



www.arag.it



www.arag.it

EDITORIALE

Una generazione perduta

Rispetto, merito, impegno, progetto e fiducia. Cinque tag dai quali i giovani tra i 30 e i 40 anni (si parla di quasi dieci milioni di italiani) devono ripartire per dimostrare di non essere perduti, stritolati da una assenza di mobilità che, costringendo chi un impiego ce l'ha a ritardare l'uscita dal mondo del lavoro, consegna le nuove generazioni a un destino di precarietà e vuoto totale. I giovani che hanno firmato il Manifesto stilato e proposto sul sito www.generazioneperduta.it però non ci stanno. Sono professionisti, dirigenti, imprenditori e cocopro ai quali viene costantemente ripetuto che l'unico futuro che possono avere è quello di "limitare i danni", cioè non pagare troppo per le colpe dei padri. Ma il senso di dignità e la voglia di poter credere e costruire un progetto di vita, che necessariamente passa attraverso il lavoro come diritto, hanno la meglio. Consapevoli di essere una risorsa per il Paese troppo a lungo ignorata, questi giovani stanno cercando un futuro diverso verso il quale chi ci ha governati fin qui vorrebbe condannarli. Un impegno che regala speranza a tutti noi. Un invito, anche per il settore assicurativo, a trovare una strada da percorrere insieme.

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

MERCATO

Unemployment. Le difficoltà del pubblico e le possibili risposte del privato

Lo Stato spende l'1,84% del Pil per le politiche del lavoro, ma si tratta soprattutto di sussidi monetari e azioni passive che lasciano ampio spazio al mondo assicurativo per lo sviluppo di interventi attivi nelle diverse fasi del ciclo lavorativo

In Italia, secondo i dati Eurostat di inizio 2012, il tasso di disoccupazione ha raggiunto il **9,8%**. Se è vero che la media dell'Europa, a 17 e a 27 Stati, risulta superiore al 10% e che siamo ben lontani dalla vette raggiunte da Grecia (21,7%) e Spagna (24,1%), si tratta pur sempre di un parametro che merita un approfondimento.

Dall'analisi dei dati proposta recentemente da **lama Consulting** emergono alcune caratteristiche strutturali del mercato del lavoro italiano che destano non poche preoccupazioni: all'interno del novero degli occupati, ad esempio, sono cresciuti considerevolmente, nel periodo 2008-2010, i titolari di contratti a termine.

Questi ultimi oggi rappresentano l'85% dei nuovi assunti e tra loro solo il 33% ottiene poi un contratto a tempo indeterminato, ma l'aspetto più critico di questa fascia riguarda il fatto che oltre il 50% ha un'età superiore ai 50 anni e che soltanto il 15% possiede un diploma di laurea. Dunque il cosiddetto precariato, che dovrebbe rappresentare una condizione di passaggio verso l'agognato "posto fisso", include una quota preponderante di soggetti con scarsi requisiti e quindi minori probabilità di migliorare il proprio status lavorativo.

Altro fenomeno preoccupante e con un trend in espansione è la presenza di individui che non solo non hanno lavoro, ma che nemmeno sembrano cercarlo: vengono denominati "inattivi" e nel nostro paese rappresentano il 36,4% del totale della popolazione in età da lavoro. *(continua a p.2)*



NEWS DA WWW.INSURANCETRADE.IT

Fonsai, collocati tutti i diritti in asta

Bisognerà aspettare il 10 settembre per avere la mappa completa dell'azionariato di **Fonsai** e **Unipol** prima della fusione, dopo gli aumenti di capitale da 1,1 miliardi di euro a testa. Dopo mesi di incertezze alcune notizie positive tuttavia arrivano dall'asta per l'inoptato: ieri, nel secondo dei cinque giorni di asta dell'aumento di capitale di Fonsai sono stati collocati tutti i diritti offerti sulle azioni al prezzo simbolico di 0,0002 euro, che si aggiungono ai 975 diritti venduti nell'asta di ieri.

Non è chiaro se all'asta abbia partecipato la stessa Unipol che si era detta disponibile a sottoscrivere fino al massimo un altro 4,9% del capitale ordinario post-aumento. Ancora aperto invece il fronte aumento capitale di Unipol, che ha visto ieri il collocamento di circa 2,83 milioni di diritti sulle azioni ordinarie su un totale disponibile di circa 5,73 milioni.

Il rischio di inoptato per le banche del consorzio guidato da **Mediobanca** e **UniCredit** ammontava a 665 milioni circa su un ammontare di 2,2 miliardi delle due operazioni di aumento di capitale.



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



(continua da p.1) La condizione di inattività può essere soltanto in parte imputata all'indole o alle caratteristiche peculiari dei singoli, mentre appare inevitabile riferirla, secondo lo studio di lama, "a un contesto che non favorisce un facile reimpiego sia per la crisi finanziaria ed economica da anni in atto, sia per la scarsa efficienza del mercato del lavoro".

Proprio quest'ultimo punto merita particolare attenzione: da un lato si stima che i Neet (Not in employment, education or training) costino complessivamente 26,6 miliardi di euro in termini di mancata produzione e di costi pubblici - come sussidi di disoccupazione, forme di sostegno per la casa, i figli e altre tipologie di spese - dall'altro permane nel nostro Paese un'offerta di lavoro inevasa per mancanza di manodopera qualificata, pari a 117.000 unità, distribuita su numerosi settori produttivi, ma in particolare nell'industria, nelle costruzioni e nel commercio.

LE MISURE INTRAPRESE DAL GOVERNO

Per le politiche del lavoro in Italia si è speso nel 2010 circa l'**1,84%** del Pil, ma al di là della quantificazione è rilevante capire l'aspetto qualitativo delle misure intraprese dal Governo. L'1,46% viene speso per sussidi monetari, lo 0,35% per politiche attive e lo 0,03% per i servizi per l'impiego. Facendo un confronto con altri Paesi emerge che il livello del sussidio di disoccupazione attuale è inferiore a quello previsto in altre realtà, che il valore dei nostri investimenti si colloca al penultimo posto in Europa e che si concentra quasi esclusivamente sui sussidi monetari lasciando pochissimo margine per politiche attive nell'ambito del collocamento, del training, dell'outplacement, degli incentivi all'impiego, alle start-up e alla job creation.

Per contenere il livello dei disoccupati è necessario creare un'elevata mobilità sia in entrata che in uscita, rileva la ricerca lama, in quanto "permanenze più brevi nella stessa azienda e cambiamenti frequenti di lavoro generano più bassi tassi di disoccupazione". Al contrario, il mercato del lavoro italiano è bloccato in entrambe le direzioni: alla fuoriuscita di un individuo non corrispondono meccanismi in grado di ricollocarlo efficientemente e tempestivamente nel mercato ma soltanto strumenti pubblici di sussidio; e sul fronte delle assunzioni il nostro Paese, rispetto alla maggior parte delle nazioni industrializzate, evidenzia tempi medi più lunghi sia per acquisire il primo impiego che per trovare un lavoro a tempo indeterminato.

NUOVE OPORTUNITA' PER IL MERCATO ASSICURATIVO

A oggi non vi sono importanti esperienze di assicurazione privata sulla copertura della perdita d'impiego, ma il contesto attuale e in prospettiva l'evoluzione della situazione internazionale e del mercato del lavoro può essere foriera di interessanti opportunità per il settore assicurativo. "Le motivazioni che nel tempo hanno ostacolato lo sviluppo dell'offerta in questo ambito - evidenzia la ricerca lama - sono legate all'esistenza di asimmetrie informative e alla difficoltà di raggiungere ampie collettività che possano fin da subito generare una mutualità sostenibile". Per diffondere strumenti di natura assicurativa contro la perdita del lavoro realtà come fondi previdenziali e sanitari possono costituire un volano per sensibilizzare gli iscritti a integrare le loro prestazioni con servizi per l'unemployment. "In tale ambito banche e compagnie di assicurazione possono acquisire il ruolo di aggregatori di servizi nei diversi momenti del ciclo lavorativo: formazione, coaching e check up carriera nella fase dell'impiego, tutela legale e counseling nel momento della cessazione del rapporto di lavoro, sviluppo di idee imprenditoriali e outplacement per facilitare il reinserimento nel mondo del lavoro".

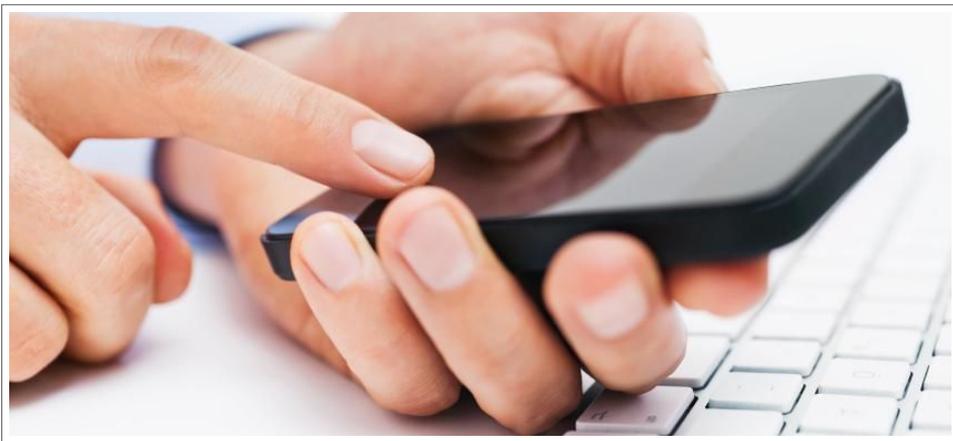
LE COPERTURE POSSIBILI

L'approccio a questo nuovo segmento di business ovviamente richiede un'adeguata e approfondita conoscenza delle dinamiche proprie del settore, rispetto alle quali lama ha individuato tre linee guida: identificazione di popolazioni con caratteristiche omogenee (precari vs. tempo indeterminato, livelli di scolarità, target età, settori economici); inquadramento delle aree e delle modalità di tutela (politiche attive, sostegno economico a tempo e integrativo, approccio complementare e in abbinamento con altre tutele come la copertura di esigenze immediate legate alla perdita del lavoro, copertura di impegni finanziari quali mutui e credito al consumo, pagamento quote fondi pensione e fondi sanitari); individuazione delle modalità di accesso al mercato (canali, collettività, gruppi di affinità).



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

Diana Pastarini



RICERCHE

Il risparmio possibile con la comparazione

Secondo l'Osservatorio di cercassicurazioni.it, comparare le polizze on line assicura al consumatore la possibilità di risparmiare in media il 35% sull'Rc auto e il 29% sulla moto

La comparazione, soprattutto in materia di Rc auto (e moto), consente di ottenere risparmi mediamente significativi per diverse tipologie di utenti. Questa vulgata viene periodicamente confermata da studi e ricerche che cercano di quantificare e monitorare l'effettiva portata della convenienza. L'ultima indagine, in ordine di tempo, è quella svolta dall'**Osservatorio di cercassicurazioni.it**, società appartenente al Gruppo Mutui Online, che permette di confrontare gratuitamente le tariffe di 18 compagnie assicurative operanti in Italia.

Il risparmio tramite la comparazione raggiunge per le auto il **35%** della tariffa media Rc - con il 14,8% degli utenti che arriva ad oltre il 50% sulla sola Rc - e per le moto il **29%** con l'11,7% degli utenti che riesce a risparmiare oltre il 25% sulla sola Rc.

Le altre principali evidenze inerenti il mercato auto riguardano l'aumento della richiesta di polizze per auto usate, dal 12,4% del primo semestre 2012 al 14% del secondo, e il forte calo della domanda di coperture per auto nuove (dal 5,2% al 3,7%), mentre si stabilizza la richiesta di polizze per auto già possedute (82,3%).

Sempre su base semestrale, prosegue il trend di crescita delle auto nuove con alimentazione ecologica, che passano dal 7,2% al 15,2%; inoltre continua la diminuzione delle aspettative di utilizzo dell'auto: da 12.600 Km registrati nel secondo semestre 2009 a circa 10.400 Km del secondo semestre 2012.

Ancora, si evidenzia un calo degli utenti in prima classe di merito e un aumento di quelli che dichiarano di aver causato almeno un sinistro negli ultimi cinque anni, come effetto della maggiore sinistrosità del periodo estivo.

Sul fronte prezzi, la tariffa media Rc è cresciuta del 2,2% nel corso del 2012, mentre il best price si è mantenuto sostanzialmente stabile (+0,5%).

Per quanto riguarda il versante moto, al contrario, si rileva una crescita sia della richiesta di polizze per moto nuove (dall'8,4% del primo semestre all'8,8% del secondo) sia per moto usate (dal 28,4% al 31,9%), mentre si osserva un calo nella richiesta di polizze per moto già possedute (dal 63,2% al 59,3%).

Analogo al settore auto, invece, il calo delle aspettative di utilizzo della moto: da 3.500 km/anno del secondo semestre 2011 a 3.300 km/anno circa registrato nel secondo semestre 2012. Diminuiscono anche gli utenti appartenenti alle prime quattro classi di merito e aumentano quelli che dichiarano di aver causato almeno un sinistro negli ultimi cinque anni. Il dato inerente le tariffe mostra nel corso del 2012 una crescita media del 6,8% e dell'1,3% del best price.

D.P.

MERCATO

Moody's, outlook stabile per la riassicurazione globale

Ma l'eccesso di capitale potrebbe rivelarsi un'arma a doppio taglio

Moody's conferma l'outlook stabile per il mercato globale della riassicurazione. L'agenzia di rating lo rende noto in report diffuso oggi. La previsione stabile esprime le aspettative per le condizioni creditizie fondamentali del settore nel corso dei prossimi 12, 18 mesi. La flessibilità, nonché il miglioramento nell'underwriting e nel risk management, sono i fattori che determinano la previsione di Moody's. A questi si aggiunge una possibile impennata della domanda conseguente a più severe normative imminenti e a un indurimento dei tassi in alcuni mercati assicurativi primari.

"I riassicuratori sono appena emersi dal secondo peggior anno per perdite causate da disastri naturali con un capitale più solido di quello che avevano all'inizio del 2011", ha commentato Kevin Lee, senior credit officer di Moody's. Tuttavia l'agenzia di rating rileva che una calamità naturale di grandi dimensioni, tassi incerti sui mercati principali o il peggioramento dell'economia globale potrebbero mettere sotto pressione la stabilità del settore.

Moody's mette in guardia rispetto al rischio che nel tempo i player possano soffrire di scarsa competitività tra loro, con conseguenti difficoltà nel creare strategie differenti; anche perché le prospettive in calo del settore casualty e delle riassicurazioni vita, nonché i bassi tassi di interesse stanno spingendo i riassicuratori e i nuovi capitali verso i rischi catastrofali. Nel frattempo però la transizione da sistemi di distribuzione diretta a sistemi di intermediazione attraverso i broker sta rendendo più facile la competizione per i nuovi soggetti.

Parlando dei numeri, Moody's sottolinea che da inizio 2011 il settore è stato irrorato da una nuova ondata di capitali. Nonostante l'ampia capacità nel settore, circa 6 miliardi di dollari di nuovo capitale in vari formati è entrato nel comparto, aumentando la quantità fino a 34 miliardi.

Per leggere l'articolo completo segui il link <http://bit.ly/Q6td4b> su www.insurancetrade.it.

Fabrizio Aurilia



COMUNICAZIONE

Suggerimenti per email efficaci

Spesso scriviamo delle email senza aver prima stabilito bene il motivo per cui stiamo scrivendo. E' buona norma invece per prima cosa stabilire quali sono le motivazioni che ci spingono a scrivere.

- **Informare:** l'obiettivo è quello di informare qualcuno su qualcosa? Ebbene in questo caso l'oggetto deve anticipare con chiarezza l'informazione che vogliamo dare e che sarà contenuta nel corpo della mail;

- **Convincere:** vogliamo convincere il nostro capo a partecipare a un incontro? Qui l'oggetto deve semplicemente contenere i dati dell'incontro e nel corpo della mail dobbiamo mettere bene in evidenza le ragioni per cui è indispensabile la sua partecipazione;

- **Verificare:** se l'informazione di cui necessitiamo è pronta e sta per esservi inviata. L'oggetto della mail deve indicare chiaramente la scadenza e il testo deve mettere in evidenza eventuali conseguenze se la scadenza di cui all'oggetto non venisse rispettata;

- **Spiegazioni:** dovete scrivere una breve relazione su un argomento che richiede spiegazioni? Ebbene, quando una mail supera una pagina, è buona norma trasformare il testo in un allegato e scrivere poche righe di spiegazione di quanto contenuto nell'allegato rimandando allo stesso eventuali approfondimenti;

- **Conferma:** se siete responsabili dell'organizzazione di un meeting e dovete trovare una data che vada bene a tutti i partecipanti, cominciate col proporre un paio di date alla persona più importante, quindi fissate la data gestendo singolarmente eventuali eccezioni. Una volta avuta la conferma da tutti, inviate una mail di convocazione con luogo, data ed ordine del giorno a tutti i partecipanti;

- **Istruzioni:** le istruzioni devono essere chiare e perentorie. Anche in questo caso qualora superaste la pagina, delegate il processo ad un allegato;

- **Costruire relazioni:** personalmente non ritengo che per tale obiettivo ci si possa affidare a una mail, ma se è l'unico mezzo possibile siate sintetici, incuriosite e "adulate con eleganza" la persona con cui volete entrare in relazione, come se fosse un corteggiamento.

Queste poche regole vi faranno risparmiare tempo ed incomprensioni.

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

COMPAGNIE

Alico Life International e Alico Italia si fondono in MetLife Europe

Focus sulla protection. Interrotti gli investimenti nel wealth management

A partire dal primo novembre **MetLife** opererà in Italia attraverso una nuova società. Le due strutture del gruppo oggi attive nel nostro Paese - Alico Life International, specializzata in wealth management, e Alico Italia, specializzata in credit protection, employee benefits e prodotti di protezione individuali - verranno fuse per incorporazione in MetLife Europe, con sede legale in Irlanda. Nel quadro di questa strategia, conferma una nota della società, "si inserisce la decisione di interrompere gli investimenti nello sviluppo del wealth management, garantendo, comunque, continuità di servizio ai clienti che hanno sottoscritto polizze unit-linked con la compagnia". La nuova compagnia opererà in Italia, al completamento dei processi autorizzativi, tramite una rappresentanza generale con una sede legale a Roma e una sede operativa a Milano.

L'operazione rientra per il gruppo in un progetto più ampio di ottimizzazione delle proprie attività in ambito europeo che prevede una semplificazione della struttura societaria e una forte focalizzazione su alcuni segmenti di business considerati strategici. Da questo punto di vista, MetLife Europe si presenta con una forte focalizzazione sul business della protection e decisa a investire per rafforzare ulteriormente il proprio posizionamento nel mercato dei prodotti vita di puro rischio, infortuni e malattia. Si tratta di una direttrice di sviluppo che il gruppo sta promuovendo a livello mondiale e che prevede una graduale diminuzione del peso dei prodotti di risparmio e investimento sul proprio portafoglio.

Di conseguenza anche in Italia MetLife intende consolidare l'offerta di prodotti assicurativi distribuiti tramite banche e finanziarie e le polizze collettive di protezione per i dipendenti delle aziende. Il Gruppo prevede inoltre di investire per rafforzare ulteriormente il segmento della protezione individuale, attraverso l'espansione del network di accordi con intermediari indipendenti e il direct marketing.

D.P.