

PRIMO PIANO

## Snfia, oggi a Roma il congresso

Si tiene oggi a Roma, presso la Residenza Ripetta, il decimo congresso nazionale dello Snfia, il sindacato nazionale dei funzionari delle imprese assicuratrici. In una nota, l'organizzazione spiega che il congresso rappresenterà l'occasione per fare "una lucida analisi della situazione, in un periodo di svolta cruciale del mondo occupazionale e non solo, quale è quello che stiamo vivendo". A sottolineare ulteriormente l'attenzione rivolta alle dinamiche in corso sarà la presenza di Teresa Bellanova, sottosegretario al Lavoro e politiche sociali. "Le difficoltà economiche, la confusione del quadro politico, e le tensioni sociali di questo periodo storico - osserva il segretario generale dello Snfia, Marino D'Angelo - scrivono la trama di un cambiamento epocale. In tutta Europa le organizzazioni sindacali sono in difficoltà a reggere il passo, e devono sapere adattarsi a questi mutamenti, pena la perdita del senso stesso della loro esistenza". Snfia vuole porsi come interlocutore privilegiato di un settore che conta in Italia oltre 16mila addetti, "colletti bianchi appartenenti a un ceto medio sempre più coinvolto dal difficile momento economico".

B.M.

## SPECIALE ASSIMOCO

### Il nuovo welfare parte dal basso

Se cresce l'impoverimento degli italiani a seguito della crisi e si riduce la protezione pubblica, si sta anche aprendo uno spazio interessante per un neo-welfare che mette in gioco soprattutto il ceto medio e tiene conto delle esigenze che arrivano dalla base. È quanto emerge dal Rapporto 2014, "Un Neo-welfare per l'Italia". Autoprotezione, mutualità e cooperazione, promosso da Assimoco

Agganciare un ceto medio esigente, anche se meno benestante, attraverso risposte assicurative personalizzate che sappiano cogliere i nuovi bisogni. Questo il messaggio forte che arriva dal Rapporto 2014, *Un Neo-Welfare per l'Italia. Autoprotezione, mutualità e cooperazione*, promosso dal gruppo **Assimoco** (Assicurazioni movimento cooperativo) e realizzato dalla società **Ermeneia**, su un panel telematico di circa 1000 famiglie italiane.

"Con questa ricerca - ha spiegato **Ruggero Frecchiami**, direttore generale di Assimoco - abbiamo voluto dare un contributo al cambiamento, facendoci portavoce dei nuovi meccanismi economico-sociali e delle nuove esigenze della popolazione, tra cui emerge con chiarezza la necessità del singolo e delle famiglie di autoprotettersi, cercando in maniera proattiva, sul mercato, soluzioni concrete volte al mantenimento del benessere attuale e futuro. Siamo di fronte - ha continuato - a una trasformazione epocale e permanente che porta nuovi bisogni: una nuova era, in cui la crisi della solidarietà familiare amplifica la ritirata dello Stato, richiedendo un nuovo modello di welfare, basato su un mosaico di soggetti e di risorse di tipo pubblico, privato aziendale, mutualistico-cooperativo, individuale e familiare".

Da notare, la differenza di percezione dei rischi tra popolazione e clienti (sono stati intervistati 1800 clienti di Assimoco, tra Bcc, agenti e agenzie di riferimento sul territorio): "i clienti operatori di Assimoco - conferma Frecchiami - hanno una consapevolezza maggiore della necessità di assumersi una responsabilità più forte nella protezione dei propri rischi: è questa l'opinione del 76,2% dei clienti e il 59% della popolazione".

#### SI COMINCIA A REAGIRE

Il messaggio forte della ricerca è che, alle preoccupazioni e allo scoraggiamento, si affianca la volontà di reagire; inoltre, se cresce l'impoverimento delle persone a seguito della crisi e si riduce la protezione pubblica, si sta anche aprendo uno spazio interessante per un neo-welfare che mette in gioco in particolare il ceto medio.

"Siamo davanti - spiega **Nadio Delai**, presidente di Ermeneia - a un indebolimento del ceto medio, che resta esigente anche se non più benestante, e a una contrazione evidente, tra il 2008 e il 2012, dei consumi (-7%) e della ricchezza netta delle famiglie italiane (-9,1%); la crisi ha influito in maniera determinante sulla vita quotidiana (lo pensa il 71,5% delle persone intervistate, di cui l'80% dei ceti più deboli e il 61,0% dei ceti medi) e, da prima della crisi, a oggi, i diversi segmenti di popolazione hanno significativamente perso posizioni: 10,5 punti il ceto medio-alto, 13 punti i soggetti collocati nella fascia media e 18,1 punti i livelli medio-bassi".

(continua a pag.2)



Ruggero Frecchiami, direttore generale Assimoco



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



*(continua da pag. 1)*

### ITALIANI BIVALENTI

Il secondo aspetto che emerge è che la crisi genera atteggiamenti e sentiment bivalenti (sia negativi, che positivi), a conferma che è stata gradualmente metabolizzata. Iniziano a emergere segnali di resilienza nelle valutazioni e nei comportamenti delle persone. “Il 58,5% degli intervistati – spiega il presidente di Ermeneia – afferma come la crisi economica abbia cambiato in peggio la vita delle persone, ma una percentuale analoga (56,5%) ammette anche che essa ha provocato più timori di cambiamento che non cambiamenti effettivi; ma soprattutto, più della metà del campione afferma che la crisi ha cambiato in meglio la vita dei cittadini, in quanto ci ha fatto bene, riportandoci ad una maggiore sobrietà dei consumi, dei comportamenti e degli atteggiamenti (56,8%); e, infine, il 56,2% degli intervistati sostiene che la crisi ha spinto le persone a reagire e a cercare modalità diverse di consumare, di lavorare, e di vivere”.

I sentiment rilevati presentano un intreccio evidente tra quelli positivi (la scommessa sul futuro, e la voglia di fare) e quelli negativi (l'inquietudine, l'insoddisfazione, la paura, la rassegnazione). “Bivalenza fa rima con resilienza: infatti una crisi lunga e profonda come quella che stiamo vivendo – osserva Delai – segna il corpo sociale negli atteggiamenti, ma nello stesso tempo dà origine a fenomeni di adattamento reattivo: si comincia a reagire (o a voler reagire) in maniera più o meno intensa”.

### VERSO LA COOPERAZIONE

Il terzo elemento che emerge è rappresentato dalla consapevolezza che il cambiamento è permanente e, anche se il ciclo delle attese rispetto a prima della crisi è peggiorato, si ammette la necessità di assumere maggiori responsabilità sotto il profilo dell'autoprotezione dei rischi come individui, famiglie e soggetti collettivi. “Il cambiamento di ciclo – sottolinea Delai – diventa evidente qualora si consideri il mutamento di segno delle aspettative sociali che, da crescenti prima della crisi, sono diventate decrescenti negli anni seguenti: da più a meno lavoro, da più a meno reddito, da più a meno mobilità sociale, da più a meno welfare (63,4% di consensi); parallelamente, la spinta individualistica, oggi mostra i suoi limiti: si avverte la necessità di dare maggiore attenzione alla relazionalità e alla solidarietà tra le persone (49,5% di consensi); in parallelo, emerge la percezione di uno spazio altrettanto consapevole che riguarda il rafforzamento o l'avvio di forme di neo-welfare responsabile (circa il 60% degli intervistati), riconoscendo l'esistenza di esperienze di neo-welfare che, oggi, cominciano a diffondersi sotto forma di benefici offerti ai dipendenti da parte di aziende o di gruppi di aziende, di formule assicurative di categoria e/o di impresa, di esperienze di mutualità di vario genere

sul piano personale, familiare e territoriale (54,5% di consensi)”.

In questo senso, grande valore acquista il sistema cooperativistico italiano che, sottolinea Frecchiami – “raggruppa 20mila aziende, oltre tre milioni di soci, un fatturato di 67 miliardi di euro e una crescita dell'8% dell'occupazione.”

In considerazione dei dati emersi, la ricetta per il nuovo welfare prevede tre punti: “è necessario – spiega Delai – personalizzare la risposta da indirizzare, in particolare, a un ceto medio (8 milioni di potenziali clienti) sempre più esigente, che richiede maggiore informazione, consulenza e professionalità degli intermediari; il newelfare deve nascere dal basso, ed essere in sintonia con le esigenze che arrivano dalla base, tralasciando soluzioni dall'alto, troppo strutturate e precostituite; la cooperazione può essere la chiave di sviluppo, come dimostrano i numerosi casi che si sono rivelati vincenti sul piano economico, industriale e sociale. Ma, soprattutto, dobbiamo uscire da questa fase di passaggio in cui non siamo più quello che eravamo, ma non siamo ancora quello che saremo, e iniziare a investire le nostre energie su quello che vogliamo e possiamo diventare in futuro”.



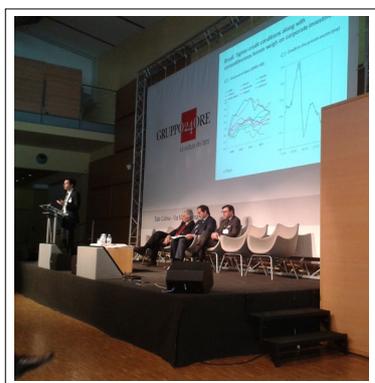
**Seguici anche su  
Facebook alla  
pagina di  
Insurance Connect  
e su Twitter  
@insurancetrade**

*Laura Servidio*



## Nuovi equilibri economici e nuove opportunità commerciali

Rallentano i Brics ed è timida la ripresa nell'Eurozona, ma un gruppo di dieci Paesi si sta imponendo all'attenzione delle dinamiche commerciali future. Sono alcuni degli elementi emersi, ieri a Milano, dall'ultima conferenza Rischio Paese di Coface, nel corso della quale si è parlato anche delle Pmi italiane, delle strategie di internazionalizzazione e dei mercati esteri in cui conviene investire



Non solo Brics. I protagonisti di domani si chiamano Colombia, Indonesia, Kenya. Se Cina, Brasile, India e Russia corrono meno velocemente di prima, una decina di altri Paesi si sta prepotentemente affermando sulla scena internazionale grazie al proprio dinamismo economico e alle opportunità che offrono alle aziende internazionali. È una delle tendenze emerse dalla

XIII Conferenza rischio Paese di **Coface** tenutasi ieri a Milano.

“Nel mondo si stanno definendo nuovi equilibri economici e

nuove opportunità commerciali”, ha ricordato in apertura dei lavori il country manager italiano di Coface, **Ernesto De Martinis**, osservando che “dalla crisi abbiamo appreso che le aziende con una vocazione all'export sono più in grado di cogliere le opportunità. Rispetto al clima della scorsa edizione – ha osservato – c'è più ottimismo, con evidenti prospettive di ripresa”. Uno dei temi centrali della conferenza è stato quello dell'internazionalizzazione e delle nuove opportunità di sviluppo per le imprese italiane. Osservandole con attenzione, le performance delle nostre Pmi all'estero non sono affatto modeste. “L'Italia oggi resta l'11° esportatore mondiale di merci e il 10° importatore, il 14° esportatore di servizi e il 12° importatore”, ha ricordato **Fabrizio Onida**, professore emerito di Economia internazionale all'**Università Bocconi** di Milano. Tuttavia, ha aggiunto, “dopo la recessione abbiamo ripreso a crescere a un livello inferiore”. Nel commercio interna-

La **DCA Consulting S.r.l.** nasce nel 2001 per offrire al mercato corporate, nelle specifiche aree del **claims management**, soluzioni operative e organizzative orientate alla qualità assoluta, con un **forte focus sul cliente** e sui **target condivisi**.

I **Services DCA** con **High Skilling** a maggior impatto sull'intero territorio Italiano sono:

- **Pre/Litigation Area**
- **Antifraud Area**
- **Legal Network Premium Area**
- **IT Mobile Area**

La **ventennale esperienza** della **divisione legale** nel settore assicurativo in materia di:

- **Compliance regolatoria**
- **Claims Litigation**
- **Legal Management**
- **Legal Coach Management**

identifica la **Legal Area DCA** come il miglior servizio legale fruibile in termini di **Best Price/Quality**.



La gestione e l'audit dei processi Legali - Medico Legali - Antifrode - Tecnico Estimativi della **DCA Consulting** sono Certificati ISO9001:2008



Con la **divisione tecnica** che estende le sue competenze in tutti i settori dell'**estimo**, attribuendo per l'Insurance e la Recovery ad ogni ramo di riferimento **periti** specializzati nei rispettivi settori, si completa la **vision** della **DCA Consulting s.r.l.** come una **Integrated Skill Company**, operante capillarmente su tutto il territorio Italiano.



Via Valadier, n° 36 - Roma  
Tel. 06-89015080/1/2 - 06-45540743  
Fax 06-62277224 int.312

Via Attilio Regolo, 19 - Roma  
Tel.06-32803323 Fax 06-62277224

e-mail: [info@dcaconsulting.it](mailto:info@dcaconsulting.it)  
web: [www.dcaconsulting.it](http://www.dcaconsulting.it)



zionale la posizione dell'Italia non avanza, ma ciò non è dovuto tanto a una scarsa iniziativa delle imprese italiane, quanto piuttosto all'ascesa di altri competitor: Usa e Giappone, ad esempio, hanno perso più posizioni rispetto a noi. Innovazione e internazionalizzazione sono assolutamente complementari per lo sviluppo di un Paese come il nostro. "L'Italia mantiene un mix di export di qualità elevata, ma questo patrimonio pesa sempre meno per via di barriere strutturali che comprimono l'iniziativa imprenditoriale", ha evidenziato Onida, spiegando che per mantenere le proprie quote di export, spesso le nostre imprese sacrificano margini di profitto. Tuttavia, qualità e mix di prodotti sono migliorati. "Occorre che le Pmi italiane coltivino le nicchie più dinamiche, nei segmenti in cui sono specializzate. L'Italia è un Paese resiliente - ha osservato Onida -. Le riforme strutturali che migliorano la capacità di fare business sono assolutamente necessarie, ma non bastano a creare una vigorosa valorizzazione dei vantaggi competitivi potenziali, oggi non pienamente sfruttati. Occorre che lo Stato - ha concluso Onida - pensi anche a promuovere programmi di ricerca industriale pre-competitiva".

## I dieci nuovi Paesi emergenti

A seguire, **Julien Marcilly**, head of Country risk di Coface, ha illustrato lo scenario sul rischio Paese fornendo un quadro a livello mondiale. "Nonostante un primo trimestre al di sotto delle aspettative, negli Usa l'attesa è per l'anno in corso è favorevole", ha detto. Diverso è lo scenario dell'Eurozona, dove la ripresa è ancora fragile: si intravedono positivi segnali, ma "la bassa inflazione continua a rappresentare un rischio per le imprese - ha spiegato - mentre resta debole la crescita del credito. Permangono ancora una serie di rischi: disoccupazione, crescita del Pil e la solvibilità delle imprese". Marcilly ha poi presentato un focus specifico sui cosiddetti *nuovi emergenti*, ovvero i dieci Paesi che Coface ha identificato come futuri protagonisti delle dinamiche di sviluppo internazionale: Colombia, Indonesia, Perù, Filippine, Sri Lanka, Kenya, Tanzania, Zambia, Bangladesh ed Etiopia. Per i Brics il boom economico è destinato a rallentare: le previsioni di Coface per il 2014 sono del 3,2% più basse rispetto alla crescita media registrata negli ultimi dieci anni, mentre attualmente il livello del Pil di questo Gruppo dei dieci rappresenta il 70% di quello dei Brics nel 2001 (anno in cui l'economista **Jim O'Neill** coniò questo acronimo).



Un momento della tavola rotonda



## Internazionalizzare non è delocalizzare

Si è poi discusso di nuovi modelli innovativi per l'internazionalizzazione e dell'impatto dell'export sulle imprese italiane, in una tavola rotonda dal titolo *Dopo i Brics: quali i Paesi più promettenti. I nuovi percorsi dell'internazionalizzazione*. "Noi abbiamo bisogno del

know how italiano - ha detto **Oscar Camacho**, console commerciale del Messico in Italia - dei suoi macchinari, della sua intelligenza, e della sua creatività". Per le Pmi italiane le maggiori opportunità sono in settori come quello aerospaziale e dell'automotive. L'invito del console agli imprenditori del nostro Paese è quello di "portare il talento italiano nella filiera produttiva del Messico: questo significa internazionalizzare, e non delocalizzare". **Filippo Fantecchi**, ceo di **Contax partners** che vive stabilmente in Bahrein, ha poi parlato dei Paesi del Golfo: Kuwait, Arabia Saudita, Bahrein, Qatar, Emirati Arabi, Oman. Stati che non stanno più solo esportando materie prime, ma acquisendo il know how per implementare altri settori produttivi. È il caso delle infrastrutture, business che negli ultimi anni ha preso il sopravvento su quello energetico. "Quella del Golfo - ha detto Fantecchi - è un'area su cui l'Italia fa bene a scommettere". **Jacopo Antonio Fusaia**, console in Italia dell'Indonesia (4° Paese più popoloso al mondo), ha spiegato che nel colosso asiatico il Belpaese "ha uno straordinario vantaggio competitivo: è un Paese amatissimo e percepito in modo estremamente positivo". Un terreno fertile "non solo per esportare, ma per andare a produrre in loco. Le opportunità esistono. Dal punto di vista infrastrutturale, ad esempio, ci sono decine di grandi e medi progetti in cantiere". **Gianpaolo Bruno**, dirigente dell'Ice, ha poi messo l'accento sulla necessità per le imprese che guardano all'estero di "saper fare squadra. Uno dei problemi più ricorrenti - ha spiegato - è quello di portare le micro-realtà imprenditoriali italiane sui mercati esteri. Per le Pmi è sempre più difficile captare le opportunità e gestirle: il ruolo che l'Ice svolge è pertanto quello di offrire loro un supporto in termini di servizi, formazione, consulenza e promozione. L'imperativo per le nostre Pmi - ha concluso Bruno - è quello di agganciare i *global value chain*, cioè i segmenti a maggior valore aggiunto". **Alberto Rigoni**, vice president group clients internationalization di **UniCredit** ha poi ricordato che "le Pmi spesso guardano all'internazionalizzazione basandosi più sull'intuizione che su un approccio sistematico". L'obiettivo di chi finanzia l'imprenditore che vuole andare all'estero deve pertanto essere quello di "aiutarlo a percepire il significato profondo di questo passaggio, fornendogli le informazioni necessarie a fagli comprendere quale sarà il contesto in cui andrà a operare".

**Beniamino Musto**

## 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 21 maggio di [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it)

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