



PRIMO PIANO

Coface non crede ancora nell'Italia

Coface, per il secondo anno consecutivo non crede all'Italia. Nonostante il risanamento dei conti pubblici, avviato dal governo dei tecnici, lo spread in contrazione e le buone notizie sul fabbisogno dello Stato, i principali indicatori dell'economia reale sono in contrazione e lo saranno ancora per tutto il 2013. Per questo la compagnia francese di assicurazione del credito, ha abbassato il suo giudizio sull'Italia, da A4 a B, prevedendo una contrazione dell'attività economica dell'1% per il 2013. È quanto arriva direttamente da Parigi, dove si sta svolgendo l'annuale conferenza sul rischio Paese, appuntamento atteso dalla comunità finanziaria: il rating misura il rischio medio di mancato pagamento da parte delle imprese di un Paese nel quadro delle transazioni commerciali a breve termine. Stessa sorte, come l'anno scorso, è toccata alla Spagna, per cui Coface prevede una contrazione dell'1,5% del Pil. A Parigi si prevede "un nuovo anno nero per le aziende italiane, soggette alla crescita continua del numero di fallimenti e vittime della contrazione del credito bancario". L'anno scorso Coface aveva tagliato il rating di Roma e Madrid da A3 con outlook negativo ad A4, quarto livello su una scala da A1 a D.

Fabrizio Aurilia

RICERCHE

Crisi, polizze, e spese da tagliare

Le difficoltà economiche non mettono in discussione l'assicurazione come valore prioritario. Ecco su cosa gli europei, secondo uno studio condotto da GfK per Zurich, sono invece disposti a risparmiare

L'assicurazione non è un bene di lusso, né una voce di spesa facilmente decurtabile. Nonostante la crisi economica, i cittadini europei considerano le polizze come l'ultima tra le spese che sentono di poter tagliare. È quanto emerge da uno studio condotto da GfK per conto del gruppo Zurich, sulla base delle interviste svolte tra ottobre e novembre dello scorso anno su un campione di cittadini appartenenti a sette Paesi europei: Italia, Svizzera, Germania, Austria, Spagna, Portogallo e Russia. L'obiettivo dello studio vuole essere quello di ottenere informazioni su come l'attuale crisi economica viene gestita dalla popolazione europea.

L'ASSICURAZIONE NON SI TOCCA

Tutti i partecipanti allo studio sono concordi nel dire che la situazione di crisi economica non ha cambiato le proprie necessità di una buona copertura assicurativa. In generale, assicurazione ed educazione non sono ritenuti beni accessori sui quali economizzare.

Solo una percentuale che varia tra il 3 e l'8% degli intervistati in Portogallo, Italia e Spagna ridurrà le proprie spese per assicurazione qualora si trovasse a dover tagliare il proprio budget. Negli altri Paesi, tale percentuale varia dal 9% della Svizzera al 18% della Russia.

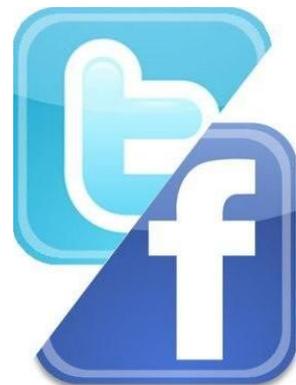
Qualora si dovesse proprio rinunciare ad una qualche copertura assicurativa, il 38% degli italiani ha risposto che opterebbe per l'assicurazione furto e incendio, mentre solo il 18% si sentirebbe di rinunciare alla copertura sugli infortuni. Diverso lo scenario, ad esempio, in Portogallo, dove emerge che a parità delle altre coperture (per le quali la possibilità di rinuncia varia tra il 21% e il 26%), quella a cui non si sentono di rinunciare è l'assicurazione sulla casa (12%). In Germania, poi, solo il 6% sostiene di poter rinunciare a una copertura responsabilità civile (non auto). *(continua a p.2)*



NEWS DA WWW.INSURANCETRADE.IT

Marco Lokar approda in MetLife Italia

Marco Lokar è il nuovo senior director independent distribution di **MetLife**. Triestino, 43 anni, due lauree di cui una in economia ottenuta presso la Stillman School of Business di Seton Hall (USA), Lokar avrà l'incarico di accelerare lo sviluppo del canale della distribuzione indipendente per rafforzare la presenza della compagnia sul mercato, attraverso accordi commerciali con broker assicurativi, agenti plurimandatari e mediatori creditizi; farà inoltre parte del comitato esecutivo italiano, riportando direttamente al general manager di MetLife per l'Italia Robert Gauci, e avrà l'incarico di guidare le due strutture commerciali già esistenti, dedicate rispettivamente agli *employee benefit* e all'*individual business*. Il nuovo manager di MetLife ha un passato in Unipol, dove è approdato nel 2003 nell'ambito commerciale, per poi diventare il manager incaricato di riorganizzare strategicamente i canali distributivi.



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



(continua da p. 1) L'IMPORTANZA DELLA PREVIDENZA INTEGRATIVA

La ricerca si è poi focalizzata sull'ambito previdenziale. In Italia emerge che ben il 34% degli intervistati non ha ancora pensato a come mettere da parte risparmi personali per integrare la pensione. Destinare risparmi privati ai fini pensionistici, pur in periodi di crisi, è importante per circa un terzo di svizzeri e austriaci, mentre oltre il 36% degli intervistati di nazionalità portoghese e circa un quarto del campione in Spagna, Germania, Austria e Russia ritiene che sia importante, ma sostiene di non avere soldi sufficienti da destinare a tale scopo, percentuale che in Italia si attesta al 16%.

IL CONTESTO ECONOMICO PREOCCUPA

Tornando al contesto generale, alla domanda che chiedeva quanto le persone fossero preoccupate per la crisi economica attuale, hanno in prevalenza risposto dicendosi tutti molto preoccupati, ad eccezione degli svizzeri, di cui solo il 28% si dichiara tale, e dove ben il 31% è fiducioso sul fatto che sarà la popolazione stessa a risolvere il problema nell'immediato futuro.

Di certo non sorprenderà sapere che la crisi economica preoccupa in modo particolare i Paesi il cui debito pubblico è finito sotto osservazione: circa il 70% degli intervistati in Portogallo, il 67% in Italia e il 59% in Spagna sono molto preoccupati per la crisi economica, mentre in Austria (44%), in Germania (38%) e in Russia (31%) queste percentuali scendono in maniera significativa.

Se si pensa su quali voci i cittadini europei preferirebbero risparmiare per via della crisi, svizzeri, tedeschi e russi si dicono disposti a rinunciare ad eventuali uscite al ristorante o ad andare fuori a bere con gli amici. Austriaci, portoghesi e spagnoli, invece, taglierebbero sui viaggi, mentre gli italiani spenderebbero meno in vestiario e accessori di moda in genere. In Svizzera, Germania e Russia oltre un terzo di quanti hanno risposto al sondaggio (in Austria oltre un quarto) sono pronti a spendere meno per la propria auto o moto.



Beniamino Musto

COMPAGNIE

Greco: gli agenti nostro punto di forza, non ridimensioneremo il loro ruolo

In una lettera inviata al presidente del Gaa Vincenzo Cirasola, il ceo del gruppo Generali riafferma l'importanza delle reti di vendita

Nessun ridimensionamento del peso del canale agenziale in Italia ma, al contrario, un rafforzamento del ruolo della rete di vendita di Generali. È questa la rassicurazione che **Mario Greco**, ceo del gruppo triestino, ha voluto dare agli agenti della compagnia in risposta a una lettera che il presidente del gruppo agenti Generali, **Vincenzo Cirsarsola**, aveva inviato alla dirigenza del gruppo, all'indomani della presentazione del piano strategico alla comunità finanziaria, tenutosi lo scorso 14 gennaio a Londra. In un primo tempo erano emersi vari timori tra gli agenti, dopo che il group ceo del Leone di Trieste aveva parlato di una riduzione della dipendenza di Generali dalla rete, per valorizzare di più e meglio gli altri canali: da quello diretto, alla bancassicurazione, ai broker.

Nel botta e risposta tra il presidente del gruppo aziendale e Greco, il ruolo degli agenti di Generali viene definito "di primo piano nel modello distributivo italiano", rimarcando come questi rappresentino storicamente "il punto di forza della presenza della compagnia in Italia". Va sottolineato che già in precedenza sia Mario Greco sia il country manager Raffaele Agrusti, durante un incontro avuto assieme al Gaa lo scorso dicembre, avevano garantito a Cirasola che il ruolo strategico e di primo piano degli agenti non sarebbe stato messo in discussione ma, al contrario, rafforzato.

Nella missiva di Greco, data 17 gennaio, il ceo riconferma l'impegno a rafforzare ulteriormente il canale agenziale, sottolineando come ciò che viene riportato dalla stampa indichi una visione strategica del gruppo a livello mondiale, con particolare riferimento a quei Paesi in cui la distribuzione e il presidio del mercato si basano su modelli differenti da quello italiano.

"Sono soddisfatto della risposta di Mario Greco, anche se, come già sottolineato in altre occasioni, continueremo a vigilare, affinché il canale agenziale continui a rivestire un ruolo importante nella visione strategica del gruppo", precisa Vincenzo Cirasola. "Negli ultimi 10 anni grazie alla profonda capacità di ascolto, alla risolutezza e alla determinazione di tutto il management della compagnia siamo riusciti a tradurre la teoria in pratica, diventando l'esempio tangibile del tanto teorizzato metodo vincente, invidiati da tutto il mercato. Sono onorato - conclude Cirasola - che anche Mario Greco ci abbia fornito un segnale concreto di voler continuare sulla strada del dialogo".

B.M.



Sviluppo bis e nuove regole assicurative

Le liberalizzazioni segnano un netto cambio di rotta per il settore assicurativo, intervenendo su temi nodali quali la disciplina



Pubblichiamo la prima parte di un ampio articolo a cura dello Studio Legale Taurini - Hazan. Tutto l'articolo sarà pubblicato nei prossimi giorni.

Sin qui forse passate un poco sottotraccia, le novità introdotte dagli artt. 21 e 22 del decreto legge 18 ottobre 2012, n. 179 (c.d. Sviluppo bis, convertito in Legge 17 dicembre 2012, n. 221) proseguono - secondo le medesime linee guida - l'opera di riforma avviata dalle più recenti esperienze legislative (decreti legge 201/2011 e 1/2012, quest'ultimo meglio noto come decreto liberalizzazioni).

Anche in questa nuova tornata normativa, rimane protagonista la Rc auto, che occupa - in tema di frodi - l'intero art. 21 e che esaurisce anche buona parte (i primi sei commi) del successivo art. 22. Ma anche al di fuori di quel settore, le nuove disposizioni appaiono potenzialmente in grado di incidere in modo straordinario sugli assetti globali del mercato assicurativo, intervenendo su temi nodali, quali la disciplina dell'intermediazione e, più in generale, della distribuzione dei prodotti di assicurazione.

Senza pretesa di completezza riteniamo opportuno tracciare un quadro sintetico delle principali novità, fornendo un primo commento di alcune tra le disposizioni previste dall'art. 22, e cioè dalla norma dagli impatti operativi potenzialmente più rilevanti.

Prima, però, di entrare nel vivo delle singole disposizioni analizzate, ci sia consentito evidenziare come il decreto Sviluppo bis, in coerenza con le indicazioni già contenute nelle precedenti riforme normative, segni, anche in materia assicurativa, un momento di autentica consacrazione dell'era della comunicazione digitale.

Un'evoluzione di prospettiva

Tutte le norme paiono dichiaratamente rivolte al miglior sfruttamento delle potenzialità concorrenziali connesse allo sviluppo delle tecnologie telematiche, nel rispetto dei principi cardinali della

correttezza dell'informazione resa all'utenza e, più in generale, della tutela dei consumatori.

Ci troviamo, è ora di affermarlo senza pudori, innanzi a un cambio copernicano di prospettiva, tanto più evidente in quanto destinato a compiersi in un mercato - quello assicurativo locale - mostratosi da sempre piuttosto riluttante a uscire dai propri tradizionali ancoraggi.

E la progressiva preferenza della comunicazione telematica rispetto all'ingombro dei mezzi cartacei pare ancor più significativa, se solo la si confronta con la difficoltà con cui lo stesso Istituto di vigilanza, soltanto qualche anno fa (circolare 393 D/2000) ammetteva la possibilità di surrogare la carta con altri supporti digitali.

L'era della comunicazione digitale, a nostro parere, porta con sé conseguenze straordinarie: da un lato la facilità di comparazione immediata dei prodotti (comparazione più libera perché non inquinata dalla pressione promozionale normalmente indotta dalla presenza fisica di un "venditore"); dall'altro la (necessaria) semplificazione dei prodotti medesimi, proprio in funzione della loro miglior comprensione per l'utenza e, dunque, del loro più facile collocamento telematico. Ma non solo: l'ambiente virtuale globale consente - oltre a una facilitazione e velocizzazione delle comunicazioni tra imprese, intermediari e clientela - uno scambio simultaneo di informazioni e dati indispensabile alla migliore e più corretta gestione di fasi piuttosto delicate, quali la liquidazione dei sinistri e l'assunzione dei rischi.

Intermediari e distribuzione telematica

In questo scenario le ricadute più evidenti riguardano il settore della distribuzione, evocandosi (da più parti) il rischio di una progressiva disintermediazione, con conseguente estinzione di intere categorie di professionisti da sempre impegnati nel collocamento personale dei prodotti assicurativi.

(continua a p.4)



PRODOTTI

Nasce Prima Tutela Azienda

La polizza di Uca Assicurazione garantisce in sede penale e di illecito amministrativo il legale rappresentante e gli amministratori anche dai rischi in cui possono incorrere in tema di sicurezza sul luogo di lavoro

Una soluzione assicurativa nata per proteggere coloro i quali, nell'ambito dell'azienda, sono investiti di incarichi di responsabilità, e che possono essere coinvolti in situazioni delicate: nasce con questo obiettivo *Prima Tutela Azienda*, che **Uca Assicurazione** ha appena lanciato sul mercato.

Si tratta di una polizza che, tra le altre cose, tutela in sede penale e di illecito amministrativo il legale rappresentante, gli amministratori o gli eventuali preposti dall'azienda anche dai rischi in cui possono incorrere in tema di sicurezza sul luogo di lavoro. La polizza offre una soluzione assicurativa di tutela legale per fronteggiare casistiche e responsabilità in materie in cui le normative specifiche attualmente in vigore (D.Lgs 231/2001 e il TU 81/2008) risultano assai stringenti. L'art. 2087 del Codice Civile, per esempio, evidenzia come il datore di lavoro risulti sempre responsabile dell'incolumità dei propri dipendenti sul luogo di lavoro nello svolgimento della loro attività e se si associa questa disposizione ai dettami normativi comunitari e a quelli puntualmente recepiti nelle normative specifiche, il livello di responsabilità del legale rappresentante e di tutti i preposti collegati alla sicurezza sul luogo di lavoro si eleva e si aggrava notevolmente.

La copertura viene garantita in tutte quelle situazioni all'interno delle quali si configurino responsabilità dell'azienda, coprendo le spese legali e peritali in sede penale, e per illeciti amministrativi dalla fase stragiudiziale e per ogni stato e grado di giudizio, le spese di avvocato domiciliatario, le spese liquidate alle parti civili in sede penale e le spese di giustizia penale. Per quanto riguarda le spese legali, il massimale è pari a 25 mila euro per vertenza (illimitato nell'anno assicurativo), con possibilità di estensione fino a 50 mila euro.

La copertura ha una efficacia retroattiva di 24 mesi per imputazioni penali subordinatamente ad assoluzione e per illeciti amministrativi subordinatamente ad accoglimento integrale del ricorso purché sconosciuti all'assicurato o per i quali non sia presumibile seguito giudiziale. È prevista anche la garanzia postuma di 24 mesi per sinistri avvenuti nel periodo di assicurazione, ma denunciati dopo la risoluzione del contratto, per fatti che si siano verificati in corso di polizza.

Con questa assicurazione la compagnia torinese amplia la propria gamma di polizze per l'attività aziendale, andandosi ad affiancare a *TutelUnica Azienda*, che garantisce l'intero organico aziendale (dipendenti, addetti, etc.) e l'attività nel suo complesso.

B.M.



(continua da p.3) Rischio che non ci sentiamo di condividere interamente, al contrario: l'intermediario del nuovo millennio, pur nell'imbarazzo di dover affrontare un cambiamento epocale di prospettiva, si trova innanzi alla possibilità di fare un salto di qualità, diventando, a prescindere dall'etichetta che riveste, un consulente professionale di assicurazione, capace di intervenire là dove se ne sente il bisogno e cioè in quelle - amplissime - aree di rischio e di bisogno a tutt'oggi poco esplorate e sottoassicurate. Gli intermediari sono dunque chiamati a evolversi aprendosi, da un lato, ai vantaggi della distribuzione telematica e abbandonando, dall'altro, le vecchie logiche della promozione commerciale a favore di un approccio consulenziale più evoluto e moderno.

Di qui il possibile inserimento, a pieno titolo, dell'intermediario assicurativo nella categoria dei "gestori professionali del rischio", quali figure centrali nell'educazione del cittadino alla conoscenza dei propri bisogni di cautela, tutela e sostegno; ciò a maggior ragione negli attuali contesti socio economici di riferimento, tenuto conto delle conclamate e dichiarate inefficienze dello stato sociale.

A medesime finalità, del resto, sembra ispirato il comma 9 dell'art. 22, volto ad introdurre nuove regole di formazione professionale allineate agli standard europei, previa individuazione di quei requisiti minimi di qualità (nei soggetti formatori e nelle offerte formative) che risultano oggi troppe volte, in concreto, trascurati.

**Maurizio Hazan,
Stefano Centonze,
Studio Legale Taurini - Hazan**

Insurance Daily

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio alaggio@insuranceconnect.it

Editore e Redazione: Insurance Connect Srl, Via Montepulciano 21, 20124 Milano 02.87069835 redazione@insuranceconnect.it

Per inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.it

Supplemento al 22 gennaio di www.insurancetrade.it

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