



PRIMO PIANO

## Nuove ombre su UnipolSai

Sembrano porsi sempre nuovi ostacoli sulla strada che conduce alla fusione di Unipol e Fonsai. Dopo i rilievi fatti dall'Ivass, a cui proprio la scorsa settimana, durante la presentazione dei risultati trimestrali, Carlo Cimbri aveva fatto sapere che risponderà entro il 20 maggio, a gettare nuove ombre sul progetto, questa volta sono i titoli derivati nel portafoglio di Bologna.

Secondo indiscrezioni trapelate agli organi di informazione, infatti, alcuni strumenti finanziari presenti nel bilancio pro-forma non sarebbero sufficientemente chiari, così da avere riflessi negativi sul patrimonio netto della compagnia. Tutto questo avrebbe in realtà un risvolto giudiziario, qualora le autorità ravvisassero il reato di agiotaggio per falsate comunicazioni al mercato. Un aspetto contabile, non solo formale ma economicamente rilevante, su cui la Procura di Milano ha chiesto la collaborazione dell'ufficio Analisi quantitative della Consob, ma i cui risultati non sono ancora stati consegnati. Negli uffici dell'Ivass il lavoro procede per accertare se l'operazione Unipol-Fonsai sia stata siglata su dati opachi, e dunque potrebbe saltare. Un'ipotesi tuttavia remota, visto che l'aumento di capitale del luglio scorso avrebbe già sanato l'eventuale buco derivato dalle presunte perdite su titoli strutturati e minori riserve messe a bilancio.

**Beniamino Musto**

FORMAZIONE

## La chiave per innovarsi e competere

**Complice la crisi, la quota complessiva di adulti tra i 25 e i 64 anni che partecipa ad attività formative è in netta contrazione rispetto agli anni passati. Più positivo il trend per le grandi compagnie, che individuano nella formazione uno strumento per cercare di riorganizzarsi e contrastare la sfavorevole congiuntura economica**

Formazione continua e innovazione sono le "due vitamine" per la competitività del nostro Paese, eppure, nonostante slogan come questo occupino frequentemente i titoli dei giornali o siano spesso ripetuti da esperti e non, c'è una scarsa attenzione alla formazione post laurea. Questo alimenta il grave *deficit formativo* del nostro Paese, dove ricordiamo che oltre 28 milioni di cittadini adulti sono in possesso al massimo di un titolo di studio conclusivo del primo ciclo di istruzione. Sicuramente la crisi finanziaria che imperversa dal 2008 non ha fatto che peggiorare la situazione, tanto che gli ultimi dati mostrano una contrazione nella quota di adulti tra i 25 e i 64 anni che partecipa a iniziative di formazione: nel 2011 abbiamo una quota del 5,7%, mentre l'anno precedente parlavamo del 6,2%.

Questa è la situazione fotografata dall'ultimo rapporto recentemente pubblicato dall'**Isfol**, che pone l'Italia tra gli ultimi in Europa: se la media comunitaria si attesta all'8,9%, l'Italia segue non solo le nazioni tradizionalmente e storicamente ad alto tasso di partecipazione - la Danimarca è al primo posto con una quota del 32,3%, Svezia 25%, e i Paesi Bassi terzi con il 16,7% - ma anche rispetto al Portogallo, un Paese che fino a qualche anno fa era tra gli ultimi, ma che ha incrementato molto i propri investimenti in formazione, passando dal 5,8% nel 2010 all'11,6% nel 2011.

Possiamo tentare un'interpretazione di questi numeri ipotizzando che i singoli individui percepiscano la formazione specialistica sì come un'opportunità, ma con il grande scoglio dei costi.

### LA CONSAPEVOLEZZA DEL SETTORE ASSICURATIVO

Sul fronte delle imprese il dato è più positivo: l'indagine *Excelsior* (Unioncamere) del 2012 rileva un piccolo aumento nel bisogno delle imprese di ricorrere alla formazione attraverso corsi - organizzati internamente o esternamente - quantificabile nell'1,5% nel 2011 rispetto al 2010. Si tratta di un timido segnale positivo che, da consorzio che si occupa di formazione specializzata, possiamo interpretare come una maggiore consapevolezza da parte delle imprese dell'importanza della formazione come fattore chiave per cercare una riorganizzazione della produzione o dell'offerta dei servizi, per riuscire a superare la difficile congiuntura economica tramite nuove proposte e servizi. Purtroppo questa attenzione è ancora frenata dalle limitate risorse economiche da destinare a questo tipo di attività, e ciò è riscontrabile nel netto scarto tra grandi e piccole aziende: contro una media del 35% di imprese che nel 2011 hanno investito in formazione del personale, la percentuale sale intorno all'80% per le aziende con oltre 250 dipendenti. Il settore assicurativo sembra maggiormente impegnato in questa direzione, con un incremento nella quota di aziende impegnate nella formazione (il 76,1% contra la media delle aziende di servizi al 35,3%) rispetto all'anno precedente.

### L'IMPORTANZA DELLA FORMAZIONE "SU MISURA"

Questi numeri ci dicono che le *big company* sono consapevoli dell'importanza del *long life learning* e cercano di applicarlo, mentre le piccole vi ricorrono meno e facendo più sforzi. Occupandoci di formazione, abbiamo messo in relazione questa realtà oggettiva con una tendenza che stiamo riscontrando negli ultimi anni, in particolare dal 2010, quando si sono cominciate a vedere le conseguenze della crisi finanziaria sull'economia reale, con il notevole incremento che abbiamo percepito nella richiesta di formazione su misura da parte delle aziende. (continua a pag.2)





(continua da pag. 1) Parliamo di un aumento dell'ordine del 43% nel 2012 nella richiesta di questo tipo di corsi *tailor made* rispetto al biennio 2010/2011, che ci spieghiamo come conseguenza dei budget aziendali ridimensionati e della necessità di razionalizzare gli interventi. Alcune aziende vedono la necessità di centrare in pieno le esigenze formative o di dover acquisire competenze per sviluppare ex novo, o più approfonditamente, una particolare area di business o nuovi prodotti; a questo scopo non si affidano a corsi generici, ma individuano dei temi specifici e richiedono interventi ad hoc, con una preferenza netta per una formazione *in house* che azzera i costi di trasferta e genera un coinvolgimento emotivo maggiore nel dipendente che spesso è affiancato dai vertici aziendali e quindi spronato a sfruttare al massimo l'opportunità formativa. Entrando nello specifico del settore finanziario assicurativo, non bisogna tralasciare il fatto che, negli anni, molte società si sono concentrate su alcune divisioni prodotte particolarmente forti, lasciando in secondo piano altre specializzazioni che nel tempo hanno acquisito maggiore importanza per cambiamenti e novità nella normativa

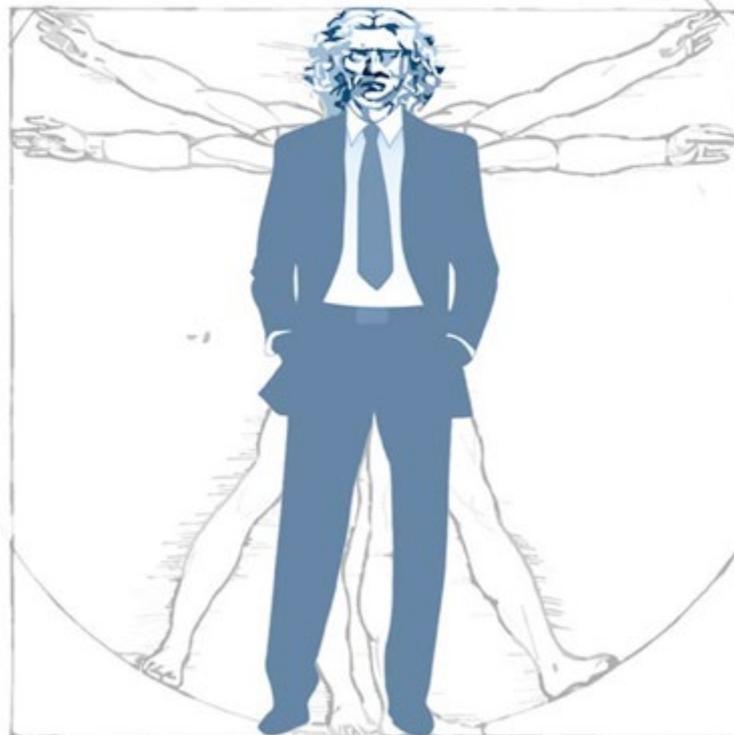
vigente. Prendiamo ad esempio l'Rc professionale o la libera prestazione di servizio: si tratta di temi che necessitano di altissime competenze e di continuo aggiornamento, e questo spinge le compagnie a cercare - oltre alle modalità *standard* di formazione e aggiornamento - una formazione mirata per il particolare e soggettivo livello di competenze già in house, e che possa potenzialmente rivolgersi a un intero gruppo di lavoro anziché al singolo dipendente. In questo modo l'azienda ottimizza i costi poiché non deve operare una selezione a monte tra i dipendenti, ma può estendere notevolmente la proposta formativa. In altri casi, la formazione su misura è pensata per dare ai propri dipendenti anche delle competenze non prettamente tecniche, delle *soft skills*, abilità che in certi rami di business possono fare la differenza.

In conclusione, le aziende più attente ai segnali di cambiamento possono trovare opportunità anche nei momenti di crisi: cercare di trovare nuovi spazi in settori poco esplorati o prepararsi per raggiungere l'eccellenza nella propria area di business sono imprese assolutamente possibili, ma occorre essere preparati per raccogliere la sfida.

**Elisabetta Ferlini**

*Cineas - Consorzio per l'Ingegneria delle Assicurazioni*

**DCA CONSULTING**<sup>®</sup>  
ASSISTENZA ASSICURATIVA LEGALE E PERITALE

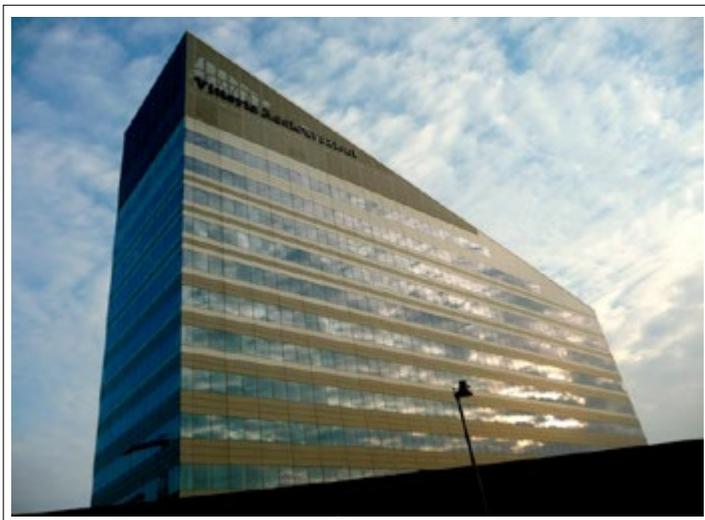




## COMPAGNIE

### Vittoria Assicurazioni, utile in crescita del 30% nel primo trimestre 2013

Il patrimonio netto del gruppo a 456,2 milioni (+3,2%), buona la performance nei danni



Utile in crescita del **29,9%**, a **15,8 milioni di euro**, per **Vittoria Assicurazioni** nel primo trimestre del 2013. Il patrimonio netto del gruppo ammonta a **456,2 milioni** (+3,2%). I premi contabilizzati al 31 marzo 2013 ammontano a **261,5 milioni** di euro (243 milioni di euro al 31 marzo 2012), con un incremento del 7,6%: quelli relativi al ramo danni sono pari a 229,3 milioni (+8,9%), e quelli del ramo vita a 32,1 milioni (-0,7%).

Il conto economico complessivo di gruppo al 31 marzo 2013 presenta un saldo pari a **14,1 milioni** di euro, rispetto al saldo di 51,2 milioni di euro del 31 marzo 2012, che aveva beneficiato di un importante recupero di valore dei titoli di stato italiani in portafoglio.

Il risultato del segmento assicurativo, al lordo delle imposte, è pari a **27,4 milioni** di euro, con un incremento del **29,2%** rispetto al risultato di 21,2 milioni di euro registrato al 31 marzo 2012. Un risultato che è riconducibile principalmente all'apporto del ramo danni, il cui *combined ratio* conservato è passato da 93,9% a 92,1%.

Gli investimenti complessivi, pari a 2.626,1 milioni di euro (+4,4% rispetto alla situazione del 31 dicembre 2012), sono riferiti per 62,2 milioni di euro (+1,8%) a investimenti con rischio a carico degli assicurati e per 2.563,9 milioni di euro (+4,4%) a investimenti con rischio a carico del gruppo.

B.M.

## PRODOTTI

### In una botte di ferro

**“Dedicato al vitivinicolo” è il prodotto di Axa pensato per i produttori di vino**

Presentato recentemente a Verona nell'ambito di Enolitech, il Salone internazionale delle tecniche per la viticoltura, l'enologia e delle tecniche olivicole e olearie, *Dedicato al vitivinicolo* è il prodotto pensato da **Axa Assicurazioni** per le aziende impegnate nella produzione di vino. La polizza offre copertura a tutte le fasi della produzione, compresi i casi da danneggiamento da dispersione dei vini conseguenti ad atti di sabotaggio delle botti e dei contenitori, terremoto e interruzione di attività. Nonché nell'eventualità di danni derivanti dall'inquinamento dei prodotti, da un'etichettatura difettosa e dalla dispersione di gas. *Dedicato al vitivinicolo*, inoltre, tutela l'imprenditore agricolo in caso di responsabilità verso i propri dipendenti per i possibili incidenti connessi alla peculiarità della produzione.

“Con 40,8 milioni di ettolitri prodotti solo nel 2012 - commenta **Armando Ponzini**, direttore tecnico e offerta di Axa Assicurazioni - l'Italia è il primo Paese produttore di vino a livello mondiale. Un settore produttivo così importante per il nostro Paese e per la tutela del made in Italy merita una protezione completa, dalla raccolta del grappolo maturo fino alla distribuzione del vino imbottigliato”.

Per tutelare adeguatamente un prodotto come il vino italiano, riconosciuto e apprezzato in tutto il mondo, è necessario pensare a una gestione aziendale moderna e sempre orientata alla qualità.

“È per questo - continua Ponzini - che Axa Assicurazioni ha deciso di offrire alle imprese una protezione completa a vantaggio sia dei singoli produttori che di tutto il comparto vitivinicolo. Le aziende che hanno scelto di assicurarsi con noi - aggiunge il direttore tecnico e offerta della compagnia - sono prevalentemente aziende agricole che realizzano vino da uve di produzione propria, con dimensione che varia da piccole, medie e grandi dimensioni. Tutte però di grande tradizione, spesso familiare. Sono aziende che svolgono con passione la loro attività e con la stessa passione hanno scelto un partner assicurativo affidabile in termini di competenze e di solidità finanziaria”.

Axa Assicurazioni distribuisce *Dedicato al vitivinicolo* attraverso la propria rete agenziale. La compagnia, inoltre, si è mostrata molto attenta agli appuntamenti di settore, come Enolitech, che riservano l'opportunità di illustrare l'offerta direttamente ai potenziali clienti.



Armando Ponzini, direttore tecnico e offerta Axa

Fabio Forlano



PSICOLOGIA

## Il “vecchio felice”

La felicità è una condizione che è possibile far emergere perché da qualche parte è nascosta dentro ognuno di noi. Uno degli esercizi per la ricerca della propria felicità è quello del “vecchio felice”.

Siamo seduti su una poltrona comoda, vecchi, con una coperta di cachemere sulle gambe e davanti a un camino, circondati da tutti i nostri affetti. A questo punto dobbiamo decidere cosa raccontare loro della nostra vita. La nostra faccia, seppure rugosa, è bella, della bellezza di un saggio che oramai può essere se stesso. Tutti ci ascolteranno. Dobbiamo solamente decidere queste tre cose:

- cosa ci piacerebbe raccontare;
- quali sogni, successi, amori di vita vissuta vorremmo condividere;
- cosa ci passa per la mente in quel momento.

Cominciamo proprio da questo terzo punto, scriviamo su di un foglio tutto quanto ci passa per la mente, senza censurare: episodi, sensazioni, volti, nomi, luoghi, anni. Ora possiamo cominciare a raccontare il perché siamo felici. Possiamo dare sfogo ai nostri successi, tanto chi ci ascolta è lì per questo.

Le cose che ci danno più gioia appuntiamole sullo stesso foglio di prima, come titoli, piccoli flash di felicità vera, nostra. Fermiamoci di tanto in tanto a osservare il fuoco nel camino, riflettendo sul colore e calore che quella fiamma ci trasmette. Guardiamo i nostri nipotini con il naso all'insù che ci ascoltano in silenzio, increduli, come se fossero parte del nostro viaggio.

Ricordo che noi fratelli, da bambini, non avevamo la televisione e quindi passavamo i pomeriggi ad ascoltare nostra nonna, che viveva con noi, nata a Salonicco nel 1981, figlia di un ambasciatore. Ebbene in quei pomeriggi lei sapeva farci viaggiare per il mondo attraverso i racconti della sua infanzia: carrozze o navi come mezzi di trasporto, la prima guerra mondiale, la morte del nonno nel 1936... Ecco cosa intendo riguardo a questo esercizio, mia nonna era felice, povera, vedova con due figli, ma era talmente felice che noi bambini non vedevamo l'ora che ci raccontasse di quando era piccola.

La felicità va condivisa, solo così esiste. La felicità è dentro di noi, va solo scovata.

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



NEWS

## L'agente di assicurazione e il welfare integrativo

Una riflessione sul ruolo che esercitano gli agenti di assicurazione all'interno del welfare integrativo. Sarà focalizzato su questa tematica il convegno organizzato da **Gnp** e **Insurance Connect**, che si terrà presso la Sala Blu di Borsa italiana nel corso del primo dei tre giorni della Giornata nazionale della previdenza, il **16 maggio** dalle ore 17 alle 18.20. La tavola rotonda, moderata da Maria Rosa Alaggio, direttore delle testate di Insurance Connect, vedrà la partecipazione dell'avvocato **Maurizio Hazan**, dello studio legale Taurini & Hazan; **Vincenzo Cirasola**, presidente di Anapa; **Antonella Maier**, direttore centrale area vita di Generali; **Sandro Scapellato**, direttore marketing e distribuzione di Helvetia Assicurazioni; **Enzo Cozzolino**, agente e membro della commissione tecnica vita di Helvetia; **Emanuele Passerin l'Entrèves**, responsabile formazione commerciale di Reale Mutua.

Per informazioni e iscrizioni: [www.giornatanazionaledellaprevidenza.it/iscriviti-alla-gnp2013](http://www.giornatanazionaledellaprevidenza.it/iscriviti-alla-gnp2013)

NEWS

## Aec, nel 2012 continua l'andamento positivo del gruppo

Continua il trend positivo di **Aec**. Forza trainante del gruppo si conferma essere Aec Underwriting, che ha chiuso il 2012 con un utile al netto delle imposte pari a 266.797 euro, in aumento rispetto ai 209.701 del 2011, facendo registrare il livello più alto mai realizzato dalla capogruppo. La raccolta premi imponibili è di poco superiore ai 20 milioni, in crescita del 20% rispetto all'esercizio precedente. Rinnovato il cda per il triennio 2013-2015, con **Michele Longo** nuovo consigliere indipendente e delegato alla formazione e alla compliance. **Fabrizio Callarà**, già amministratore delegato, è stato nominato presidente del gruppo.

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

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