

giornale delle Assicurazioni

n.6 GIUGNO 2010

€ 5

Newspaper

Risorse Umane

Come cambia il mercato del lavoro

Tecnologia & Informatica

I piani di investimento delle compagnie

La forza è nel «fare sistema»

Assicurazioni, governo e imprese cercano strategie comuni

GIORNALE DELLE ASSICURAZIONI - MENSILE - ANNO 30 - SPED. IN A.P. 45% ART.2 COMMA 20/B1 LEGGE 662/96 - VERONA



L'intervista

**Parla Camillo Candia:
i progetti di Zurich Italia**

■ Camillo Candia



9 771120 510007

Assicurazioni e Pmi**RISCHI AZIENDALI** Spazi e opportunità per il settore

Quali strategie per il mercato delle imprese?

Come riuscire a spingere le piccole e medie aziende ad assicurarsi di più contro i rischi della loro attività? Se ne è parlato al convegno organizzato dal *Giornale delle Assicurazioni* insieme ad Aiba.

Luciano Fumagalli

Network tra intermediari, compagnie, istituti di credito. Corsi di risk management e di cultura assicurativa riservati agli imprenditori. Formule che permettano, concretamente, di trasformare le polizze da puro costo in valore aziendale. Dalla tavola rotonda «Le nuove opportunità per la gestione dei rischi aziendali» che si è tenuta al convegno «*Assicurazioni e sistema Italia, dalla crisi alla ripresa: sfide imprenditoriali e gestione del rischio*», organizzato dal *Giornale delle Assicurazioni*, sono emerse molte proposte per affrontare in modo nuovo il target delle piccole e medie imprese, strategico per l'Italia perché sono proprio le piccole aziende familiari protagoniste, da sempre, dell'economia nazionale.

Il dibattito è stato preceduto dalla presentazione della ricerca *Come servire le piccole e medie imprese*, realizzata da Nmg Consulting in collaborazione con Assigeco e Das attraverso interviste telefoniche effettuate tra il 14 e il 24 aprile scorso su un campione di 500 Pmi distribuite su tutto il territorio nazionale, 50 dipendenti in media. Ricerca che ha offerto molti spunti di riflessione e di discussione.

«Da decenni sentiamo ripetere che le Pmi sono sottoassicurate. Ed è vero. Ma forse è venuto il momento di cambiare prospettiva», ha spiegato **Marcella Frati**, director di Nmg financial services consulting. «Sorprende che anche il grado di assicurazione personale dell'imprenditore, a livello sanitario e previdenziale, sia così basso. La crisi si sente, ma, tutto sommato, l'effetto è abbastan-

za contenuto», dice **Sergio Paci**, professore ordinario di economia degli intermediari finanziari all'università Bocconi di Milano. «Il punto più importante che emerge dalla ricerca è che i nostri imprenditori sono coscienti del loro gap di conoscenza e non sono soddisfatti dalla consulenza che ricevono. Il 70% non ha visto neppure un dépliant di altre compagnie o intermediari. E qui può giocare un ruolo importante l'educazione finanziaria che molte authority, tra cui l'Isvap, stanno studiando e che prima o poi dovrebbe partire». Compagnie, intermediari, i protagonisti del mondo assicurativo dovrebbero chiedersi: come possiamo aiutare le imprese a coprirsi dai rischi? Cosa occorre fare di più e meglio? Bisogna aumentare in modo esponenziale il marketing o occorrono nuovi prodotti e servizi? Intorno a questi quesiti si è aperto il dibattito, moderato da Sergio Paci, al quale hanno partecipato **Claudio Cacciamani**, professore di Economia degli intermediari finanziari all'università di Parma, Marcella Frati, **Fabrizio Callarà**, amministratore delegato di Aec, **Vittorio Verdone**, direttore auto, distribuzione e consumatori di Ania, **Sergio Corbello**, presidente di Asso-previdenza, **Franco Lazzarini**, presidente esecutivo di Ital Brokers, **Alberto Marras**, condirettore generale di Fondiaria-Sai, **Jean François Mossino**, vice presidente vicario di Sna, **Francesco G. Paparella**, presidente di Aiba, e **Paolo Rubini**, presidente di Anra.

Paci. **Jacopo Morelli**, vice presidente dei giovani della Confindustria (vedere a pagina 10), ha lanciato la proposta di favorire alle-

anze e un tavolo di discussione e incontro tra compagnie, intermediari e imprenditori che devono essere aiutati a fare risk management. Si potrebbe creare un'interessante area di dialogo. Qual è la posizione di Ania e delle compagnie su queste tematiche?

Verdone. Sul tema del rapporto tra assicurazioni e Pmi, Ania in collaborazione con Irsa ha compiuto un'indagine, curata dai professori **Luigi Guiso** e **Fabiano Schivardi**, su un campione particolarmente vasto, 2.500 Pmi. Dall'indagine è emerso che le imprese si assicurano, ma c'è uno zoccolo duro che non si assicura per niente (4%). Il problema riguarda soprattutto le piccole imprese con meno di 15 dipendenti: una su cinque non si assicura. C'è poi una percentuale non indifferente di aziende che non accende polizze base (il 14% snobba l'incendio, il 33% non si dota di una Rc terzi o operai, e via dicendo). L'indagine ha dimostrato che, quando sottoscrivono una copertura, le imprese risultano mediamente soddisfatte del rapporto con chi gliele ha vendute. L'imprenditore che si assicura correttamente non solo è avanti rispetto agli altri, poiché agisce per prevenire e attenuare il rischio, ma può sfruttare la correlazione positiva tra coperture e merito creditizio. In altre parole, ha l'opportunità di essere trattato meglio dalle banche. Prima di tutto sui tassi: una Pmi per ogni polizza base aggiuntiva - furto, incendio, Rc generale e magari coperture sui rischi tipici di esercizio - potrebbe ottenere mediamente un risparmio di 17 punti base sui tassi d'interesse riconosciuti dalla propria banca. Chi si assicura, poi, ha meno pro-



Assicurazioni e sistema Italia

Dalla crisi alla ripresa: sfide imprenditoriali e gestione del rischio

2^a edizione

Dibattito

Al dibattito, moderato da Sergio Paci, professore di economia degli intermediari finanziari all'Università Bocconi di Milano, hanno partecipato Claudio Cacciamani, professore di Economia degli intermediari finanziari all'università di Parma, Fabrizio Callarà, amministratore delegato di Aec, Vittorio Verdone, direttore auto, distribuzione e consumatori di Ania, Sergio Corbello, presidente di Assoprevidenza, Marcella Frati, director Nmg Financial services consulting, Franco Lazzarini, presidente esecutivo di Ital Brokers, Alberto Marras, condirettore generale di Fondiaria-Sai, Jean François Mossino, vice presidente vicario di Sna, Francesco G. Paparella, presidente di Aiba, e Paolo Rubini, presidente di Anra.



babilità di essere razionato dagli istituti di credito e può contare su rapporti proficui con più banche. Andremo sul territorio, in collaborazione con Confindustria e Abi, a parlare dei risultati dell'inchiesta con gli imprenditori: un'opera di sensibilizzazione che riteniamo molto importante. Infatti, il tema dell'alleanza è qui fondamentale. Oggi, nel dibattito tra assicurazioni e imprese manca il terzo polo, le banche. Dobbiamo lavorare tutti insieme: l'assicurazione diminuisce il rischio di fallimento e migliora i rapporti con il credito. E questo favorisce l'intero sistema.

Marras. Alleanza, partnership, consapevolezza: qual è il nostro punto di vista, il punto di vista del sistema assicurativo? Nelle Pmi c'è un'area critica relativa alla completa comprensione dell'importanza della copertura assicurativa e ancora prima della gestione del rischio. Ecco, dopo gli interventi che abbiamo ascoltato, il tema del risk management merita un serio approfondimento. Il rischio è tipico di ogni attività imprenditoriale ed è, per sua natura, insito nell'attività d'impresa. Deve, però, essere oggetto di analisi, gestione e, quando è possibile (e noi sappiamo che è possibi-

le), trasferimento. Il risk management può e deve diventare sempre più una delle leve di gestione strategica dell'impresa, e il risk manager deve sempre più affiancare l'imprenditore nello sviluppo dell'azienda. Ciò che è più difficile è inquadrare questa figura nelle Pmi. Ma qual è il ruolo che il sistema assicurativo può giocare su un fronte così importante? Parlo di sistema (e non solamente di società di assicurazioni), rifacendomi a quello che ha detto **Giancarlo Giannini** (vedere articolo a pagina 10), considerando l'intermediario come leva fondamentale al fianco delle imprese assicura-

Assicurazioni e Pmi

L'attività di promozione alle imprese è debole

L'imprenditore ha una scarsa conoscenza delle assicurazioni e una bassa consapevolezza dei rischi legati alla sua attività e professione. È quanto emerge dall'indagine di Nmg Consultant. Che rileva anche...

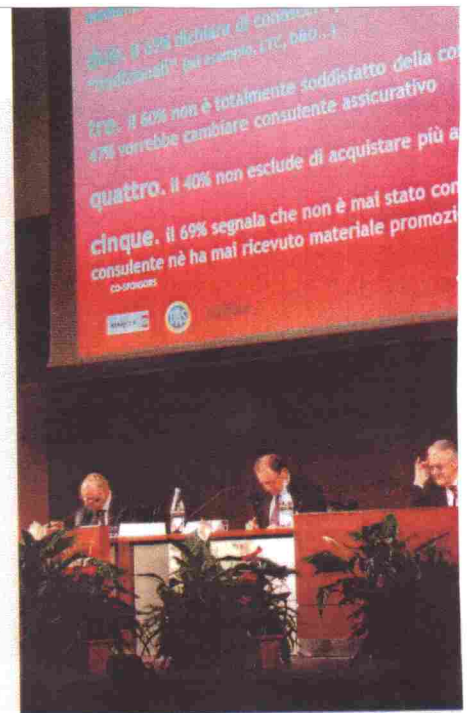
«I titolari delle Pmi acquistano coperture classiche a protezione della propria persona: rimborso spese mediche (54%), fondo pensione o altro piano pensionistico (50,4%), infortuni (48,8%) e temporanea caso morte (38,8%). Hanno penetrazione marginale le nuove coperture come long term care o malattie gravi. C'è anche scarsa propensione all'acquisto verso quelle protezioni della persona che riguardano rischi legati alla propria attività, come tutela legale, responsabilità civile, responsabilità amministratori. La polizza di difesa giudiziaria risulta particolarmente acquistata da chi opera nel settore agricolo (55,6%)», ha detto **Marcella Frati**, direttore di Nmg Financial Services Consulting sintetizzando i dati della ricerca. Per quanto riguarda le aziende oltre a incendio e furto (97,6% degli intervistati ha polizze di questo genere), il prodotto più acquistato sembra essere la tutela legale (63,2%), anche se il 25% degli intervistati non sa esattamente quali benefici possa offrire. Le altre coperture, come i rischi tecnologici (polizza acquistata dal 26,4% degli imprenditori, ma il 70% non ne conosce l'esistenza) o *keyman*, sono poco diffuse. E persino la responsabilità civile, prodotto non

certo nuovo, non ha un grande successo. Quasi la totalità delle Pmi monitorate acquista anche polizze per i dipendenti soprattutto al nord: vengono forniti in misura maggiore benefit anti infortuni e rimborso spese mediche. I fondi pensione per i dipendenti sono ancora poco diffusi, soprattutto al sud (17% di penetrazione). Il 40% degli intervistati spende almeno 5 mila euro per assicurare la propria azienda, mentre il 55% è tra i 3 mila e i 5 mila euro. Il 55% degli imprenditori intervistati ha prodotti di almeno due compagnie di assicurazioni. «Di fronte a questi dati, sono quattro le barriere che impediscono una maggiore penetrazione delle coperture assicurative», dice Frati. La prima è il livello di conoscenza dei prodotti da parte degli imprenditori. Un dato che, in generale, è tutt'altro che elevato, fatta eccezione per infortuni (buona conoscenza nel 54% dei casi) e invalidità (buona conoscenza: 64,8%). Tutte le altre coperture considerate risultano conosciute mediamente dal 40%. Il secondo ostacolo è l'impatto della crisi, unica ragione per cui il 30% degli imprenditori tende a spendere di meno rispetto al passato in assicurazioni (la percentuale che sale al 35% al sud). Per il futuro emerge

trici per servire meglio il cliente-Pmi. Occorre che ci sia una convergenza virtuosa di interessi e obiettivi con gli intermediari e quindi le reti agenziali e i broker. Si va, insomma, verso un nuovo modello di supporto alle Pmi: un modello che parte da una richiesta di trasferimento di conoscenze, di formazione e di condivisione delle informazioni. È un impegno che la compagnia deve prendere con i clienti, ma anche con le reti agenziali e i broker, per dare più consulenza e più servizio alle imprese. Impegno



Zoccolo duro
«Da un'indagine Ania-Irsa emerge che le imprese si assicurano, ma c'è uno zoccolo duro che non si assicura per niente (4%)», dice **Vittorio Verdone**, direttore auto, distribuzione e consumatori di Ania. «Il problema riguarda soprattutto le piccole imprese con meno di 15 dipendenti: una su cinque non si assicura».



una scarsa sensibilità a investire di più in polizze: il 59% degli intervistati è convinto che non incrementerà la propria spesa assicurativa mentre il 40% non lo sa. Il terzo freno è il livello di soddisfazione verso le coperture attuali. Il 72% degli imprenditori si ritiene mediamente soddisfatto di ciò che ha acquistato, circa il 25% si dichiara insoddisfatto (le punte maggiori si hanno nel nord est) mentre un 4% non sa rispondere. Infine, la scarsa capacità degli intermediari di fornire consulenza di qualità. Il 58% degli intervistati è insoddisfatto della consulenza ricevuta: gli imprenditori non ritengono, infatti, di essere adeguatamente coperti per i rischi connessi alla propria azienda, anche se non riescono a capire dove sono i gap di prodotto. Oltre la metà del campione non è sicura di

medie imprese l'esigenza di protezione del valore dell'impresa e dei capitali immessi nell'impresa è più forte che nelle grandi realtà imprenditoriali, proprio per le ridotte dimensioni del capitale delle Pmi. Le grandi imprese hanno strutture di risk management (e un facile accesso al mercato del capitale), mentre le piccole hanno una minore percezione del rischio. A mio avviso c'è anche una sottoassicurazione non consapevole sulla quale bisogna attirare prima la comprensione e poi l'attenzione dell'imprenditore. Passare da una «sottoassicurazione non consapevole» a una «gestione consapevole del rischio»: questo forse è l'elemento chiave di una alleanza efficace e produttiva tra sistema assicura-



Poche visite

«Quasi il 70% degli imprenditori dichiara di non aver mai ricevuto visite, telefonate o mailing promozionale da parte di compagnie di assicurazioni e di intermediari», dice Marcella Frati, director Nmg financial services consulting (al microfono).

essere ben assicurata. «Dalla nostra indagine risulta chiaro che l'imprenditore ha una scarsa conoscenza delle assicurazioni e una altrettanto scarsa consapevolezza dei rischi legati alla sua attività e anche alla sua persona», conclude Frati. «E questo è certamente dovuto anche alla debole attività di marketing per conquistarsi nuovi clienti pmi da parte di intermediari. Quasi il 70% degli imprenditori dichiara di non aver mai ricevuto visite, telefonate o mailing promozionale da parte di compagnie di assicurazioni e di intermediari. Quindi i broker, che sono i consulenti più utilizzati, agenti, compagnie dovrebbero impegnarsi innanzitutto in una profonda campagna di informazione e formazione per far emergere e servire al meglio i bisogni delle Pmi».

tivo e Pmi. Un adeguato trasferimento di know how e una gestione consapevole del rischio sono i primi passaggi logici e operativi su cui deve spingere la compagnia, perché la gestione del rischio si traduce in un vantaggio competitivo per le Pmi, crea valore ma è anche protezione del capitale e della propria operatività (e sopravvivenza). E il trasferimento del rischio è particolarmente importante nella congiuntura economica critica che ancora persiste. L'obiettivo diventa quindi quello di una partnership convinta, da ricercare con determinazione e con investimenti reciproci in termini di tempo e denaro. Noi siamo disponibili a fare screening, ad aiutare l'imprenditore ad analizzare i suoi rischi, a capire quali

mantenere e quali trasferire, secondo criteri di priorità. Non si pone un problema di cambiamento dei prodotti assicurativi: è il modello di servizio che va innovato per arrivare a soluzioni di lungo periodo che vadano oltre la crisi e diventino un «modo di essere» delle nostre assicurazioni e delle nostre Pmi.

Rubini Nella discussione di questa giornata vi sono stati almeno tre riferimenti alla figura del risk manager. Il primo l'ha suggerito Morelli, quando ha proposto un tavolo di lavoro da aprirsi fra le Pmi e gli operatori del mondo assicurativo con l'obiettivo di identificare i rischi, gestirli ed estrarne valore. Questo è esattamente il compito del risk manager. Il secondo riferimento è contenuto nella ricerca Nmg, dalla quale emerge che l'imprenditore è insoddisfatto della consulenza che riceve e quindi ha una scarsa conoscenza degli strumenti assicurativi che gli vengono proposti; anche qui la nostra professione viene in soccorso. Il terzo accenno è quello di Marras, che ha parlato del risk management come di un sistema di riferimento per l'imprenditore assicurativo. Di questa giornata, il risk manager è quindi uno dei protagonisti, in quanto professionista che rappresenta i bisogni dell'imprenditore rispetto al mercato assicurativo. L'Anra raggruppa i risk manager delle medie e grandi imprese, che stanno iniziando a occuparsi non solo di assicurazioni ma di tutti i rischi, anche non assicurabili, riferendo in merito sia agli organi di governo che a quelli di controllo

Modello di supporto

«Si va verso un nuovo modello di supporto alle Pmi, che parte da una richiesta di trasferimento di conoscenze, di formazione e di condivisione delle informazioni», afferma Alberto Marras, direttore generale di Fondiaria-Sai. «È un impegno che la compagnia deve prendere con i clienti, ma anche con le rete agenziali e i broker».



dell'azienda. Che cosa può fare l'Anra per le Pmi? Io credo essenzialmente formazione. Il risk manager delle Pmi è l'imprenditore stesso, l'amministratore delegato, il direttore generale o quello finanziario. Questa figura di vertice non può prescindere dalla conoscenza delle tecniche di risk management, pur non avendo una funzione dedicata. Per acquisire queste competenze si può ricorrere ai broker, ai consulenti assicurativi, ma c'è anche la possibilità di iscriversi all'Anra, di frequentare i nostri corsi e di acquisire pertanto una formazione specifica. Non è pubblicità per l'organizzazione cui appartengo, voglio piuttosto valorizzare il ruolo sociale dell'Anra come operatore di formazione e diffusione della cultura di gestione del rischio. Infatti, un processo di risk manager consolidato migliora il merito di credito dell'azienda che lo adotta; colma le asimmetrie informative fra compagnie e assicurati all'atto della stipula di una polizza, minimizzando i rischi che l'imprenditore trattiene; consente una maggiore tranquillità d'azione, favorendo lo sviluppo delle imprese, cosa non certo secondaria in queste periodo post crisi.

Paci. Le affermazioni di Rubini e Marras tracciano un percorso di crescita culturale capace però di trasformarsi anche in risultati economici tangibili. Lo stesso si può dire della previdenza complementare?

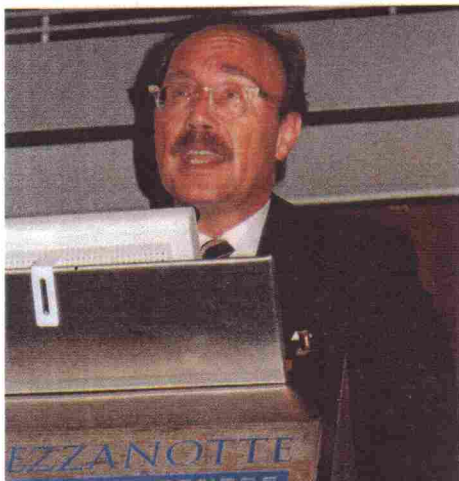


Assicurazioni e Pmi

Corbello. La previdenza complementare è un sistema normativo maturo, ma non c'è stata una diffusione sufficiente di questo sistema soprattutto presso i soggetti più interessati, i giovani. Quindi, il rischio di sostenibilità sociale del sistema previdenziale futuro esiste. Nell'assistenza complementare abbiamo una disciplina che si sta sostanzialmente formando. C'è uno zoccolo di norme, ci sono le premesse per un forte sviluppo. Quali sono state le cause del mancato sviluppo della previdenza complementare? Fattori culturali prima di tutto. E una forma di volontarietà nella copertura che la legge richiede. Quale potrebbe essere la base per gli sviluppi della assistenza complementare? La semplicità dello schema assistenza-prestazione si capisce facilmente, e non è un investimento a lungo termine per gli interessati. Si possono e si devono realizzare sistemi di partecipazione all'assistenza integrativa di natura obbligatoria. Sto pensando, naturalmente, al lavoro dipendente. Con questi presupposti si aprono spazi interessanti anche per le piccole e medie imprese. Nella ricerca abbiamo visto che l'imprenditore si copre dai rischi previdenziali-assistenziali con prodotti assicurativi. Ma qui bisogna ancora una volta fare un salto culturale, far diventare la previdenza e l'assistenza complementari un'opportunità

Risk manager

«Il risk manager delle Pmi è l'imprenditore stesso, l'amministratore delegato, il direttore generale o quello finanziario. Questa figura di vertice non può prescindere dalla conoscenza delle tecniche di risk management, pur non avendo una funzione dedicata», dice Paolo Rubini, presidente di Anra.



per lo strumento retributivo. La previdenza complementare prevede anche la possibilità di aderire a più piani previdenziali e di versamenti volontari di contributi da parte di imprese con piena deducibilità e il costo previdenziale al 10% di solidarietà, il più basso. Si può pensare che questo fondo, attuato magari attraverso uno strumento assicurativo aggiuntivo a quelli di categoria, diventi uno strumento retributivo indiretto ma anche premiante per aggiungere un bonus ai dipendenti. Bisogna convincere il lavoratore che, al posto di avere un aumento falcidiato dalle tasse, può ricevere indirettamente un'aggiunta al salario, deducibile dalla dichiarazione dei redditi, ma dilata nel tempo. Più semplice è il discorso sull'assistenza sanitaria complementare: la prestazione è chiara e rappresenta una ricaduta sullo stipendio. Non sfugge a nessuno che in questo modo verrebbe valorizzato l'investimento dell'imprenditore nella sua azienda nelle risorse umane. Ovviamente bisogna conoscere queste opportunità, intermediari e imprese devono impegnarsi nell'informazione.

Cacciamani. Si parla di molte cose... Ma chi è il piccolo imprenditore? È un ectoplasma? L'abbiamo visto in faccia noi che ne parliamo? Oggi ha quattro problemi: vendere (Bankitalia ci dice che dal 2008 a oggi il fatturato perso dalle Pmi è del 50%-60%), produrre anche con tagli drastici della manodopera, mantenere la fiducia delle banche (i crediti alle imprese sono diminuiti) e, se una azienda è nata negli anni Sessanta, star dietro anche al figlio che non ha ereditato i cromosomi imprenditoriali del padre e può fare danni in azienda. Ecco, a questo imprenditore noi andiamo a chiedere la sua situazione delle polizze. Nella ricerca si dice che la tutela legale è diffusa tra gli agricoltori, ma l'azienda agricola è l'unica che non può fallire ai sensi del Codice civile: il contadino dovrebbe avere altre coperture... È un po' come la storia dei derivati; gli imprenditori firmavano senza sapere di che cosa si trattasse. Quando si parla di nord ovest con maggiore diffusione di

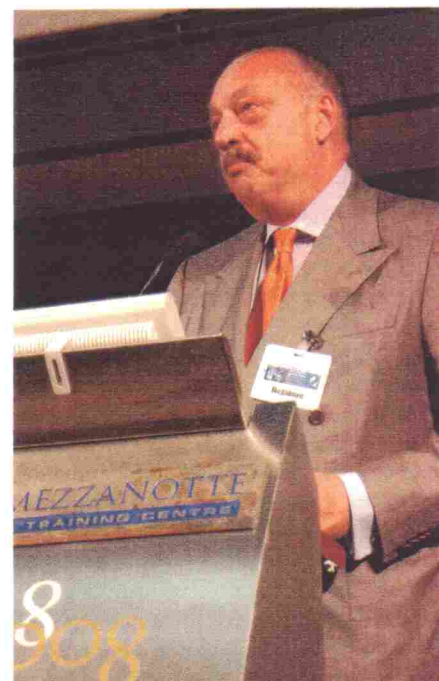


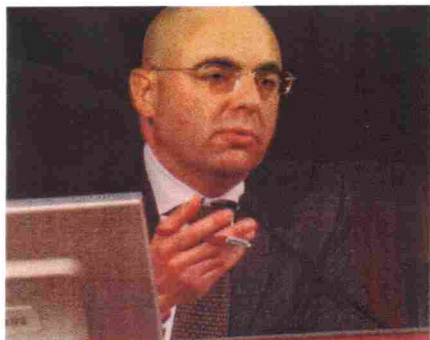
Schema semplice
«La semplicità dello schema assistenza-prestazione si capisce facilmente, e non è un investimento a lungo termine per gli interessati. Si possono e si devono realizzare sistemi di partecipazione all'assistenza integrativa di natura obbligatoria», dice Sergio Corbello, presidente di Assoprevidenza.

polizze si trascura che si tratta di imprese di subfornitura. Se la Fiat ti chiede la Rc prodotto tu la fai, ma non sai neppure cos'è, torni a casa con 10 mila frizioni e sei contento. Tuttavia, hai dovuto sottoscrivere la Rc prodotti, per tutti i Paesi americani inclusi e quindi ci rimetti i soldi, però hai lavoro... Insoddisfazione del servizio: io so che cos'è, ma qui stiamo parlando di imprenditori che stanno mandando avanti il Paese, che sono in trincea, che sanno poco di banche e meno che meno di assicurazioni. Mi chiedo se siano in grado di valutare il servizio, da-

Rating bancari

«L'investimento assicurativo, per essere tale, e non costituire un puro costo, dovrebbe essere riconosciuto dalle banche», dice Francesco Paparella, presidente dell'Aiba, «il sistema creditizio dovrebbe tenerne conto nei suoi rating. Ma in tutti i modelli di rating che ho esaminato le coperture assicurative non vengono mai citate».





L'importanza del network

Solo la specializzazione permette risparmi anche in polizze di piccolo taglio, ma soltanto il network permette di offrirle in una logica di cliente e non di prodotto alle Pmi», sostiene Claudio Cacciamani, professore di Economia negli Intermediari finanziari all'università di Parma.

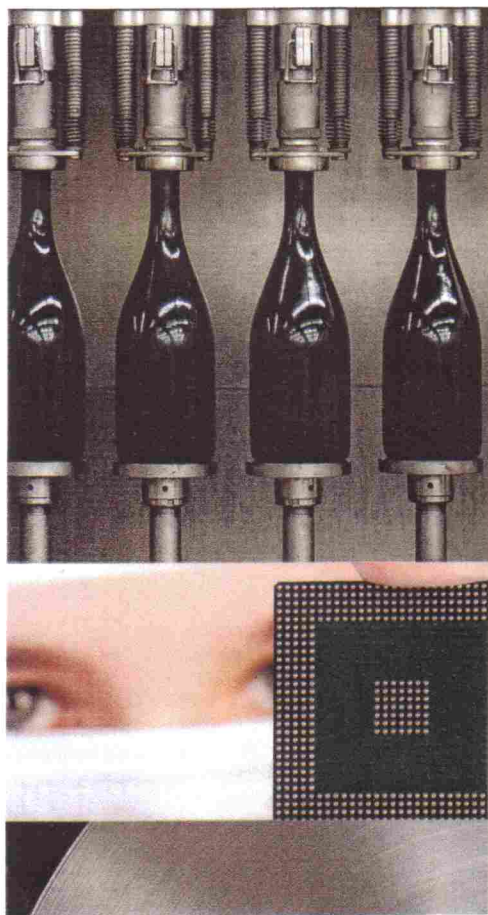
o che magari non hanno assolutamente competenze assicurative. Qui entra in gioco il ruolo della cultura, del network... Consulenza, servizi: cose buone, ottime, auspicabili. Ma chi paga? Nella ricerca si citano polizze di 5 mila euro. Vorrei sapere quanto ci guadagnano gli intermediari per potere offrire consulenza adeguata su una polizza del genere: quanto tempo dovete spendere con tutti gli obblighi di normativa ai qua-

li dovete adempiere. E in più dovete fare consulenza... Il rapporto con la Pmi va rifondato, su tre filoni. Il primo: se è vero che c'è sottoassicurazione, nella priorità dei costi di una Pmi la polizza non c'è, non rientra. Bisogna che l'imprenditore, un po' come il bonus malus, riporti a casa un po' del premio che ha pagato. Secondariamente, credo molto nella logica del network, del tavolo di lavoro. Tuttavia, soprattutto in un periodo come questo, bisogna cercare di capire se c'è uno spazio economico per tutti. Infine, nel network ognuno deve fare le cose bene e avere i mezzi per farle. Solo la specializzazione consente risparmi di costi anche in polizze di piccolo taglio, ma solamente il network permette di offrirle in una logica di cliente e non di prodotto alle Pmi.

Paci. Cacciamani ha messo l'accento sui costi delle attività network campagne-intermediari-aziende. Che cosa ne

pensano broker e agenti?

Paparella Mi sembra che tutti concordiamo sul progetto di fare squadra, di fare cultura. Tutto bene. Anche se il nostro è un Paese in cui si colgono i problemi, si condividono le soluzioni, ma alla fine si dice: comincia tu a fare i sacrifici, che poi li faccio anch'io... Cultura: noi di Aiba la facciamo da più di dieci anni con Aba, l'accademia di brokeraggio assicurativo, che forma tremila persone l'anno. Il salto di qualità è aprire Aba anche ai clienti delle aziende iscritte ad Aiba, per allargare la platea che può ricevere la nostra formazione di indirizzo più pratico che teorico. Rispondo a Cacciamani che su quei 5mila euro noi guadagniamo 500 euro, e ci paghiamo le tasse. I nostri clienti si stupiscono del compenso, pensano che il broker guadagni di più, ma la realtà è questa. Aiba proporrà subito di fare questo tavolo di lavoro con tutti i protagonisti del mondo



Soluzioni su misura per i Rischi di Responsabilità Civile

XL Insurance mette a disposizione delle aziende soluzioni mirate e specifiche a copertura dei molteplici rischi a cui i suoi clienti sono esposti; dal Richiamo del Prodotto, alla Responsabilità Civile Prestatori di Lavoro, alla Responsabilità Civile Terzi o a quella Prodotti. Inoltre, per il settore alimentare, offriamo la copertura *Tampering* e Ritiro Prodotti a seguito di contaminazione, abbinata ad una consulenza specializzata di *Crisis Management*.

Le società multinazionali scelgono la nostra polizza *XL WorldPass* che, utilizzando le diverse filiali di XL Insurance, fornisce soluzioni assicurative in più di 100 Paesi in piena conformità alle normative locali.

Per accedere al nostro team professionale, ed alle nostre soluzioni assicurative specifiche, contattate XL Insurance allo 02-859001. www.xlinsurance.com/casualty

“XL Insurance” è il marchio globale usato dagli assicuratori soci del gruppo di compagnie licenziate parte di XL Capital Ltd.

Assicurazioni e Pmi

assicurativo, perché i problemi delle Pmi richiedono risposte urgenti. Il piccolo imprenditore non ha nozione del rischio assicurativo, mentre sa benissimo i pericoli che corre se mette sul mercato un prodotto che non venderà, o se non investe in sviluppo e ricerca. L'investimento assi-



Giusto equilibrio

«Bisognerebbe puntare a un giusto equilibrio tra obbligo e volontarietà», afferma Fabrizio Callarà, amministratore delegato di Aec, «prendendo spunto dalle attività per le quali esiste un obbligo, gli intermediari dovrebbero cogliere l'occasione per diffondere una cultura della responsabilità professionale e delle garanzie assicurative».

curativo per essere tale, e non costituire un puro costo, dovrebbe essere riconosciuto dalle banche, il sistema creditizio dovrebbe tenerne conto nei suoi rating. Viceversa non lo fa, anche se in convegni come questo si dice il contrario. In tutti i modelli di rating che ho esaminato le coperture assicurative non vengono mai citate. Per il sistema bancario che finanzia le aziende la polizza danni indiretti non ha nessun peso e questo è tecnicamente sbagliato. Se invece la banca recepisce le polizze e fa pagare mezzo punto in meno di interessi, allora anche le Pmi capiranno che le polizze non sono soldi buttati ma servono per lavorare meglio.

Callarà. Il gruppo Aec opera nel mondo dei professionisti, settore che nelle inchieste assicurative spesso non viene tenuto sufficientemente in considerazione; mentre personalmente ritengo che i professionisti possano ritenersi parte integrante di questo target in considerazione del notevole valore aggiunto che portano al mercato. La sensibilità al rischio è aumentata negli ultimi 16 anni ed è stata consolidata dagli obblighi previsti dalla legge Merloni, difatti un numero crescente di associazioni e ordini professionali hanno dettato regole più o meno stringenti nel campo della responsabilità professionale. Non sono tuttavia d'accordo con l'Ania che auspica l'obbligatorietà di tutte le polizze come nel caso della Rc auto; anche se devo confermare che prima dell'obbligatorietà i professionisti si interessavano a stento al concetto di assicurazione professionale. Bisognerebbe puntare a un giusto equilibrio tra obbligo e volontarietà: prendendo spunto dalle attività per le quali esiste un obbligo assicurativo, gli intermediari dovrebbero cogliere l'occasione per diffondere una cultura della responsabilità professionale e delle garanzie

assicurative. In Italia purtroppo c'è un deficit di concorrenza, e ritengo che la reintroduzione delle polizze quinquennali sia stata un duro colpo all'apertura del mercato. Se l'obiettivo è quello di sedere intorno a un tavolo compagnie, intermediari, e imprese per risolvere i problemi delle Pmi occorre partire da una base di valori condivisi e soprattutto, non vanno posti altri ostacoli sulla strada della concorrenza e delle liberalizzazioni.

Lazzarini. L'indagine Ngm mi suggerisce alcuni spunti di riflessione. Il primo è la comunicazione: agenti, broker, compagnie sono già impegnati con le Pmi, ma occorre che le associazioni di categoria (Confindustria, Confapi, Confindustria, consorzi vari) si impegnino di più a sensibilizzare i loro associati sui temi del rischio. Secondo punto: il credito. Grazie all'iniziativa del ministro Tremonti si è ampliata l'area di interventi della Sace, che può rilasciare coperture a garanzie dei crediti verso le pubbliche amministrazioni. Terzo punto: la sanità. Le long term care non paiono essere particolarmente richieste, mentre con l'invecchiamento della popolazione ce ne sarà più bisogno. In campo sanitario il problema è che le compagnie non vogliono più assicurare Asl e ospedali. Questo è legato, spiace dirlo, anche alla lobby degli avvocati che, come negli Usa, quasi aspettano fuori dagli ospedali i pazienti e propongono loro di fare un'azione di responsabilità contro gli ospedali o i medici. **Barack Obama** nella sua riforma ha avuto problemi anche all'interno del Partito democratico pro-

prio perché non ha toccato questo problema, che spesso è la causa di aumenti elevatissimi nei costi dei sinistri sanitari. Quarto: l'innovazione. Noi la facciamo e inventiamo qualcosa come nel campo del fotovoltaico dove, tanto per citarne una, la copertura sul mancato irradiazione ha facilitato la bancabilità di queste operazioni imprenditoriali. Resta il problema del nostro costo che ancora si ritiene ricada sull'azienda assicurata. Invece non è così. Lo ha stabilito una volta per tutte la sentenza 179 del 17 aprile 2008 emessa dalla Corte dei conti (sezione prima giurisdizionale centrale) che cito quasi integralmente pur se riferita agli enti pubblici: «Il costo finale del contratto, per l'assicurato, è costituito dalla somma del premio puro (calcolato in base alle tabelle attuariali), dei costi di gestione per la compagnia, dagli ulteriori costi di acquisizione (le provvigioni, appunto, spettanti agli agenti interni o ai broker) e, infine, le imposte. Ora, per quel che riguarda in particolare i costi di acquisizione, essi sono calcolati dall'assicuratore in ogni caso, chiunque sia il soggetto percipiente (l'impiegato interno ovvero il broker, esterno) e anche se non vi fossero intermediari, poiché in tal caso il contratto viene in genere gestito da un'agenzia territoriale, retribuita tramite le (medesime) provvigioni. In altri termini, per il cliente il premio finale resta invariato, quale che sia la forma gestionale prescelta, perché le voci di costo sono sempre calcolate allo stesso modo dall'assicuratore (il quale, appunto, nel caso sia presente un broker, paga quest'ultimo, altrimenti retribuirà i propri agenti)». E infatti il giudice rileva anche come, nel periodo suc-

cessivo a quello oggetto del giudizio, in cui non viene più corrisposto alcun compenso al broker, l'importo dei premi richiesti dalla



Long term care

«Le long term care non sembrano essere particolarmente richieste, mentre con l'invecchiamento della popolazione ce ne sarà più bisogno», dice Franco Lazzarini, presidente esecutivo di Ital Brokers. «In campo sanitario il problema è che le compagnie non vogliono più assicurare Asl e ospedali».

Divulgazione

«È compito degli intermediari, ma anche di compagnie e istituzioni, far percepire i benefici che derivano dall'essere assicurati, aiutare le Pmi a percepire che l'assicurazione può generare un tornaconto economico immediato», dice Jean François Mossino, vice presidente vicario di Sna.



compagnia non diminuisce. Il broker, quindi, non è un costo per il cliente, anzi è il consulente che cerca le soluzioni più adeguate alle esigenze dell'azienda. Infine, solo un accenno alle indicazioni dell'authority sulla concorrenza e sul mercato inviate nell'ottobre scorso ai presidenti delle Regioni, al ministero della Difesa e vari enti pubblici. Nella nota si invita, nelle gare per la scelta dei broker, a privilegiare gli aspetti qualitativi piuttosto che quelli quantitativi. Per quanto riguarda l'aspetto provvigionale, è mio parere che si dovrebbe avere l'indicazione di una percentuale minima, per evitare la possibilità di concorrenza sleale, in quanto spesso si aggiudicano le gare broker che indicano provvigioni pari a zero, con ciò lasciando spazio a una evidente probabilità di provvigioni ottenute in modo «occulto» e quindi non controllabili, anche se tecnicamente corrette dal punto di vista professionale. Ma l'evidente contrasto tra il contenuto della sentenza della Corte dei conti e l'applicazione della 163 per la scelta del broker è un'altra storia e un'altra battaglia...

Mossino C'è mercato, un elevato potenziale, qualitativo e quantitativo, nei nuovi settori (Ltc o keyman) e tradizionali (Rc generale, incendio e via dicendo). Anche la richiesta di previdenza integrativa prelude alla necessità di integrare con coperture contro le invalidità e il decesso per garantire il raggiungimento dell'obiettivo finale. Emerge, però, scarsa conoscenza e una percezione fuorviata del mondo assicurativo. I vari attori del mercato devono fare «sistema» per colmare questa lacuna. È compito degli intermediari, ma anche delle compagnie e delle istituzioni, far percepire i valori e i benefici che derivano dall'esse-



re assicurati, aiutare le Pmi a percepire ciò che l'assicurazione può generare un beneficio o un tornaconto economico immediato. Bisogna però cambiare approccio, arrivando alla proposta dopo un'analisi consulenziale, improntata sul risk

management; investendo anche in cultura, formazione e informazione. La maggior parte degli imprenditori dichiara di avvalersi di due o più assicuratori; magari attraverso un solo intermediario. La maggioranza degli intervistati teme di non essere ben assicurato e il 50% dichiara di voler cambiare referente. Ci viene chiesto di ampliare l'offerta per aumentare il livello e la qualità del confronto, visto anche che in Italia operano la metà delle compagnie che esercitano in Francia e solo un terzo di quelle tede-

sche. È possibile soddisfare questa richiesta anche facendo sì che l'agente possa proporre soluzioni di più compagnie. Sarebbe importante che istituzioni, aziende assicurative e intermediari si confrontassero per verificare come favorire l'apertura del mercato e alimentare un nuovo motore di sviluppo, assecondando anche la mobilità se la competitività produce ricchezza per il sistema-Paese. Gli agenti di assicurazione, che rappresentano l'interlocutore privilegiato dall'84% degli assicurati italiani, sono e saranno, anche in questo contesto, parte diligente, attiva e propositiva. La rappresentanza nazionale degli agenti lo ha fatto di recente per migliorare la qualità delle condizioni delle polizze Rc auto, per contrastare la caduta in termini di costi derivanti da frodi e speculazioni sugli assicurati e sui cittadini in generale, ed è pronta a farlo anche per questo importante settore della nostra economia, le Pmi. ■

I nostri sponsor

Il convegno «Assicurazioni e Sistema Italia, dalla crisi alla ripresa: sfide imprenditoriali e gestione del rischio» organizzato dal *Giornale delle Assicurazioni* in collaborazione con Aiba, è stato reso possibile grazie al contributo di aziende sponsor. Eccole, in breve: **Italbrokers**, società di brokeraggio assicurativo che opera nel settore dal 1981 ed è specializzata nei servizi per la clientela corporate e public entities; **Aec Underwriting**, agenzia di assicurazione e riassicurazione, corrispondente e coverholder dei Lloyd's - dedicata ai rischi "specialistici" e specializzata nelle responsabilità professionali di professionisti, aziende ed enti pubblici; **Ibm**, multinazionale specializzata in computer, tecnologia e consulenza It, ritenuta la più grande azienda informatica del mondo; **G2 Informatica**, società specializzata nello sviluppo software gestionali per attività di produzione, vendita, contabilità, assicurazioni e finanza; **Doctor Glass**, azienda attiva dal

1998 e operativa nel settore installazione e riparazione vetri per autovetture; **Scuola di Palo Alto**, struttura che opera nel campo della consulenza, della formazione manageriale, del coaching organizzativo e dell'organizzazione di meeting e convention aziendali; **Capgemini**, considerata la più grande multinazionale di consulenza, It e outsourcing di origine europea; **Swiss Re**, gruppo di riassicurazione fondato a Zurigo nel 1863 e presente in oltre 25 Paesi del mondo; **Faro Assicurazioni**, compagnia assicurativa del gruppo Memo che si rivolge principalmente a enti pubblici e grandi clienti, Pmi, associazioni e affinity group, bancassurance e linea persone; **Diagramma**, società specializzata nella fornitura di soluzioni software a tutti i protagonisti del business assicurativo nazionale e internazionale. Il convegno è stato patrocinato da ministero dello Sviluppo economico, Provincia di Milano e Comune di Milano.