte degli agenti- dei fatidici e tanto criticati tre preventivi Rc auto. Quale la sua opinione?**

Uno degli assurdi delle numerose incombenze burocratiche senza giustificazione né commerciale, né di tutela per il consumatore, possono essere identificate in uno strumento che impone a un monomandatario, il confronto fra tre compagnie: i tre prodotti, di libera scelta dell'intermediario stesso, il cui confronto dovrebbe essere fatto sul prezzo ma, soprattutto, sui contenuti normativi dei quali, però, l'agente, riceve adeguata formazione e completa conoscenza, solo per uno di essi: il proprio. Mi pare una inutile forzatura per avvicinarci a una figura professionale che somiglia molto al plurimandatario. Ben si adatta a chi, per scelta e non per costrizione, ha fatto della sua professione una continua verifica e una continua ricerca sul mercato della miglior soluzione per il cliente. L'agente, monomandatario o plurimandatario, ha comunque la possibilità di fornire le migliori soluzioni, adattandole ai bisogni del proprio cliente, con professionalità e supportato in questo dalla propria direzione tecnica.

**Carla Barin**

BLOGGER

## Riflessioni british su Insurancetrade.it

Il nuovo blog di Matteo Cominelli è da ieri online

Da ieri il sito [insurancetrade.it](http://insurancetrade.it) ospita un nuovo blog: è quello di **Matteo Cominelli**, *Riflessioni d'Oltremarica*. Matteo vive e lavora a Londra, e, nonostante la sua giovane età (è nato nel 1985) può già vantare importanti esperienze nel mondo assicurativo. Dopo la laurea in giurisprudenza all'Università Bocconi di Milano si è specializzato in *Digital marketing per la finanza e le assicurazioni* presso l'Università Cattolica di Milano. Ha partecipato al gruppo di lavoro europeo sulle nuove regole per gli intermediari assicurativi, studiandone l'impatto e le ripercussioni per gli intermediari italiani. Attualmente lavora all'interno del team del riassicuratore britannico **Jlt Towers Re**.

GLOSSARIO

## Follow the fortunes



Principio su cui si basa il rapporto contrattuale tra riassicuratore e compagnia riassicurata (o cedente).

Il contratto riassicurativo si inquadra come un patto tra società, stipulato esclusivamente tra assicuratore e riassicuratore. Com'è noto, infatti, l'assicurato (ovvero il beneficiario della polizza) non è in alcun modo coinvolto nella riassicurazione, e il riassicuratore non ha alcun rapporto né alcuna obbligazione nei suoi confronti. Nella maggior parte dei casi, anzi, l'assicurato è totalmente all'oscuro dell'esistenza di una riassicurazione sul suo rischio, il

che spiega anche la poca familiarità dei non addetti nei confronti del mondo della riassicurazione.

Tuttavia, se da una parte esiste un buon numero di riferimenti al quadro normativo istituzionale per l'attività dell'assicurazione, i riferimenti normativi per l'attività del riassicuratore sono piuttosto scarsi, e spesso interpretati come una semplice estensione delle norme previste per l'assicurazione diretta.

Ad esclusione di quanto espressamente indicato dagli Artt. 1928, 1929, 1930 e 1931 del Codice Civile (Sezione IV, della riassicurazione), ci si limita infatti all'applicazione delle norme generali sui contratti. Per il resto, ci si affida principalmente al concetto di uso, come fonte normativa ausiliaria e strumento d'interpretazione della volontà negoziale tra le parti.

Tale prassi si applica anche ai testi contrattuali, col frequente ricorso a cosiddette **clausole d'uso**, assai comuni a livello internazionale e standardizzate nel loro contenuto, specifico del meccanismo riassicurativo.

Tra queste, quella nota come **Follow the fortunes** prevede l'obbligo del riassicuratore di seguire le decisioni prese dalla cedente nella gestione delle polizze oggetto della cessione. Tali decisioni possono essere messe in discussione solo se contrarie ai principi di una corretta amministrazione degli affari o nel caso in cui dovessero manifestamente danneggiare l'interesse del riassicuratore. Quest'ultimo segue dunque *il destino (the fortunes)* del riassicurato, sia dal punto di vista tecnico del rischio corso (technical fortune), che sul piano contrattuale (contractual fortune), essendo egli obbligato a corrispondere alla cedente ogni sinistro risarcibile a termini di polizza e rientrando nell'accordo riassicurativo.

Tuttavia, il riassicuratore non segue mai il destino della compagnia cedente nelle sue decisioni di carattere squisitamente commerciale (in alcuni casi definite come *commercial fortunes*). Restano infatti sempre esclusi i cosiddetti pagamenti *ex gratia*, ovvero quei casi in cui l'assicuratore decide di venire incontro all'assicurato, contribuendo per motivi di opportunità al pagamento di un sinistro che non sarebbe altrimenti risarcibile in base alle condizioni di polizza.

**Cinzia Altomare,**  
Gen Re



MERCATO

## Lotta alle frodi, priorità per compagnie e consumatori

Il Forum Ania - Consumatori promuove le norme contenute in Destinazione Italia

Il **Forum Ania - Consumatori** promuove il dl *Destinazione Italia* in tema di Rc auto, soprattutto per quanto riguarda l'impegno nel contrasto alle frodi. Il presidente dell'associazione, **Silvano Andriani** sottolinea il fatto che "viene finalmente affrontato concretamente, e in maniera costruttiva, il tema della difesa della legalità in un ambito afflitto da comportamenti speculativi e criminali che danneggiano fortemente i consumatori. Da anni - ricorda - la lotta alle frodi è oggetto di specifiche proposte comuni da parte di assicuratori e consumatori, che in tale ambito hanno elaborato e più volte proposto pubblicamente un concreto ventaglio di soluzioni volte al contenimento dei costi e dei prezzi dell'assicurazione auto. Assicuratori e consumatori - conclude Andriani - condividono che le frodi siano una delle cause principali dell'elevato livello dei costi del sistema Rc auto, con ricadute pesanti sulla spesa sostenuta da milioni di cittadini per assolvere all'obbligo assicurativo. Si tratta di uno spreco abnorme di risorse che vengono distolte dal sistema e devolute in favore di chi specula e, in misura rilevante in alcune aree del Paese, in favore della criminalità organizzata".

**B.M.**

CARRIERE

## Nicolas Limbourg è il nuovo ad di Vitis Life

**Nicolas Limbourg** è il nuovo amministratore delegato di **Vitis Life**. Con una lunga esperienza nel settore assicurazioni vita, Limbourg, 42 anni, opererà dalla sede centrale della compagnia, in Lussemburgo. Limbourg ha guidato il dipartimento *legal & compliance* di Vitis Life ed è membro del *comitato direttivo* da cinque anni.

Succede a **Marc Stevens**, che ha scelto di lasciare il proprio posto di amministratore delegato dopo dodici anni di servizio, per realizzare altri obiettivi professionali.



LINGUAGGIO & COMUNICAZIONE

## Quando l'eccezione conferma la regola

Hai ragione *te*, vieni anche *te*? Orrore! Bisogna dare del tu e non del te. Tu è un pronome personale ed è soggetto, te va usato come complemento. Quindi *tu* (soggetto), hai ragione, io (soggetto), partirò con *te* (complemento oggetto).

Purtroppo però *te*, come la gramigna è riuscito a radicarsi in alcune frasi quali, ad esempio:

"Io e te partiremo domani". Ora spiegatemi perché diciamo senza alcuna difficoltà "tu e io partiremo domani", ma non riusciamo a dire "io e tu partiremo". Sapete perché?

Semplicemente perché in questo caso, sebbene usato come soggetto, il *te* sembra quasi assumere il ruolo di complemento di compagnia.

Quelli, poi, che si danno delle arie attribuiscono questa licenza poetica a un *solecismo* (tecnicamente spiegato come un errore) che si è imposto nell'uso conquistando la dignità dell'eccezione che conferma la regola.

*Tu-Te* li abbiamo sistemati, ma come la mettiamo con i plurali sovrabbondanti? Di cosa si tratta? Di parole che hanno il plurale sia al maschile che al femminile. Provate a pensare a qualcuno. **Lenzuolo:** *plurale= lenzuoli e lenzuola*, **ginocchio:** *ginocchi e ginocchia*.

Spesso però i due plurali assumono significati differenti.

Ma sarebbe troppo semplice. Il sostantivo **Frutto** ha un suo plurale regolare, *frutti*, ma ha anche un singolare femminile *frutta* che si riferisce in senso collettivo a questo tipo di cibo: un piatto di frutta fresca.

Concluderei queste curiosità della nostra lingua con una parte anatomica del nostro corpo piuttosto importante e che spesso scarseggia. Mi riferisco al **Cervello**.

Il suo plurale regolare maschile, *cervelli* non è degno di grande nota in quanto comunemente usato e conosciuto, mentre quando ci avventuriamo nel plurale irregolare *cervella* la cosa si fa pericolosa.

Non vorrei suscitare l'ira delle donne, ma l'uso del termine *cervella* viene deputato a modi di dire drammatici tipo: *bruciarsi le cervella*, *fracassarsi le cervella*. Quando si vuole invece sottolineare la parte "intelligente" si dice *fuga di cervelli*. Bah!

**Leonardo Alberti,**

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

**Insurance Daily**

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio [alaggio@insuranceconnect.it](mailto:alaggio@insuranceconnect.it)

Editore e Redazione: Insurance Connect Srl, Via Montepulciano 21, 20124 Milano 02.36768000 [redazione@insuranceconnect.it](mailto:redazione@insuranceconnect.it)

Per inserzioni pubblicitarie contattare [info@insuranceconnect.it](mailto:info@insuranceconnect.it)

Supplemento al 23 gennaio di [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it)

Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012