



EDITORIALE

Frodi: quale ruolo per gli agenti?

In Italia circolano, secondo le stime dell'AcI, 3,5 milioni di auto non assicurate, mentre le infrazioni per mancanza di assicurazione, registrate dalle Forze dell'ordine, si attestano a 100.000 nell'ultimo anno. L'Isvap, inoltre, segnala regolarmente la presenza nel nostro Paese di compagnie fantasma che truffano gli italiani. Diverse sono però le misure adottate per contrastare i comportamenti che danneggiano la collettività: l'introduzione di controlli incrociati tra numeri di targhe e database forniti dalle compagnie, la dematerializzazione dei contrassegni, i dispositivi automatici per il controllo della velocità sulle strade. L'obbligo di esibire il contrassegno di assicurazione, inoltre, sottopone il cittadino al rischio di sanzione, con il pagamento di una multa che può spaziare da 798 euro a 3.194 euro. Nei prossimi mesi, anche grazie a un accresciuto impegno da parte delle compagnie, si potrà comprendere fino a che punto queste misure saranno efficaci. Oggi però resta ancora da capire quale ruolo gli agenti vogliono effettivamente ricoprire nelle azioni di contrasto alle frodi: esiste davvero, da parte loro, la volontà di denunciare il cliente truffatore, o soccombono alla paura di creare intorno alla propria figura, soprattutto nei piccoli centri, un alone di diffidenza?

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

PREVIDENZA

Previdenza vuol dire futuro

Un momento di confronto organizzato da Helvetia per analizzare il ruolo delle assicurazioni e capire come parlare alle nuove generazioni

Discutere di previdenza, conoscerne gli aspetti normativi e comprenderne le conseguenze sociali oltre che economiche di lungo periodo è diventata un'esigenza comune non solo tra gli addetti ai lavori del mondo assicurativo, ma anche tra la gente comune e oggi, soprattutto a seguito delle recenti riforme del Governo, argomento di prioritario interesse delle nuove generazioni. Proprio i giovani infatti sono stati il fulcro degli interventi dei relatori di questo primo salotto previdenziale, organizzato da Helvetia a Milano.

L'incontro ha toccato diverse tematiche, riuscendo a tratteggiare un quadro complesso, ma chiaro ed esaustivo di informazioni, processi, numeri e soggetti coinvolti.



Fabio Bastia, amministratore delegato di Helvetia Vita e Chiara Vita

In apertura l'amministratore delegato di Helvetia Vita e Chiara Vita, Fabio Bastia, ha sottolineato il ruolo sociale delle compagnie assicurative in questa particolare congiuntura storica del nostro paese e l'importanza di creare una partnership per la previdenza complementare con le istituzioni pubbliche.

Il primo intervento, quello di Domenico Comegna - membro del Consiglio di indirizzo e vigilanza dell'Inpdap - ha illustrato le regole del pensionamento stabilite dal decreto "salva Italia", a partire dai fattori che hanno determinato l'intervento normativo. Ha analizzato dunque gli aspetti finanziari, rilevando come la spesa per le pensioni ancora oggi superi il 15% del Pil e come nel triennio 2007-2010 il rapporto tra la spesa pensionistica e il Pil sia cresciuto dell'1,4%, passando dal 13,9% al 15,3%, principalmente a causa degli effetti della crisi economica sul prodotto interno lordo. Poi ha affrontato l'aspetto demografico, ovvero l'aumento della longevità della popolazione, e il tema delle iniquità redistributive, quindi la coesistenza di pensioni prossime alla soglia di povertà e pensioni "d'oro". (continua a p. 2)

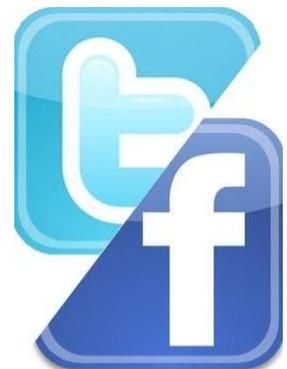
NEWS DA WWW.INSURANCETRADE.IT

Bilancio positivo per Poste vita e Poste Assicura

Poste Italiane ha chiuso il bilancio 2011 con un utile netto consolidato di gruppo pari a 846 milioni di euro, in leggero calo rispetto al risultato 2010 di 1.018 milioni, ma con un'incoraggiante crescita della propria quota di mercato sia nel settore assicurativo che in quello finanziario.

I ricavi totali, inclusivi dei premi assicurativi, si attestano a 21,7 miliardi di euro in linea con il risultato 2010. Nello specifico Poste Vita, la compagnia assicurativa del gruppo, ha fatto registrare 9.514 milioni di euro di premi emessi, guadagnando così ulteriori quote di mercato, oggi pari al 12,8% rispetto al 10,8% registrato nel 2010. Poste Vita ha ottenuto il primo posto nell'annuale graduatoria per imprese singole stilata dall'Ania e il terzo posto assoluto nella classifica per gruppi assicurativi del rapporto Mediobanca 2011.

Anche Poste Assicura, la compagnia danni operativa dall'aprile 2010, ha conseguito buoni risultati con 268 mila nuovi contratti stipulati (nel 2010 aveva collocato 179 mila polizze) e una raccolta complessiva di 42,8 milioni di euro (24,7 milioni di euro nel 2010).



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



(continua da p. 1) Infine ha chiarito come incide sul trattamento finale il nuovo sistema di calcolo contributivo: il lavoratore, con il concorso dell'azienda, effettua ogni mese un versamento pari al 33% dello stipendio (20,30% del reddito, per i lavoratori autonomi) e alla fine dell'anno, il capitale versato viene rivalutato con un tasso legato alla dinamica quinquennale del Pil. A fine carriera, alla sommatoria dei versamenti effettuati si applica un coefficiente di conversione pari al 4,798% per chi chiede la pensione a 60 anni e al 5,620% per chi decide di arrivare fino ai 65.

CULTURA E CONOSCENZA DEGLI SCENARI PREVIDENZIALI

Ma nel corso dell'incontro si è parlato soprattutto ai giovani. In particolare il responsabile dell'ufficio sviluppo previdenziale di Helvetia e Chiara Vita, **Cristiano Fiumara**, attraverso esempi e simulazioni, ha illustrato le opportunità che hanno i giovani di costruire "contributo su contributo" il loro futuro con l'aiuto dei genitori, che possono beneficiare di una sostanziale deduzione fiscale.

Sul tema è intervenuto anche **Sergio Corbello**, presidente di **Assoprevidenza**, sottolineando l'importanza di definire un percorso di alfabetizzazione previdenziale già a partire dalle scuole superiori.

Altro argomento caldo è stato quello delle iniziative a supporto di compagnie e banche per colmare il gap di cultura previdenziale che ancora esiste nella nostra società. Il responsabile del settore previdenziale e previdenza complementare di **Irsa**, **Viviana Dabusti**, ha rimarcato la necessità di dotare i player della formazione e degli strumenti di simulazione necessari per comprendere gli scenari previdenziali. A questo proposito, il salotto previdenziale ha anche "svelato" i contorni di una nuova figura, quella del consulente previdenziale, un soggetto non ancora istituzionalizzato nel nostro Paese, ma già molto noto e apprezzato in Europa. Si tratta di un professionista esperto in materia previdenziale che guida il cittadino nella scelta del percorso più idoneo al raggiungimento di una pensione congrua e compatibile con le sue aspettative. Inoltre, il consulente svolge una funzione preliminare di sensibilizzazione finalizzata a far emergere nelle persone il bisogno di protezione in tempo utile per farvi fronte in modo adeguato.

Enrico La Pergola, consulente assicurativo e docente nei corsi di formazione per la previdenza complementare, ha trattato l'aspetto della fiscalità e ha rilevato come durante la fase di accumulo la tassazione sia ancora all'11%.



Inoltre, ha presentato un esempio efficace di cosa significa destinare il proprio Tfr a una forma di previdenza complementare, analizzandone lo sviluppo in termini di rendimento annuo e l'impatto che questo avrà sulla futura pensione. Ma parlare di pensione non significa solo avere come obiettivo la copertura della propria vecchiaia: Fiumara ha portato l'esempio di altri Paesi europei in cui pensare alla propria previdenza complementare significa potersi dare una serie di micro-obiettivi che sono rappresentati dalle principali tappe della vita di ogni individuo, come la salute, l'istruzione e la casa. Dunque un'interpretazione che possiamo definire estensiva dell'accantonamento previdenziale come un piano di salvaguardia che consente di affrontare necessità e desideri, esigenze personali e della propria famiglia.

Diana Pastarini



PER RICEVERE OGNI GIORNO "INSURANCE DAILY", IL PRIMO QUOTIDIANO DEL SETTORE ASSICURATIVO, ISCRIVITI GRATUITAMENTE AL SITO WWW.INSURANCETRADE.IT

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



MERCATO

Carglass: servizio... trasparente a compagnie e clienti



Matteo Rignano

Carglass è un nome noto a tutti gli automobilisti e associato alla soluzione di danni ai vetri dell'auto. Una nomea meritata, perché Carglass gode di una posizione di tutto rispetto nel mercato italiano. Ce lo conferma **Matteo Rignano**, amministratore delegato di Carglass Italia.

Dott. Rignano, ci può presentare il mercato della sostituzione vetri in Italia?

L'Italia possiede un parco auto molto elevato, circa 40 milioni di automobili che pongono il nostro Paese al secondo posto in Europa dopo la Germania per numero di mezzi circolanti. Si calcola un tasso di rottura del 3% sui sinistri dichiarati, ovvero il danno ai vetri coinvolge circa 1.200.000 veicoli ogni anno. La metà di questi danni sono coperti da assicurazione, per un valore totale di circa 200 milioni di euro. Nel mercato della riparazione o della sostituzione, Carglass è leader in Italia, con una **quota del 30% del totale**, il resto se lo dividono le circa 18.000 carrozzerie, i 9.000 concessionari e le reti indipendenti di specialisti associati. Con questi numeri il nostro fatturato ammonta a circa **120 milioni di euro**.

In cosa si differenzia l'attività di Carglass?

Noi operiamo esclusivamente nella sostituzione e riparazione dei vetri auto, e quindi teniamo a farlo nel migliore dei modi. Da un punto di vista operativo, significa che nei nostri **130 centri di assistenza** i tecnici installatori valutano il danno e agiscono nel modo più opportuno, con la riparazione o la sostituzione: la nostra forza risiede nella soddisfazione del cliente, tanto è vero che i nostri tecnici sono incentivati in base alla qualità riconosciuta del lavoro. Un altro vantaggio rispetto ad altri è la **stretta collaborazione con le compagnie assicurative**.

Quindi come si struttura il vostro rapporto con le compagnie assicurative?

Carglass fa parte del gruppo **Belron**, presente in 33 Paesi, la cui mission è operare solo sulla riparazione e sostituzione dei cristalli auto. Lavoriamo con la logica della grande distribuzione che si sposa con le politiche delle compagnie: abbiamo **accordi quadro con quasi tutte le compagnie italiane** e, seguendo le specificità di ognuna, contattiamo le agenzie locali alle quali forniamo consulenza e formazione. Dal punto di vista della gestione, siamo una sicurezza per le compagnie per due ragioni fondamentali: la trasparenza nella valutazione economica del danno e il servizio di gestione delle pratiche amministrative. Grazie alla nostra rete di collegamenti centralizzati, possiamo velocizzare la gestione operativa dei sinistri, con copertura nazionale garantendo la sicurezza di un unico interlocutore.

Il servizio è quindi al centro della vostra attività...

La nostra struttura internazionale ci aiuta, perché possiamo confrontarci su best practice e su modelli operativi testati su grande scala. Il **monitoraggio della soddisfazione del cliente** è un'attività che svolgiamo ogni giorno attraverso un servizio specifico: da questi risultati arrivano gli incentivi al nostro personale. Ne siamo fieri, perché la soddisfazione che registriamo supera il 98%, e si traduce in un tasso di raccomandabilità del nostro servizio pari al 75%.

Maria Moro

NEWS

Aprire a Torino un museo sperimentale dedicato al risparmio

Un'iniziativa promossa da Intesa Sanpaolo per rendere tutti i cittadini investitori e risparmiatori consapevoli

Gestire consapevolmente i propri risparmi? Orientarsi nel campo degli investimenti? Da oggi avremo tutti, addetti ai lavori e singoli cittadini, un'opportunità in più. È nato a Torino il **Museo del Risparmio**. Un'iniziativa di **Intesa Sanpaolo** che, come ha sottolineato il presidente dell'istituto di credito **Andrea Beltratti**, "intende contribuire in maniera originale a diffondere l'educazione finanziaria in Italia e al contempo a migliorare le capacità di comprensione e di scelta dei nostri risparmiatori".

Il tasso di risparmio italiano è uno dei più elevati al mondo, e il patrimonio finanziario netto del settore privato sfiora i 3mila miliardi di euro, imparare a gestire correttamente questa ricchezza è dunque di importanza cruciale. "Il progetto - ha ricordato il sindaco di Torino, **Piero Fassino** - risulta ancor più interessante se lo si colloca nel particolare contesto che stiamo vivendo. È importante per tutti noi cittadini comprendere fino in fondo le cause dell'attuale crisi e di conseguenza individuare una personale politica di risparmio".

Questo innovativo spazio museale sarà aperto al pubblico a partire dalla fine di maggio, proprio nel centro di Torino, in via San Francesco d'Assisi 8/A. In una superficie espositiva di 600 metri quadrati suddivisa in cinque sale, il visitatore potrà intraprendere un viaggio, sensoriale e intellettuale, alla scoperta delle opportunità e modalità di gestione del proprio denaro.

La visita sarà fruibile in italiano e in inglese, e prevede percorsi differenziati per bambini, adolescenti e adulti attraverso informazioni audio, video e giochi di ruolo. Si potrà assistere a interviste "impossibili" con banchieri dei secoli scorsi e con economisti di oggi, giocare con amici o con il computer per imparare che cosa sono il risparmio e il rischio, e prendere confidenza con il mondo e la storia del denaro e del suo possibile utilizzo.

L'auspicio, ha infine aggiunto Beltratti, è che il Museo possa rappresentare "un centro culturale vivace e che collaborazioni nazionali e internazionali consentano una replica di questa idea anche in altre città in Italia e all'estero".

D.P.



PSICOLOGIA

Il colpo vincente arriva dal cuore

Quanti di voi hanno visto il film *La leggenda di Bagger Vance*? Per me è una delle più belle lezioni di puro coaching e, dietro la metafora del golf, possiamo trovare spunti interessanti per la nostra vita. Ovviamente è sicuramente più efficace per chi il gioco del golf lo pratica, ma sono universali gli spunti che derivano dalla scena dove Bagger Vance, il caddy (portabastoni in gergo golfistico), interpretato da Will Smith, dice che c'è soltanto un colpo in perfetta armonia con il campo, un colpo che è nostro, un colpo autentico e noi non dobbiamo fare altro che scegliere proprio quello. In questa scelta risiede tutta l'essenza del nostro successo. Il colpo perfetto è già dentro di noi, ce ne siamo solo dimenticati.

Dobbiamo togliere qualcosa piuttosto che aggiungere. **Non serve pensare tanto, basta trovare in noi la giusta sensazione.** Mettiamo da parte la ragione e pensiamo esclusivamente con il cuore. Stessa cosa dice Gene Hackmann nel film *Le riserve*. Miglia e migliaia di cuore, ecco cosa serve.

Dobbiamo in qualche modo scendere in "campo", il luogo dove le nostre abilità diventano inconscie e dove troveremo una realizzazione completa che parte da una totale accettazione di noi stessi.

Se diamo retta al nostro Ego, rischiamo di separarci dal resto del mondo e dalla gente. Questo concetto ci contrappone alla vita invece che farcene sentire parte. Dobbiamo ritornare a sentirci parte del tutto, protagonisti in un universo partecipativo pronti a condividere le informazioni in nostro possesso con le altre persone. Dobbiamo per così dire **vivere delle sensazioni che ogni giorno ci fanno risultare vincenti.**

Tutti noi al momento giusto sappiamo tirare il colpo vincente, ma per farlo lasciamo che sia il nostro modo di essere a prevalere sulla ragione. Pensiamo sempre e intensamente con il cuore lasciando che esso guidi il nostro corpo, i nostri pensieri e le nostre azioni.

Ecco cosa ci insegna *La leggenda di Bagger Vance*, ci insegna a guardare chi è perfetto nel realizzare quello che noi facciamo fatica a compiere. Solo quello che ci viene da dentro, dal cuore, fa la differenza.

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

MERCATO

Le indicazioni del preventivatore Isvap sono vincolanti

Le imprese che richiedono ai consumatori premi più alti rischiano sanzioni fino a diecimila euro

Come fare se la compagnia di assicurazione non riconosce la validità di un preventivo **Rc auto** ottenuto attraverso il **preventivatore Isvap**? Le imprese sono obbligate a praticare il prezzo indicato? Molti consumatori che avevano usato il servizio pubblico **"tuopreventivatore"** - accessibile dal sito dell'Isvap e da quello del Ministero dello sviluppo economico - che consente di comparare gratuitamente le tariffe applicate dalle imprese presenti sul mercato in relazione al proprio profilo individuale, hanno riscontrato una richiesta di premi superiori da parte delle compagnie di assicurazione.

A queste segnalazioni ha risposto l'autorità di vigilanza informando che i preventivi effettuati tramite il sito www.tuopreventivatore.it sulla base di informazioni corrette e documentabili da parte del consumatore, hanno una **validità di almeno 60 giorni** e che le imprese sono tenute a stipulare la polizza al prezzo riportato, salvo applicare eventuali sconti.

Dal momento che questa avvertenza è riportata anche sulla stampa del preventivo, i consumatori sono invitati a esibirla in caso di contestazione da parte dell'assicuratore.

L'Istituto di vigilanza ha inoltre ricordato alle imprese e agli intermediari che si rifiutino di stipulare il contratto **Rc auto** alle condizioni indicate nel preventivo che è prevista l'applicazione di **sanzioni amministrative** di importo variabile da mille a diecimila euro.

D.P.

tuopreventivatore

