

PRIMO PIANO

Sanità, una spesa fuori controllo

Quasi 40 miliardi di euro in spesa sanitaria privata nel 2017. Ben 150 milioni di prestazioni che i cittadini sono stati costretti a sborsare di tasca propria. E ancora, sette milioni di italiani che si sono indebitati per le cure, altri 2,8 milioni che sono arrivati a vendere la casa. Numeri di una sanità ormai fuori controllo, fotografata dall'ottavo rapporto di Censis e Rbm Assicurazione Salute.

A pesare sono soprattutto gli esborsi per farmaci (17 miliardi di euro), prestazioni odontoiatriche (8 miliardi) e visite specialistiche (7,5 miliardi). La spesa media pro capite si attesta a 655 euro, con la seria possibilità che si possa arrivare a mille euro entro il 2025. Secondo Marco Vecchietti, ad della compagnia, la spesa sanitaria si impone come "la più grande forma di disuguaglianza": non tutti possono permettersi di pagare le cure.

La soluzione, stando alle conclusioni del rapporto, risiede nell'avvio di un secondo pilastro su base istituzionale, ovvero esteso a tutti i cittadini, o almeno occupazionale. La svolta, ha concluso Vecchietti, "potrebbe consentire di dimezzare e assicurare un contenimento della spesa sanitaria privata attualmente a carico delle famiglie di circa 20 miliardi di euro, con una riduzione dei costi medi pro capite attualmente finanziati di tasca propria di quasi 340 euro".

Giacomo Corvi

CONVEGNO

La cultura protegge dai rischi

Circa 260 persone hanno partecipato all'evento annuale di Insurance Connect sul tema, che si è tenuto ieri a Milano. Si è parlato dei tanti cambiamenti in atto sui diversi fronti di attività delle imprese. Al settore assicurativo il compito di accompagnare la società in un percorso che unisca conoscenza, consapevolezza e adozione di soluzione adeguate a coprire minacce sempre più complesse e interconnesse

Secondo l'economista austriaco **Peter Drucker**, "nella vita ci sono rischi che non possiamo permetterci di correre e rischi che non possiamo permetterci di non correre". Milioni di imprenditori, grandi e piccoli, si trovano ogni giorno di fronte alla necessità di dover fare delle scelte per provare a mitigare le conseguenze di eventi nefasti. Le possibilità che si verifichi una calamità naturale, di essere vittime di un attacco informatico o di finire nell'occhio del ciclone mediatico dal punto di vista reputazionale, devono essere analizzate imparando a conoscere le minacce di cui si ha paura. E l'unica strada percorribile per poterlo fare è quella di creare cultura.

Questo concetto chiave è stato al centro del convegno *Rischi, il valore della conoscenza*, organizzato ieri a Milano da **Insurance Connect** e interamente moderato da **Maria Rosa Alaggio**, direttore di questa testata. I circa 260 partecipanti hanno potuto assistere a un'intensa giornata dedicata a questi temi, in un evento ormai diventato un appuntamento fisso che coinvolge ogni anno aziende di svariati settori produttivi e, ovviamente, il mondo assicurativo nel suo complesso (compagnie, periti, intermediari, fondazioni e centri studi).

CONOSCERLI PER EVITARLI

La cultura del rischio è strettamente connessa con la capacità di gestire l'azienda. Lo ha ricordato nel suo intervento di apertura il presidente di **Anra, Alessandro De Felice**, il quale ha definito la cultura come l'insieme di valori, credenze, conoscenze e comprensione condiviso da un gruppo di persone con uno scopo comune. La cultura esiste a diversi livelli dell'azienda e si forma attraverso l'atteggiamento e il comportamento, principi che si trasferiscono poi sul *risk management*.

(continua a pag. 2)



INSURANCE REVIEW su FACEBOOK
Seguici sulla pagina cliccando qui



(continua da pag. 1)

La cultura del rischio sta tra ciò che si percepisce e ciò che noi crediamo, ma dev'essere pienamente allineata con le strategie di risk management, osservando comportamenti e percezione.

DISTINGUERE IL PERCEPITO DAL REALE: IL VALORE DEL DISCERNIMENTO

I rischi vanno gestiti in un contesto sociale, economico, politico, che influenza l'azione delle aziende e il modo di vivere e di valutare i livelli di sicurezza in cui ci muoviamo. Per questo occorre essere capaci di interpretare le evoluzioni della società. Su questo punto, una bussola orientativa è stata offerta da **Nadio Delai**, presidente di **Ermeneia**, secondo cui stiamo attraversando un cambiamento d'epoca: le persone chiedono più sicurezza perché vedono la fine delle certezze che erano abituate a osservare. In questo è fondamentale riuscire ad avere discernimento, per individuare i rischi veri, e non quelli ansiogeni, distinguendo il percepito dal reale. Perché la realtà mostra, ad esempio, un'economia che non va male come la percezione comune vorrebbe far credere.

UNA PROPOSTA PER LE CATASTROFI NATURALI

Anche il rischio catastrofi naturali sconta una distorsione nella percezione tra quanto sia reale tale minaccia e quanto sia poco annoverata tra le paure degli imprenditori. **Luigi Pastorelli**, valutatore del rischio, risk manager presso aziende private e pubbliche amministrazioni, docente incaricato di teoria del rischio presso diverse sedi universitarie e direttore tecnico del gruppo **Schult'z**. Pastorelli ha riportato all'attenzione dei presenti i dati relativi al trend delle catastrofi naturali, e ha suggerito un nuovo approccio lanciando la sua



Un momento della prima tavola rotonda

proposta per assicurare i rischi da catastrofe naturale, coinvolgendo i gestori delle utenze. L'idea prevede, tra le altre cose, che il premio assicurativo sia integralmente deducibile dall'Irpef o dall'Ires, e che ogni assicurato all'atto dei versamenti periodici dei premi ottenga un tax credit correlato al valore dell'importo del premio.

DALLA CULTURA DEL RISCHIO ALLA GESTIONE DELL'AZIENDA

Tornando al punto di vista delle aziende, il confronto della prima tavola rotonda ha evidenziato la necessità di avvicinarsi con più decisione al mondo dei rischi, in una fase in cui la loro valutazione sarà sempre meno legata a un semplice indicatore di un rischio di credito. **Marco Manzoni**, già presidente dei giovani imprenditori di **Confindustria Bergamo**, ha osservato che tra i rischi più sentiti nel suo territorio spicca quello del passaggio generazionale delle aziende a gestione familiare, laddove la mancanza di una cultura manageriale all'interno dell'impresa mette a repentaglio il futuro dell'attività. È importante quindi supportare le aziende nel loro percorso di evoluzione culturale. Un lavoro che da tempo è portato avanti da **Asseprim - Confcommercio**, come ha ricordato il vice presidente nazionale (con deleghe per finanza e assicurazioni) **Francesco Saverio Losito**. Secondo **Luigi Di Falco** head of life, welfare and non life non motor di **Ania** in Italia non si è ancora sviluppato un approccio di gestione del rischio, che si riflette nella sottoassicurazione di privati e imprese. Per Di Falco si dovrebbe pensare al rischio non come a una sciagura ma come a un'attività da prendere in carico. La soluzione proposta da **Massimo Michaud**, neopresidente di **Cineas**, è quella di fare sistema creando luoghi di incontro, basandosi sul principio che la formazione non nasce solo dalle lezioni in cattedra ma anche dal confronto di esperienze: fondamentale risulta quindi il coinvolgimento dei vertici delle aziende, che possono portare il loro prezioso contributo. Tuttavia, come ha evidenziato il presidente di **Aipai**, **Aurelio Vaiano**, in Italia ci sono ancora troppi imprenditori che concentrano sulla propria persona troppe responsabilità, e soprattutto c'è poca percezione per i rischi da interruzione di attività e per i danni indiretti. In questo dovrebbe essere in primis l'intermediario a orientare l'imprenditore nell'individuazione delle aree di rischio, ma la realtà si scontra con alcuni limiti. Uno di questi, individuato dal presidente di **Aiba**, **Luca Franz De Luca**, è la scarsa intelligibilità dei contratti e le correlazioni tra i rischi non sempre ben evidenti. L'altro limite, citato dal presidente di **Acb**, **Luigi Viganotti**, è quello di un mercato ancora non sufficientemente aperto. Viganotti osserva nella direttiva **Idd** un'opportunità per far evolvere la figura del broker attraverso la consulenza. Su questo punto, però, non si è detto concorde Franz De Luca, il quale ha sottolineato che l'attività consulenziale non è una novità per il broker e che la direttiva europea con la sua burocrazia, al contrario, rischia di sottrarre tempo alla consulenza.

(continua a pag. 3)



Un momento della tavola rotonda conclusiva

(continua da pag. 2)

TRA TERREMOTI E INQUINAMENTO

Il convegno ha anche visto tre momenti di approfondimento su altrettanti specifici rischi: il terremoto, l'inquinamento e il terrorismo. Per quanto riguarda gli eventi sismici, è intervenuto **Paolo Augliera**, direttore della sezione di Milano dell'**Istituto nazionale di geofisica e vulcanologia**, il quale ha fatto chiarezza sul tema. In particolare, ha evidenziato il concetto di esposizione al rischio sismico, che non è connesso all'evento in sé quanto alla quantità di costruzioni e di attività umane presenti in un determinato territorio. In Italia, ha ricordato Augliera, c'è poca memoria storica degli eventi verificatisi nei secoli scorsi e una enorme sottovalutazione del rischio.

L'attenzione si è poi spostata sul rischio ambientale, di cui ha parlato **Lisa Casali**, manager di **Pool Inquinamento**, che anche relativamente a questa minaccia ha evidenziato una sottovalutazione del rischio. L'Italia, ha spiegato, è uno dei Paesi che punisce più severamente questo tipo di danni, eppure per la prevenzione si fa ancora poco perché si scontano vari pregiudizi, in primis il fatto che siano solo le aziende di un certo tipo (ad esempio quelle chimiche) a essere esposte.

Per quanto riguarda il rischio terrorismo, di cui ha parlato **Marco Di Liddo** responsabile geopolitico del **CeSi**, l'attenzione deve restare alta. Non siamo più di fronte a strutture logisticamente organizzate. Oggi vengono lanciati dei segnali di propaganda raccolti da soggetti vulnerabili (sia sotto il profilo sociale sia sotto quello psicologico) che li raccolgono mettendo in pratica azioni solitarie: in questo campo, è evidente che la prevenzione può essere messa in atto solo da una scrupolosa attività di intelligence.

PREVENZIONE E RIPARAZIONE

La parola è poi tornata agli imprenditori che hanno portato all'attenzione la loro percezione del rischio. Secondo **Mauro Gattinoni**, direttore dell'**Associazione piccola industria Lecce e Sondrio**, nelle Pmi manca una percezione aggregata sul rischio: gli imprenditori fanno fatica a capire che quel sinistro avvenuto in casa d'altri può accadere anche alla propria azienda. Il tema è stato approfondito attraverso il racconto del caso concreto di un sinistro, quello subito quattro anni fa dalla Cartiera di Cologno di **Giacomo Masotina**. L'imprenditore ha spiegato come è stato gestito il danno, come

è stato possibile ripartire e quali azioni sono state messe in campo per evitare analoghi sinistri in futuro. Determinante, in quell'occasione, è stato l'apporto del perito **Marco Valle**, consigliere di Aipai, che ha sottolineato l'importanza nel suo lavoro di agire solo dopo aver riflettuto con freddezza su come affrontare l'emergenza.

I PROBLEMI, LE ESPERIENZE E LE INIZIATIVE

La giornata si è conclusa con una tavola rotonda dedicata alle iniziative messe in campo dalle aziende per creare una vera cultura del rischio. Si è partiti dai risultati di una ricerca di **PwC**, illustrati dall'advisor della società di consulenza, **Marco Porcelli**. Lo studio ha individuato i rischi più percepiti a livello mondiale dalle aziende: in cima alla lista c'è l'impatto delle nuove regolamentazioni, seguite dal rischio geopolitico e dal cyber risk. È quindi fondamentale investire sul fronte della sicurezza, come ha sottolineato il risk manager di **Unieuro**, **Claudio Marchionni**. Tuttavia esistono anche rischi non immediatamente tangibili, come hanno ricordato l'ad del gruppo **Fecs**, **Olivo Foglieni**, e il risk manager di **Iren**, **Paolo Cova**, i quali hanno individuato nel rischio reputazionale una delle minacce più pericolose. Che però, secondo il risk manager di **Fastweb**, **Fabrizio Sechi**, non deve essere vista come una minaccia ma come un fattore critico di successo da cogliere come opportunità di miglioramento, perché la diffusione di una cultura del rischio è un argomento che deve toccare la sensibilità di ciascun componente dell'azienda. Dal punto di vista della domanda e dell'offerta di credito, ha spiegato **Sandra Bassi** della direzione area Brescia nord e valli di **Cassa Padana**, le difficoltà consistono nel far emergere le potenzialità future delle piccole aziende, osservandole in prospettiva nella loro potenzialità e nella capacità di gestire i rischi. Un ambito in cui, secondo **Nicola Cattabeni**, presidente di **Ugari**, le piccole imprese hanno ancora moltissima strada da fare in termini di competenze.

Come sempre, il convegno è stato reso possibile anche grazie all'aiuto degli sponsor, alcuni dei quali hanno presentato le proprie case history durante la giornata. Un ringraziamento per la presenza e il contributo decisivo va quindi a **Chubb, Das, Dual, Munich Re, Acb, Afi Esca, Qbe e XL Catlin**.

Beniamino Musto

Arena (Anapa): agenti non ci s'improvvisa

Di fronte ai cambiamenti della professione, il vice presidente dell'associazione propone un metodo di lavoro che ruota attorno alla difesa dei diritti e alla ricerca di nuove strade per ridefinire l'imprenditore assicurativo del futuro



Roberto Arena, vice presidente di Anapa Rete ImpresAgenzia

La sfida che **Anapa Rete ImpresAgenzia** ha in programma di vincere si gioca su due campi. Da un lato, la difesa della categoria rispetto alle urgenze più stringenti e ai temi d'attualità che coinvolgono gli agenti: quindi *Idd*, *Gdpr*, per stare solo alle nuove normative, e poi il confronto con **l'Ania**, con **l'Ivass** e più in generale con tutte le istituzioni. Dall'altro lato c'è il campo della ricerca, dello studio di nuove strade che facciano tesoro dei confronti tra gli esperti della categoria e il vissuto dei vari gruppi agenti, con lo scopo finale di modernizzare l'accordo tra le imprese e gli intermediari, indicando soluzioni praticabili e innovative per l'agente-imprenditore. **Roberto Arena**, vice presidente di Anapa, rilancia le sfide che si trovano di fronte all'associazione, rivendicando quanto di buono fatto finora e indicando la strada corretta: quella che abbraccia le alte competenze e la partecipazione alla vita associativa.

Quali sono state le principali attività di Anapa Rete ImpresAgenzia di fronte alle problematiche relative al recepimento della Idd?

La *Idd* si pone come nuova normativa europea a tutela del consumatore e cerca di armonizzare tutti i diversi canali di distribuzione delle polizze. Con la proposta del decreto legge presentata dal precedente Consiglio dei ministri, si sono evidenziate delle criticità verso gli agenti e i loro collaboratori rispetto ad altre figure di intermediario. Serviva quindi un'intensa attività di segnalazione e proposizione alla politica che facesse comprendere come la categoria svolge il proprio lavoro quotidianamente. Si è potuto toccare con mano il grande dinamismo di Anapa Rete ImpresAgenzia che, fin dalle prime informazioni ricevute, si è subito adoperata per la difesa degli agenti professionisti.

In particolare, oltre ad aver contribuito all'eliminazione della stortura rappresentata dalla modifica dell'articolo 117 sul conto corrente separato per gli agenti, si è spesa per far modificare altri elementi che avrebbero nuociuto alla categoria, come l'introduzione del termine *imparziale* riferito all'agente; la fidejussione su conto corrente che non sarà obbligatoria; l'eliminazione dell'obbligo dell'intermediario di dichiarare provvigioni e incentivi nei rami danni in forma analitica, la cosiddetta *hard disclosure*. Un lavoro molto importante fatto da una squadra molto coesa capitanata da **Vincenzo Cirasola**, con l'ausilio anche di **Confcommercio**.

Dal quadro della nuova normativa emergono penalizzazioni particolari per gli agenti professionisti?

Il recepimento della normativa europea tende a valorizzare la figura degli intermediari professionisti a vantaggio della clientela. Le norme hanno l'obiettivo di eliminare forme di vendita di prodotti poco utili alla clientela. Credo che se la categoria saprà cogliere l'opportunità, attraverso un ulteriore sforzo teso allo studio e miglioramento del nostro ruolo uscirà vincente dalla sfida con altri canali, che faranno la loro parte in un contesto di offerte di massa ma difficilmente calzanti sulle singole necessità della clientela. Sembra una frase fatta, ma sono davvero convinto che un agente possa proporre soluzioni assicurative di tutela delle necessità del cliente che nessun algoritmo potrà mai superare, così come altre figure che si avvicinano a questa professione come una necessità imposta: penso al mondo bancario, postale o dei venditori accessori. Imparare a fare gli agenti richiede costanza, impegno, esercizio e tanta passione.

(continua a pag. 5)



(continua da pag. 4)

È da poco entrata in vigore la nuova direttiva europea sulla protezione dei dati personali: gli agenti sono pronti?

La normativa è molto complessa, rinnova ampliandola quanto già in essere fin dal 2003. Una parte fondamentale si occupa del salvataggio dei dati nei sistemi informatici e delle attività per evitare il furto di questi dati da parte di hacker. Credo che una parte di agenti che operano come responsabili dei dati otterrà aiuto dalle mandanti che in molti casi sono i titolari dei dati trattati e quindi con le maggiori responsabilità a loro carico, quali ad esempio la dimostrazione che le attività poste in essere risultino idonee ai dettami della Gdpr. In ogni caso, penso che la materia necessiti di un periodo di approfondimento che i singoli gruppi agenti e le associazioni di categoria proporranno. Un'attenzione particolare dovranno porla invece tutti coloro che sono titolari dei dati e nel passato hanno raccolto una privacy personale relativa alla loro azienda in aggiunta a quella proposta dalla mandante. La categoria, in ogni caso, saprà affrontare anche questa

nuova norma con la già dimostrata attenzione del passato: non risulta ci siano stati casi di uso illecito dei dati raccolti per proposizioni commerciali diverse da quelli per cui i clienti hanno concesso l'autorizzazione.

Come commenta la sua nomina a vice presidente dell'associazione e quali saranno, in questo contesto, le strategie di Anapa in favore degli agenti?

Sono molto lusingato e riconoscente al presidente Cirasola, al vice presidente **Paolo Iurasek** e a tutti i componenti della giunta nazionale per aver ritenuto di affidarmi questa responsabilità. Sono molto contento del clima costruttivo e partecipativo che si respira in Anapa. Ci siamo proposti di cercare nuove strategie e opportunità per la categoria, quindi lavoreremo su due binari paralleli. Il primo riguarda la verifica puntuale delle situazioni emergenti e la difesa della categoria. I temi sul tavolo sono quindi la Idd, la Gdpr, il confronto con Ania, Ivass, Fpa, l'Antitrust e in genere con tutte le istituzioni. Poi vogliamo tracciare nuove strade partendo da studi e confronti tra esperti di categoria e i presidenti dei vari gruppi agenti, al fine di ammodernare il nostro accordo con le mandanti e indicare le soluzioni per l'agente imprenditore del futuro. Il momento non è semplice, ma è una sfida che merita di essere accettata.

Punto molto sulle grandi competenze che ho trovato in molti colleghi che rappresentano Anapa anche a livello territoriale, che manifestano una grande volontà di partecipazione e dedicano il loro tempo al bene comune. Insieme, si possono raggiungere grandi risultati.

F.A.

© NOBU - Fotolia.it



SOCIETÀ E RISCHIO
L'INFORMAZIONE PER UN MONDO CHE CAMBIA

RIVISTA ON LINE DI CULTURA
DEL RISCHIO E CULTURA ASSICURATIVA

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

www.societaerischio.it



Insurance Daily

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio alaggio@insuranceconnect.it

Editore e Redazione: Insurance Connect Srl – Via Montepulciano 21 – 20124 Milano

T: 02.36768000 E-mail: redazione@insuranceconnect.it

Per inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.it

Supplemento al 6 giugno di www.insurancetrade.it – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577