



RIVISTA DEL GRUPPO GENERALI DAL 1893

120
Anni

il bollettino

Catastrofi naturali e assicurazioni

Viaggiare in auto Full Service

La formazione in-house
di Generali France

“Radici del presente”
diventa museo

sommario

primopiano

Catastrofi naturali e assicurazioni: la posizione di Generali	2
--	---

business

Easy, il nuovo programma di membership di Europ Assistance	10
Alla guida con Full Service: un nuovo modello di servizio nel ramo auto	15
Francia: i vantaggi della formazione in-house	21

cultura e società

Palazzi da raccontare: Mondadori a Segrate	24
Radici del presente: da mostra itinerante a museo archeologico-didattico	29
Das adotta una scuola materna in Kenya	32
<i>Uomini e storia:</i> Carlo Ruffini	36
Austria: l'Archivio Storico di Generali a Vienna	40
La mostra sul Tiepolo	43

Andrea Zucchi e Francesco Zucchi, da Giambattista Tiepolo
Igea (particolare)
Acquaforte, cm 34x25 smarginata sull'impressione
Venezia, Museo Correr, Gabinetto dei disegni e delle stampe

4 valori, 4 punti di forza

Dagli articoli del *bollettino* emergono i valori condivisi su cui si fonda la crescita del Gruppo Generali. Per ogni tema trattato evidenziamo, con il logo a fine articolo, il valore maggiormente caratterizzante.



AFFIDABILITÀ

Costruiamo solidità



**IMPEGNO PER IL
MIGLIORAMENTO
CONTINUO**

Ci prendiamo cura dei nostri clienti
prima che essi stessi ne sentano il bisogno



**ORGOGGIO DI
APPARTENENZA**

Vinciamo insieme



**RESPONSABILITÀ
PROFESSIONALE**

Garantiamo l'eccellenza

Le dichiarazioni e i contributi riportati negli articoli sono sotto la completa responsabilità dei soggetti che li esprimono.

CATASTROFI NATURALI e ASSICURAZIONI

sicurezza sismica in Italia e copertura dei danni da terremoti: la posizione di Generali



PH. UMBERTO BATTAGLIA

L'articolo riprende i concetti espressi da Sergio Balbinot, Group chief insurance officer del Gruppo Generali, nel corso di un'audizione alla Commissione ambiente della Camera dei deputati, lo scorso 29 novembre, nell'ambito dell'indagine conoscitiva sullo stato della sicurezza sismica in Italia.



di Franco Urlini

La copertura assicurativa dei danni derivanti da calamità naturali, e in particolare da terremoti, presenta particolari profili di interesse e di sfida per il sistema Paese e il mercato assicurativo stesso.

Per lo Stato, infatti, si sta consolidando l'idea che il settore pubblico – anche in un'ottica di riduzione della già elevata pressione fiscale – non possa e non intenda far gravare i costi dovuti alla ricostruzione delle aree colpite da eventi naturali sulla collettività, ad esempio attraverso l'aumento delle accise o l'introduzione ex-post di nuove tasse ad hoc.

In passato, infatti, l'intervento pubblico è stato spesso seguito

dall'imposizione di oneri fiscali (addizionali Irpef o Iva) o parafiscali (aumento delle accise sulla benzina) a carico di tutti i cittadini, che non sono stati poi eliminati una volta terminato l'intervento straordinario o la ricostruzione. A titolo di esempio è utile ricordare che sul prezzo di un litro di carburante gravano ancora aumenti delle accise risalenti al 1963 (Vajont) e seguenti.

Dal punto di vista del mercato, ipotizzando la creazione di un sistema di assicurazione su base obbligatoria, l'ostacolo principale risiede nel fatto che il settore assicurativo, da solo, non sarebbe economicamente in grado – in mancanza di opportuni meccanismi operativi – di sostenere i costi necessari per assicurare tutto il patrimonio abitativo italiano.

Gli elementi tecnici principali che caratterizzano la corretta valutazione assicurativa del rischio terremoto derivano dalla difficoltà di stimare correttamente il fabbisogno imputabile a eventi caratterizzati da frequenze di avvenimento relativamente basse e severità, viceversa, potenzialmente molto elevate. In altri termini, qual è il corretto tasso di premio da applicare ai beni assicurati per poter sostenere i danni che derivano da un evento sismico?

Le caratteristiche di tali eventi impediscono di utilizzare le usuali tecniche statistico-attuariali: come è noto, esse sono basate sull'osservazione storica di un numero molto elevato di avvenimenti dannosi e sulla loro proiezione futura in termini di costo e frequenza di accadimento, ma si rivelano non sufficienti per ottenere stime attendibili in presenza, appunto, di fenomeni rari e contraddistinti da grande volatilità, in un territorio relativamente piccolo come l'Italia.

Tali ostacoli tecnici hanno, quindi, necessariamente imposto il ricorso a strumenti più moderni, il cui studio è iniziato per cercare una metodologia che fosse in grado di stimare l'impatto più probabile di eventi estremi come, ad esempio, gli uragani negli Stati Uniti. Tali strumenti sono costituiti da sofisticati modelli di simulazione che utilizzano complessi scenari basati su dati geologici, tecnico-costruttivi ed empirici, elaborati con metodologie stocastiche.

La valutazione del rischio

Questi modelli associano informazioni di natura empirica, come – nel caso del terremoto – la mappa geologica del territorio dove sono note e studiate le aree di maggiore rischiosità in quanto vi è presente una faglia (il luogo ove si trova una frattura tra masse di rocce diverse e in movimento tra loro), ad altre di natura storica che studiano gli avvenimenti passati di cui esista traccia nella storiografia. Oltre a queste, vengono anche studiati gli effetti dei terremoti già avvenuti in relazione alle diverse tipologie costruttive degli edifici, alla loro distanza dall'epicentro e alla natura del suolo.

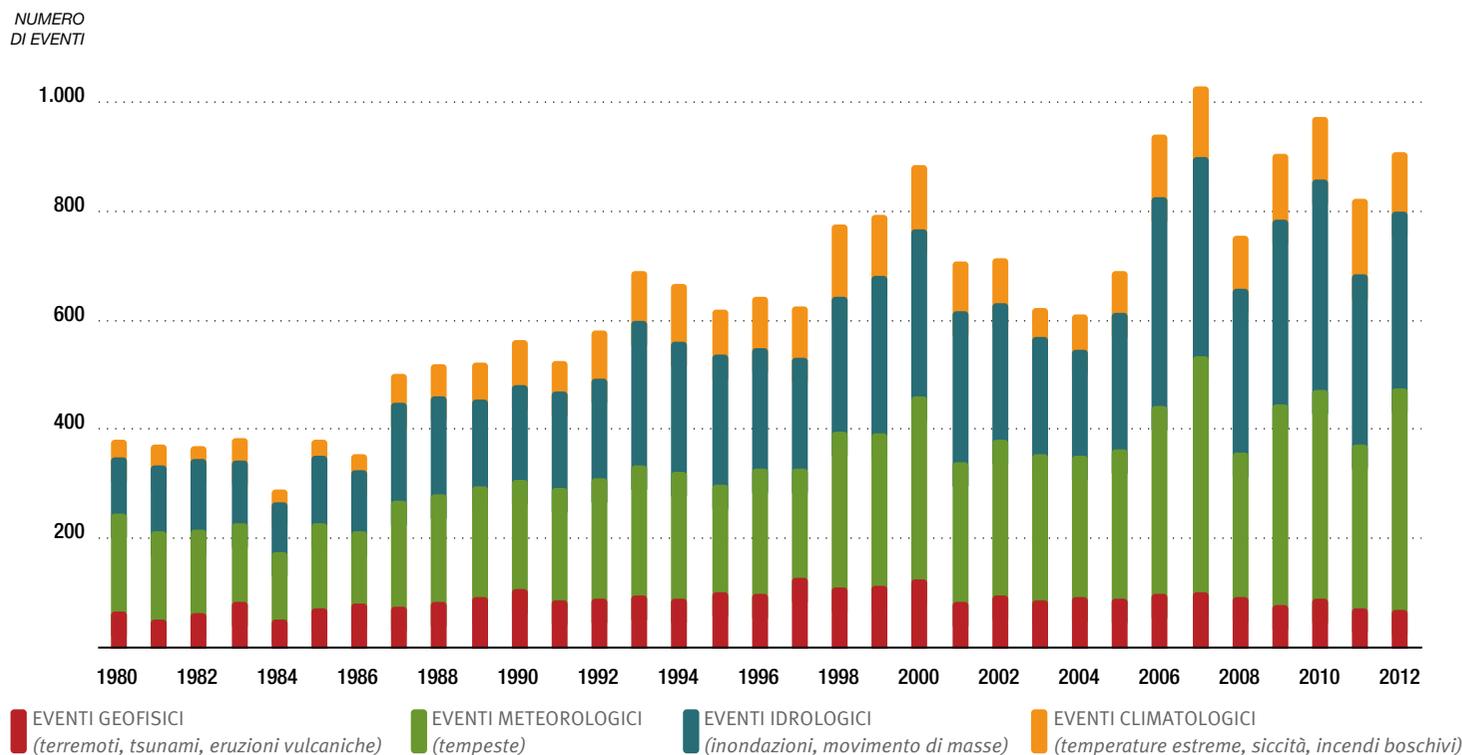
Tutti questi elementi sono applicati al portafoglio di rischi che si intende studiare e da ultimo, per associare alla magnitudo dell'evento una sua probabilità di accadimento, si simulano migliaia di terremoti secondo tecniche stocastiche. Dalla curva di distribuzione di queste simulazioni si possono quindi calcolare il danno atteso associato a un determinato periodo di ritorno (probabilità di accadimento) e un danno medio atteso che rappresenta l'importo di danno che mediamente ci si attende di sostenere nello scenario considerato.

Il premio di assicurazione

In un recente studio condotto a livello di mercato italiano (Ania/ Guy Carpenter), utilizzando tali tecniche, è stato calcolato che,

Grandi catastrofi naturali mondiali (1980-2012)

Fonte: NatCatService, 2013



ipotizzando una copertura assicurativa contro il rischio terremoto operante sull'intero patrimonio abitativo italiano – valutato in 3.900 miliardi di euro – il danno medio annuo atteso è pari a 2,6 miliardi di euro da cui deriva il tasso puro di premio di circa 0,67 per mille, pari a 67 euro ogni 100 mila euro di somma assicurata.

Per la piena comprensione di tale tasso va tenuto presente che:

- i valori presi a base del calcolo dell'esposizione rappresentano il costo di ricostruzione delle abitazioni, e non il loro valore commerciale;
- i valori non comprendono i contenuti delle abitazioni;
- viene ipotizzata la copertura dell'intero patrimonio abitativo esistente, evitando quindi ogni distorsione derivante dall'antiselezione del rischio, fenomeno per il quale la domanda di assicurazione proviene dalle sole aree più esposte al rischio;

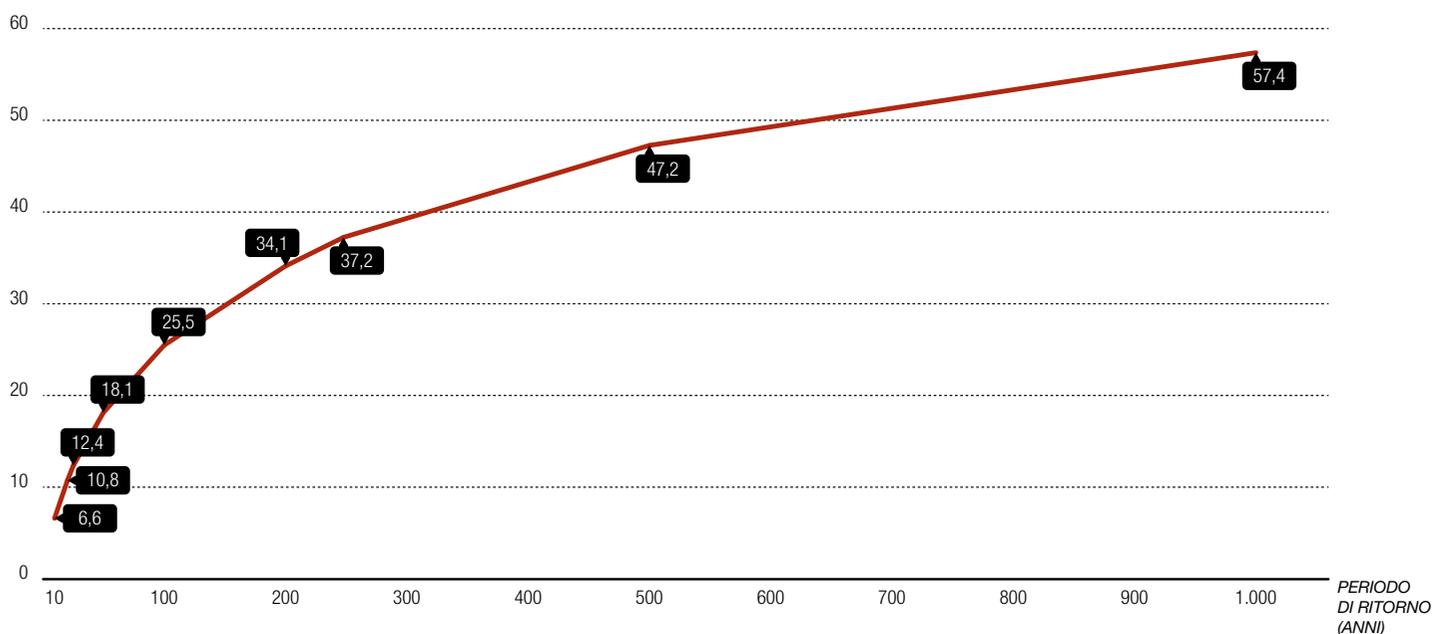
***SOFISTICATI MODELLI DI SIMULAZIONE
UTILIZZANO COMPLESSI SCENARI
BASATI SU DATI GEOLOGICI, TECNICO-
COSTRUTTIVI ED EMPIRICI, ELABORATI
CON METODOLOGIE STOCASTICHE***



Stima danno annuale da eventi sismici

Fonte: Ania, 2011

MILIARDI



Stima danno annuale da eventi sismici relativo al patrimonio abitativo italiano

- l'eventuale risarcimento non comprende alcuna franchigia o scoperto a carico dell'assicurato;
- tale valore rappresenta il tasso puro, che non considera alcun fattore di costo ulteriore quale, ad esempio, quello distributivo, liquidativo e di remunerazione del capitale di rischio; quest'ultimo deriva dalla necessità di disporre da subito, da parte di chi sopporta il rischio, di fondi sufficienti per essere solvibile in caso di accadimenti che determinino un danno maggiore di quello medio annuo.

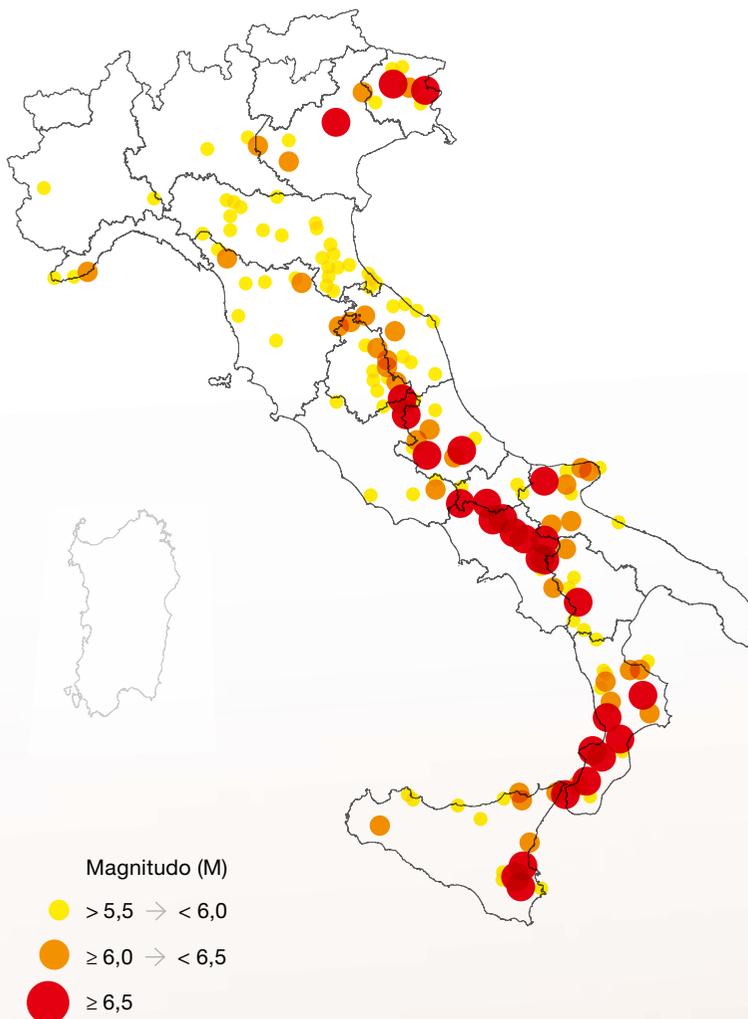
La gestione e il trasferimento delle componenti più volatili del rischio

Una volta individuata la metodologia per calcolare un tasso di premio capace di sostenere i sinistri che possono derivare dal terremoto – previa determinazione del livello di rischio che la compagnia o il sistema siano disposti a sostenere (scegliendo l'importo di sinistro cui è associato un determinato periodo di ritorno) – l'altro fattore determinante per l'introduzione di una garanzia per il rischio terremoto che riguarda il patrimonio abitativo italiano è rappresentato dalla capacità finanziaria che il sistema nel suo complesso può mettere a disposizione del mercato.

Lo studio sopra citato ha stimato che il danno atteso sul patrimonio abitativo italiano, con un periodo di ritorno di 200 anni, è pari a 34,1 miliardi di euro: è evidente quindi che il mercato assicurativo italiano nel suo complesso non può essere in grado di fare fronte da solo a un sinistro di tale potenziale entità, ma dovrà inevitabilmente ricorrere anche al più ampio mercato dei capitali internazionali mediante una qualche forma di riassicurazione.

Nelle considerazioni legate al possibile ruolo del mercato assicurativo privato nella copertura del rischio sismico in Italia, è necessario valutare un ulteriore fattore che potrebbe vanificare la sostenibilità economica sia per le imprese assicuratrici sia per i consumatori potenziali assicurati: l'antiselezione del rischio, cioè il fatto che la domanda di tali garanzie particolarmente rischiose si concentri solo nelle aree notoriamente più esposte, rendendo insostenibile il livello dei premi necessari per questo ristretto numero di interessati, senza fare ricorso a un più elevato grado di

Forti terremoti (periodo 1800–2004)

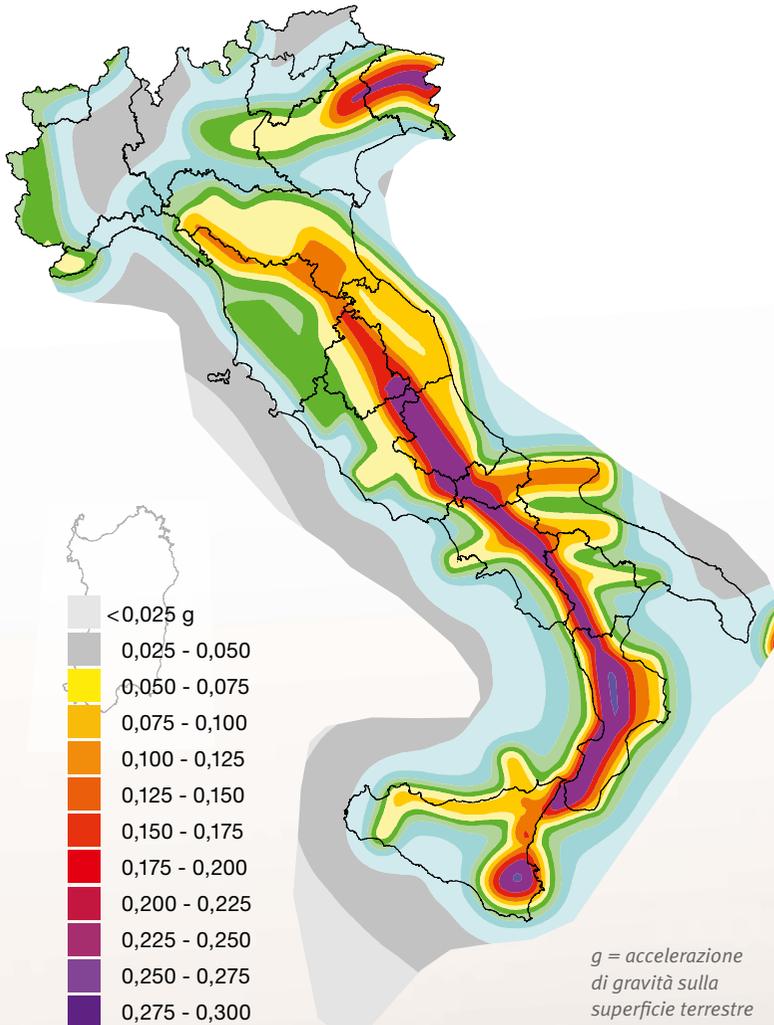


Fonte: Istituto nazionale di geofisica e vulcanologia

**È NECESSARIO VALUTARE L'ANTISELEZIONE DEL RISCHIO:
SE LA DOMANDA DI TALI GARANZIE SI CONCENTRASSE
SOLO NELLE AREE NOTORIAMENTE PIÙ ESPOSTE,
RENDEREBBE INSOSTENIBILE IL LIVELLO DEI PREMI**

Mapa di pericolosità sismica

espressa in termini di accelerazione massima del suolo con probabilità di eccedenza del 10% in 50 anni riferita a suoli rigidi



Fonte: Istituto nazionale di geofisica e vulcanologia
Elaborazione: aprile 2004

mutualità, elemento imprescindibile quando si avvicinano i temi assicurativi.

In altri termini, in assenza di fattori correttivi, la domanda assicurativa per la copertura del rischio sismico sarebbe sostenuta solo da chi ha la consapevolezza di abitare in aree particolarmente esposte, e quindi si presenterebbe economicamente non sostenibile.

La sostenibilità dell'acquisto della copertura per un numero di assicurati il più possibile ampio è dunque il motivo principale per il quale le soluzioni adottate nei paesi europei più avanzati hanno previsto un sistema obbligatorio o semiobbligatorio di assicurazione: nel primo caso, si rende obbligatorio l'acquisto della garanzia catastrofale per tutti i proprietari di immobili mentre nel secondo, attuato per esempio in Francia, tale onere grava solo su chi acquista una garanzia incendio.

Ipotizzando anche per l'Italia uno schema semi-obbligatorio e considerando che l'attuale penetrazione assicurativa della copertura incendio viene stimata in circa il 44% rispetto al totale delle abitazioni, la capacità che il mercato deve garantire è dell'ordine dei 15 miliardi di euro; il livello di tale esposizione è quindi tale che, pur potendo trovare una risposta economicamente sostenibile nell'ambito del settore assicurativo e riassicurativo privato, in realtà non si può prescindere dall'intervento dello Stato come *risk carrier* di ultima istanza, ispirandosi agli schemi in tal senso già presenti in alcuni paesi europei.

Per il Gruppo Generali, in ragione della sua quota di mercato in tale segmento, circa il 30%, si tratta di reperire capacità nell'ordine di 5 miliardi di euro, pari a più del doppio di quanto attualmente acquistato, che di fatto garantisce il portafoglio costituito dai rischi delle imprese e delle amministrazioni pubbliche.

La formula semi-obbligatoria rende meno critica la soluzione di alcuni problemi legati alla personalizzazione tariffaria; sarebbe viceversa cruciale e certamente più accentuata in un mercato di libera domanda.

Un ulteriore elemento di sostegno a una soluzione che preveda la semi-obbligatorietà del sistema è rappresentato dai possibili incentivi fiscali che lo Stato dovrebbe prevedere a favore di chi si assicura contro tali rischi, in una o più delle forme che sono approfondite nel box: riduzione dell'imposta sui premi assicurativi, detrazione o deduzione dei premi, credito d'imposta.

In conclusione, dal punto di vista del Gruppo Generali, una possibile via per l'intervento dell'industria assicurativa in caso di terremoti – ovvero di altre calamità naturali opportunamente studiate – poggia su tre pilastri, tutti necessari per una sostenibilità armonica del sistema:

1. la predisposizione di strumenti legislativi e regolamentari che dispongano meccanismi atti a evitare l'antiselezione del rischio attraverso la maggior diffusione possibile della copertura. Tale diffusione, ferme alcune differenziazioni di premio in base all'ubicazione e alla sua esposizione al rischio, dovrebbe basarsi su meccanismi obbligatori o semi-obbligatori (obbligo solo per chi sottoscrive polizze incendio);
2. la previsione di interventi fiscali che rendano economicamente conveniente per il consumatore la sottoscrizione di tali garanzie (box a pag. 9);
3. la figura dello Stato come *risk carrier* di ultima istanza, ispirandosi agli schemi già presenti in paesi europei a noi vicini, per consentire al mercato di sostenere il verificarsi di eventi estremi che, per la loro copertura, renderebbero molto difficile e costoso il ricorso al solo mercato dei capitali privati.

Le possibili caratteristiche del prodotto assicurativo

• Differenziazione dei tassi

Per evitare l'effetto distorsivo dovuto alla possibile antiselezione del rischio, i tassi dovrebbero essere differenziati soprattutto in funzione dell'ubicazione del rischio e della tipologia costruttiva, in modo da garantire un equilibrio tecnico tra esposizioni al rischio e premi.

• Franchigie, scoperti e limiti di risarcimento

Per mitigare il rischio e contenere i costi assicurativi, andrebbe prevista una forma di compartecipazione al sinistro da parte dell'assicurato che limiti il risarcimento ai danni che effettivamente costituiscono un onere più difficilmente sopportabile.

• Assicurabilità degli edifici non a norma o abusivi

Sotto il profilo tecnico, un elemento importante per la valutazione dell'assicurabilità del rischio è la rispondenza alle norme tecniche in vigore al momento della sua costruzione, specialmente per i fabbricati più recenti; in linea teorica, viceversa, l'abusivismo non significa automaticamente mancato rispetto di tali regole tecniche ma in ogni caso può costituire un elemento di difficoltà nella liquidazione in caso di sinistro.



RESPONSABILITÀ



Sopra e a pagina 5:
la ricostruzione a L'Aquila, distrutta dal violento terremoto del 6 aprile 2009 (la serie di eventi sismici era iniziata nel dicembre 2008 con epicentri nell'intera area della città, della conca aquilana e di parte della provincia, interessando anche altre zone dell'Italia centrale)

**NON SI PUÒ PRESCINDERE DALL'INTERVENTO
DELLO STATO COME RISK CARRIER DI ULTIMA
ISTANZA, ISPIRANDOSI AGLI SCHEMI GIÀ
PRESENTI IN ALCUNI PAESI EUROPEI**



PROPOSTE DI INCENTIVAZIONE FISCALE ALLA SOTTOSCRIZIONE DELLE POLIZZE CATASTROFALI

Una delle soluzioni su cui si potrebbe lavorare al fine di incoraggiare la diffusione delle coperture è quella di prevedere incentivi fiscali per i cittadini che si assicurano volontariamente (o semi-volontariamente) contro le catastrofi.

Riduzione dell'aliquota dell'imposta di assicurazione

Oggi l'aliquota dell'imposta gravante sui premi di tali coperture è fissata al 22,25% (la massima prevista dalla legge). Nell'ottica di una significativa riduzione, coerente con il particolare interesse pubblico alla diffusione di questo tipo di assicurazione, si potrebbe, ad esempio, portare l'aliquota allo stesso livello di quello dell'assicurazione della responsabilità civile da circolazione di veicoli, fissata al 12,5%. In realtà, laddove il legislatore ha ritenuto determinate coperture particolarmente meritevoli di tutela, sono state fissate aliquote ancora più basse: si pensi all'aliquota dello 0,05% per la copertura dei danni subiti dalle navi (corpi) immatricolate in Italia, durante la navigazione.

Deducibilità o detraibilità del premio ai fini Irpef

Il premio pagato potrebbe essere considerato deducibile dal reddito imponibile, riducendo pertanto l'imposta lorda, ovvero detraibile – per esempio nella “ordinaria” misura del 19% di quanto pagato – direttamente dalla suddetta imposta. Nel primo caso – onere deducibile – l'agevolazione fiscale favorirebbe maggiormente i soggetti che possiedono redditi più alti, mentre nel secondo caso – onere detraibile – essendo la misura della detrazione stabilita in una percentuale del premio, ne trarrebbero maggiore beneficio i possessori di redditi più bassi.

Credito d'imposta

In via alternativa, si potrebbe ipotizzare il riconoscimento al sottoscrittore di un credito d'imposta a fronte dell'onere sostenuto. In questo modo, anche contribuenti che non potrebbero avvantaggiarsi di una detrazione – perché non presentano alcuna imposta lorda, “assorbendo” le ritenute subite alla fonte tutto il loro debito d'imposta (come nel caso, ad esempio, di chi possiede solo redditi da lavoro dipendente) – o di una deduzione – perché, per ipotesi, sostengono già rilevanti oneri deducibili – si vedrebbero riconosciuto un credito riportabile negli anni successivi o recuperabile mediante un'istanza di rimborso.



La vita è più... easy

Europ Assistance ha lanciato un nuovo programma di membership con cui punta a sviluppare il mercato consumer affiancando il cliente nella quotidianità

di Elisabetta Delfabro

L'amministratore delegato di Europ Assistance, Paolo Frapiccini, riferisce sulle ultime iniziative strategiche della società. Nel dicembre 2012, l'azienda ha lanciato il programma di membership Easy, destinato alla clientela retail, che aprirà una nuova fase di diversificazione volta a presidiare il business to consumer. Per crescere su questo mercato e aprire nuovi canali commerciali, l'azienda ha abbinato all'offerta assicurativa quella di prodotti a puro servizio che sono il core dell'assistenza. Entreremo nel dettaglio di questo programma, basato sui punti di forza dell'azienda – brand awareness, capacità operative della centrale nel fornire assistenza e network sul territorio – con Valerio Chiaronzi, direttore marketing, consumer e tecnica assicurativa.

Ing. Frapiccini, possiamo dire come recita il claim della card che la vita, grazie ad Europ Assistance, è più semplice?

Direi proprio di sì. Negli ultimi anni la situazione economica è cambiata in maniera drastica con l'impoverimento del potere d'acquisto delle famiglie e le conseguenti ripercussioni sui nostri mercati di riferimento: un calo sensibile nelle vendite di auto nuove, di viaggi e finanziamenti al consumo. Sarebbe stato ragionevole attendersi una contrazione del nostro volume d'affari con la conseguente riduzione dei risultati e degli utili. In realtà, invece, le cose sono andate in modo ben diverso: siamo riusciti a consolidare il fatturato dell'anno passato, a migliorare il margine operativo del 23% e nonostante il contesto di incertezza, abbiamo lanciato nuovi prodotti e ridisegnato quelli esistenti.



Avete festeggiato il Natale e la chiusura del 2012 con un incontro molto apprezzato dai dipendenti.

È stata una bella iniziativa durante la quale abbiamo voluto soffermarci sui risultati positivi dell'anno appena concluso. In tale contesto ho fatto un richiamo a *Skyfall*, l'ultimo film della serie 007, e a un testo della sua colonna sonora: *Let the sky fall, when it crumbles, we will stand tall and face it all together*. Mi sembrava emblematico e fortemente rappresentativo della situazione attuale, per rimarcare il fatto che, se anche intorno a noi le cose non vanno nel migliore dei modi, c'è sempre la possibilità di raggiungere il successo

lavorando intensamente tutti insieme.

L'importanza che attribuisce al "noi", nel senso di valore delle persone che se interagiscono bene tra di loro creano un valore aggiunto, mi porta a chiederle: come si può ottenere la condivisione di una linea strategica?

Parto dal "noi" che è un concetto a cui tengo molto e che considero fondamentale; le nostre strategie sono condivise, non imposte, si tratta di scelte che poi generano naturalmente consapevolezza nel management e in tutte le persone coinvolte. E quando si ha uno staff allineato su obiettivi condivisi, l'azienda diventa una macchina

potentissima, perché tutti giocano sullo stesso modulo di squadra. Sono convinto che il fattore differenziante, più della strategia intrapresa, siano le persone, che sono chiamate a una visione comune di un modello di azienda e al sostegno della sua crescita. È come guidi le persone e come fai esprimere il loro potenziale, che fa la differenza.

Ritiene che puntare, fin dal suo arrivo in Europ Assistance, sul buon clima interno e la condivisione sia stato un vaccino per affrontare "l'influenza" della crisi economica globale che si è sviluppata poi?

Certamente. Abbiamo capito

che dovevamo intervenire subito per operare anche sulla reingegnerizzazione della nostra organizzazione e sull'ottimizzazione dei costi, perché abbiamo riscontrato che, in momenti di crescita del nostro fatturato, i costi aumentavano in maniera non proporzionale. Abbiamo, quindi, avviato una serie di progetti interni volti a diffondere la cultura dell'analisi di quello che spendiamo, rivedendo in maniera quasi maniacale tutte le fonti di spesa; non imponendo nulla dall'alto ma ragionando insieme. Considerate che questa sia la vostra azienda, il denaro lo spendereste così? Può portare il valore aggiunto che volete ottenere? Non tutti, all'inizio, hanno seguito



PIÙ SEMPLICE.

europ
assistance
you live we care

easy

La tua vita più semplice

Con Easy da oggi è possibile avere qualcuno che ci aiuta a organizzare il nostro tempo, qualcuno con cui condividere l'agenda, ricordare scadenze e impegni quotidiani, capace di risolvere tempestivamente piccoli e grandi imprevisti. Un personal assistant in

grado di attivare un network di professionisti pronti a intervenire in caso di problemi di salute, in auto, in casa e durante i viaggi.

Un numero unico gratuito da chiamare per richiedere un pediatra a domicilio nel

weekend, un idraulico anche di sera o un'auto sostitutiva.

Easy abbina la componente umana di ascolto e di assistenza a quella tecnologica – ormai parte integrante del vissuto quotidiano – come la protezione dei dati

personali del cliente da usi illeciti, dalle frodi creditizie tramite l'identity protection. O ancora: il passaporto sanitario tradotto in 11 lingue e la cartella clinica online, in un'area riservata e protetta del portale.



PENSA ALLA TUA GIORNATA,
A DOMANI, ALLA SETTIMANA
CHE VERRÀ: TROVERAI GIÀ UN MOTIVO
PER DECIDERE CHE EASY
È LA MIGLIOR IDEA
DA METTERE IN PRATICA ORA,
PER RENDERTI FACILE LA VITA, SEMPRE.



questo approccio, ma poi si è innescato un effetto domino che ha portato l'intera azienda a condividere il progetto. Adesso quelle stesse persone sono le prime che, quando sottopongono un budget, si domandano se è adeguato o no agli obiettivi, alla situazione, al periodo contingente. Il che non significa rinunciare agli investimenti, ma farli in maniera oculata e ragionata.

Quando esattamente avete intrapreso questa strada?

Abbiamo avviato questa fase tre anni fa circa, mentre molte aziende hanno iniziato a intraprendere queste misure solo più recentemente e quindi con maggiori difficoltà. Il vero tracollo del business esterno è iniziato a fine 2011 e, quando è in atto un taglio dei costi in concomitanza con una fase di crisi economica, la situazione diventa molto più difficile, perché il volume degli affari scende velocemente e quindi, per raggiungere i risultati, bisogna ridurre i costi in modo molto più incisivo di quanto si sarebbe dovuto fare se si fosse cominciato prima, in modo graduale e, soprattutto, in maniera strutturata. Certo non si trattava di misure urgenti, ma era necessario portare avanti alcune idee e renderle operative. Abbiamo destinato il saving ottenuto in questi ultimi anni in parte ad aumentare l'utile e in parte agli investimenti. Rispetto a tre anni fa, per esempio, Europ Assistance ha incrementato gli investimenti in marketing e comunicazione e penso che siano davvero poche le aziende in Italia in una situazione simile. Il nostro "precorrere i tempi" ci ha dunque permesso

di affrontare e risolvere alcune problematiche giocando d'anticipo, e ci ha portato oggi a poter affermare che abbiamo lavorato con molta lungimiranza.

Strategia che sta portando i suoi frutti ancora adesso, quindi?

Sì certamente, non vorrei semplificare troppo ma la vita aziendale è fatta di cicli. In questi tre anni abbiamo vissuto un ciclo di crisi economica molto importante, dovendo comunque soddisfare gli azionisti e, allo stesso tempo, trovare le energie per investire nel futuro. Nei prossimi tre anni, nonostante la crisi continuerà nel 2013, intraprenderemo una fase di sviluppo: una volta tenuti sotto controllo i costi e ottimizzata la gestione attraverso i giusti investimenti, il passo successivo sarà capitalizzare su questa strategia, spingere sui prodotti, diversificare il business e costruire sugli asset che abbiamo a disposizione. Questa prospettiva ci ha messo nella condizione di lanciare, a fine 2012, una nuova fase del progetto servizi, quella del programma di membership Easy, che, se ben sfruttata, ci porterà a una vera diversificazione del business. Il cammino sarà tortuoso e impervio ma sono convinto che otterremo i risultati attesi. D'altronde acquisire market share in una congiuntura negativa è più "facile" e ti dà un vantaggio considerevole in previsione del momento in cui il mercato ritornerà a essere positivo per tutti. Bisogna concentrarsi sui propri asset, essere focalizzati, tenere la squadra unita e aver fatto tutto quel che è possibile e al meglio.



Paolo Frapiccini, amministratore delegato di Europ Assistance Italia

“ACQUISIRE MARKET SHARE IN UNA CONGIUNTURA NEGATIVA TI DÀ UN VANTAGGIO CONSIDEREVOLE IN PREVISIONE DEL MOMENTO IN CUI IL MERCATO RITORNERÀ A ESSERE POSITIVO PER TUTTI”

Dott. Chiaronzi, quando siete partiti con il programma Easy?

A dicembre scorso abbiamo lanciato il programma di membership che rappresenta il completamento della nostra strategia di diversificazione. Puntiamo in questo modo a rafforzare il nostro posizionamento nel mercato consumer catturando l'attenzione del consumatore finale, guadagnando la sua fiducia e costruendo una relazione sempre più stretta.

Che analisi avete fatto prima di avviare questa iniziativa?

Il punto di partenza è stata la scelta di puntare su un mercato – quello consumer appunto – che per noi ha una migliore redditività e nel quale il nostro brand è molto solido e gode di un'ottima riconoscibilità. Siamo però consapevoli di essere una compagnia che non possiede l'offerta vita e quella rc auto, due prodotti di valore e di volumi, attrattivi per il consumatore finale. Siamo pertanto partiti dai nostri asset più forti – un marchio riconosciuto, la capacità e professionalità della centrale operativa e il network sul territorio – e abbiamo lanciato una gamma di “prodotti a servizio” per aggredire una fetta di mercato molto ampia, servita in maniera frammentata, ritornando un po' all'origine dell'assistenza.

Nella mission di Europ Assistance la parola assistenza è sempre stata presente.

Sì, certo, e questo ci ha permesso di rimettere un po' di più al centro questo concetto. La mission è quella di “offrire soluzioni personalizzate per la mobilità (viaggi e auto), la

salute, la casa e la famiglia sia nel quotidiano che in emergenza”: la holding francese è nata nel 1963 proprio con questo obiettivo. Poi, dal 1993, in Italia, Europ Assistance è cresciuta attraverso i prodotti assicurativi, offrendo polizze dalle forti componenti innovative. Oggi siamo sicuramente in una fase più matura, nella quale abbiamo riscoperto l'opportunità di presentarci al mercato anche come operatore di assistenza; quindi, a seconda dei canali distributivi, dei prodotti e dei segmenti di clientela, possiamo usare la leva assicurativa o quella a servizio lasciando scegliere al consumatore stesso come utilizzare l'offerta più adatta alle sue esigenze. I consumatori previdenti acquisteranno una polizza assicurativa, mentre quelli che hanno preferito non sottoscrivere una polizza rappresentano comunque un potenziale target di riferimento per quanto riguarda l'offerta di assistenza on demand. Questo binario doppio ci consente anche di parlare a target diversi ed essere presenti su canali distributivi alternativi.

Cosa rappresenta Easy nell'ambito di questa strategia avviata già nel 2011?

Con la membership Easy abbiamo voluto puntare sulle tematiche della fidelizzazione. Easy rappresenta un nuovo approccio che offre al cliente una relazione “privilegiata” con l'azienda e una rapida soluzione ai problemi quotidiani. La card comprende: un personal assistant sempre disponibile e pronto a rispondere a tutti i bisogni di assistenza; la protezione dei



Valerio Chiaronzi, direttore marketing, consumer e tecnica assicurativa

dati personali in caso di frodi creditizie e furto di identità; il passaporto sanitario per custodire e verificare on line i propri dati sanitari tradotti in 11 lingue. E ancora, sconti su tutta l'offerta Europ Assistance e una gamma di prodotti dedicati. I prodotti assicurativi che abbiamo sempre offerto e i servizi on demand lanciati tre anni fa, sono entrambi caratterizzati, per loro natura, da bassa frequenza di

interazione. Abbiamo perciò sentito l'esigenza di trovare un modo per aumentare la rilevanza della nostra offerta e lanciare una sfida interessante puntando sull'utilità di ciò che siamo capaci di fare. La carta racchiude proprio questo: una promessa molto semplice, quella di semplificare la vita.



“ EASY È UN NUOVO APPROCCIO CHE OFFRE AL CLIENTE UNA RELAZIONE 'PRIVILEGIATA' CON L'AZIENDA E UNA RAPIDA SOLUZIONE AI PROBLEMI QUOTIDIANI ”

Il cliente auto viaggia in...



Generali Sei In Auto Full Service è il nuovo ed esclusivo concept di tutela dedicato all'auto e alla clientela più esigente, costruito su know-how, esperienza e rete delle competenze di servizio che la Compagnia vanta

*di Alberto Busetto
ed Emanuele Trotti*

Mai come negli ultimi anni il mondo dell'assicurazione auto ha visto concentrare su di sé tanta attenzione. La causa risiede principalmente nell'azione combinata di tre diversi fattori: i continui interventi normativi, le nuove possibilità date dalla tecnologia in termini di gestione del rischio e servizio al cliente e infine le

mutate condizioni economiche. In questo contesto, certamente complesso, Assicurazioni Generali sta sviluppando e testando, con il coinvolgimento attivo della sua rete agenziale, un nuovo ed esclusivo concept di tutela dedicato proprio all'auto: Generali Sei in Auto Full Service. L'obiettivo è dare alla clientela più esigente tutto il meglio grazie all'esperienza, al know-how e al network interno ed esterno

di competenze di servizio che la Compagnia può vantare.

Ma qual è il contesto di riferimento attuale (giuridico, assicurativo, sociale) in merito all'assicurazione auto? Un rapido approfondimento consentirà di comprendere meglio come questo prodotto anticipi le future evoluzioni di scenario dando già oggi al cliente tutti i vantaggi, assicurativi, economici e tecnologici, a esse correlati.

Il rischio rc auto in Italia: uno scenario difficile per cliente e assicuratore

Lo scenario rc auto italiano rappresenta per l'assicuratore e per il cliente un rischio nel rischio. Partiamo da alcuni semplici dati. Quarantanove milioni di veicoli circolanti e una densità delle auto per abitante che ci pone al secondo posto

nella Ue¹ (grafico sotto). Molti i veicoli, molti i rischi. Anche a causa di un territorio dalla morfologia variegata (metà di esso è collinare), una rete infrastrutturale viaria composta per lo più da strade regionali e provinciali le quali, purtroppo, non godono di un'adeguata manutenzione².

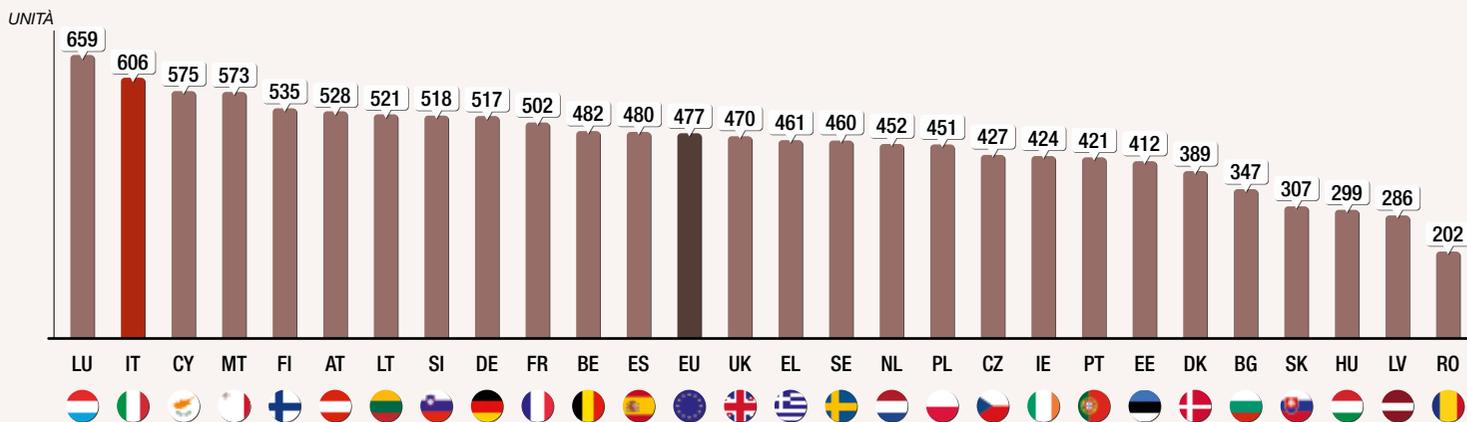
Quindi, veicoli e conducenti messi ogni giorno alla prova senza dimenticare, tuttavia,

che l'età media del parco vetture circolanti a benzina è più elevata di quella Ue³ e 1/3 dei guidatori italiani sostiene di distrarsi al volante o di guidare troppo velocemente⁴.

Tutto ciò concorre a provocare nel tempo l'innalzamento di uno dei due elementi fondamentali nella determinazione del premio assicurativo, la frequenza sinistri⁵, che è tra le più elevate nel confronto con

altri paesi europei (grafico a pagina seguente). A questo si aggiunge, nel nostro Paese, un vero e proprio fenomeno speculativo sui risarcimenti assicurativi⁶ e un'alta criticità territoriale su rischi specifici come il furto⁷. All'interno di uno scenario così complesso si sono succeduti, specie negli ultimi sei anni, una serie di interventi normativi che hanno affannosamente rincorso le evoluzioni in atto, anche sul

Densità delle auto in Ue (per 1.000 abitanti, 2010)



Fonte: Acea/Aci - Censis 2012

- ¹ Assicurazioni Generali Research&Development 2012 - Il dato comprende tutte le categorie di veicoli
- ² Solo per la manutenzione ordinaria del nostro manto stradale occorrerebbero 40 milioni di tonnellate di asfalto contro i 27 previsti per il 2012 - Fonte: Siteb 2012
- ³ 10 anni nel 2011 (fonte: Assicurazioni Generali Research&Development 2012) contro un'età media delle auto nella Ue di 8,3 anni (dato al 2010, fonte: Aci - Censis 2012)
- ⁴ Aci - Ispo 2010
- ⁵ L'altro è il costo medio per sinistro
- ⁶ Il 23% dei sinistri nel 2010 presentava almeno un danno alla persona contro una media europea di circa il 10% - Fonte: Ania 2012
- ⁷ Nel 2012 il nostro Paese è stato inserito tra le aree in Europa a maggior rischio furto in riferimento proprio alle autovetture oltre a registrarsi un calo nella percentuale di ritrovamenti, da parte delle forze dell'ordine, dei veicoli rubati - Fonte: Ilaati 2012 e Ania 2012

fronte tecnologico. Dal dpr 254/2006 recante la disciplina del risarcimento diretto⁸, alla legge 2 aprile 2007 n. 40, il cosiddetto decreto Bersani di cui si ricorda in particolare la disposizione inerente la “conservazione” della classe di merito, anche a livello familiare, sull’ulteriore veicolo. Dell’anno scorso invece il dl n.179/2012 “Crescita-bis” (convertito nella legge 221/2012) che ha introdotto il divieto di tacito

rinnovo, la nascita di un contratto rca “base” offerto anche online e quindi facilmente confrontabile, nonché la creazione di aree riservate dedicate ai clienti sui siti delle compagnie, primo passo per favorire la cosiddetta “Home insurance”.

Sempre del 2012 anche il dl n.1/2012, noto come “Crescita-Italia”, convertito nella legge 27/2012, che statuisce

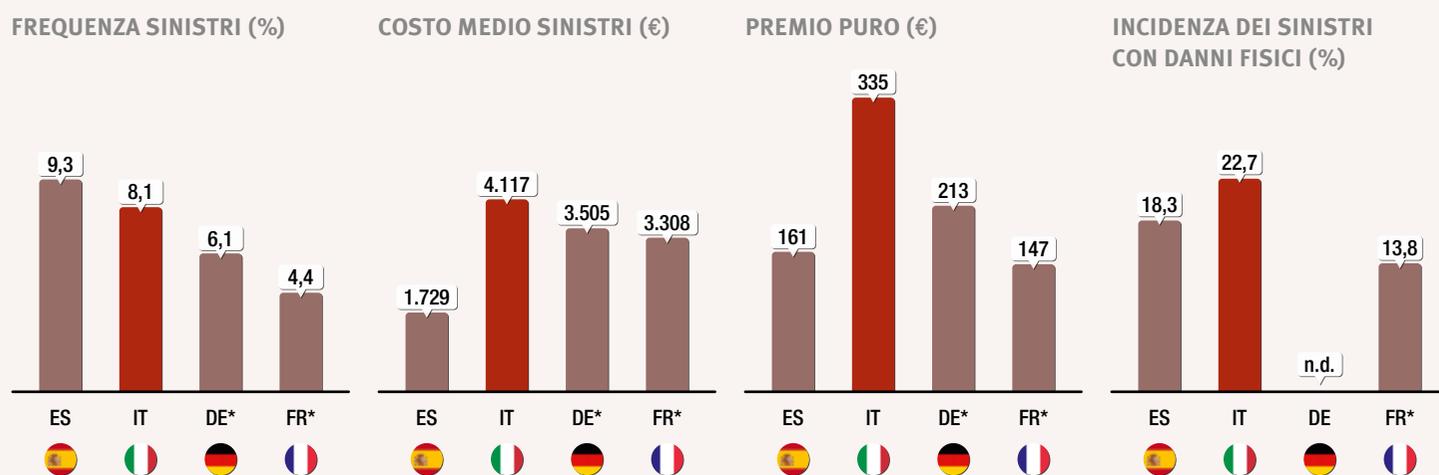
l’obbligo di comparazione dei preventivi⁹, gli sconti al cliente in caso di installazione di “scatola nera” e di preventiva presa visione del veicolo, le norme antifrode¹⁰.

La volontà resta quella di correggere gli squilibri del settore, ad esempio sul fronte delle frodi, di favorire una maggiore concorrenza e di garantire un servizio sempre più soddisfacente per gli

assicurati, anche grazie alla componente tecnologica.

Tuttavia, il carattere di obbligatorietà della rc auto ha fossilizzato negli anni le scelte della clientela su pure dinamiche di prezzo oscurando, in uno scenario, oltretutto, ad alta rischiosità come quello italiano, la sua forte componente di servizio: difesa del patrimonio da azioni risarcitorie, protezione

Principali indicatori tecnici: confronto europeo, anno 2010



Fonte: Ania 2012
* i dati sono riferiti all'anno 2009

⁸ A norma dell'art. 150 del codice delle assicurazioni, il risarcimento diretto è la procedura di risarcimento del danno che si applica ai sinistri verificatisi a partire dal 1° febbraio 2007 e che prevede l'obbligo per l'assicurato-danneggiato, che ritenga di avere ragione anche solo parzialmente, di rivolgersi alla propria compagnia di assicurazione per la liquidazione dei danni subiti

⁹ Questa è una delle norme con efficacia attualmente sospesa in quanto attende apposito Regolamento Ivass

¹⁰ La “Scatola nera”, il cui utilizzo tariffario è normato dal recente decreto “Liberalizzazioni”, è il dispositivo elettronico montato a bordo del veicolo in grado di monitorarne i movimenti determinando maggiore sicurezza e convenienza per i clienti e una migliore gestione del rischio per le compagnie. Per quanto riguarda le norme antifrode si veda ad esempio la dematerializzazione del contrassegno e dell'attestato di rischio oltre alla norma sulle microlesioni

del veicolo e della persona, assistenza stradale e assistenza amministrativa in caso di incidente ecc. Oggi però la situazione, come abbiamo visto, sta cambiando e diventa sempre più determinante valorizzare proprio il portato di servizio che la rc auto e le garanzie accessorie ad essa connesse forniscono alla clientela.

L'offerta auto di Generali: sempre un passo avanti

Governare uno scenario così complesso non è semplice anche perché la gestione di ogni innovazione, per quanto positiva, richiede esperienza, organizzazione e competenze. Assicurazioni Generali in questo è sempre partita avvantaggiata sperimentando con anticipo nuove soluzioni. Ad esempio, dando la possibilità al cliente di usufruire dei vantaggi legati all'installazione del contatore satellitare, ovvero la "scatola nera", già a metà degli anni 2000,

migliorando costantemente la sua offerta con servizi evoluti per la clientela e valorizzando la componente consulenziale della sua rete agenziale in tutte le fasi dell'approccio commerciale: dal pre al post-vendita. Un'azione agevolata anche dal restyling del prodotto auto e dei relativi supporti di comunicazione. Oggi Generali Sei in Auto offre al cliente un'assicurazione globale per i veicoli a motore adattabile alle sue esigenze assicurative ed economiche attraverso cinque moduli di garanzie: rc auto, sicurezza al volante, assistenza in movimento, protezione incendio e protezione furto. In tutti è forte la componente di innovazione e conseguente valore per la clientela.

Come ad esempio il modulo assistenza che presenta tutele in grado di dare un'elevata qualità di servizio: "l'auto in sostituzione – auto sostitutiva 360°" o il "depannage – officina mobile in Italia" per risolvere il problema sul luogo del sinistro e ripartire immediatamente anche con un'auto sostitutiva portata sul posto.

Full service: sintesi di innovazione, qualità e servizio

Il restyling del prodotto auto è tuttavia solo uno degli elementi della "vision" commerciale complessiva di Assicurazioni Generali sull'auto. Suo punto di forza principale l'essere anticipatrice, sia rispetto ai dettami del legislatore sia rispetto alle tendenze del mercato in tema di innovazione "cliente-centrica". Un esempio è il valore aggiunto dei servizi digitali che Assicurazioni Generali, prima di altri, ha saputo integrare

nell'offerta. Dall'area clienti per la consultazione in tempo reale della propria posizione assicurativa, alle applicazioni mobili quali e-Polizza che, partendo da un progetto di Gruppo, dà al cliente servizi "rivoluzionari" come la denuncia di danno auto online, fino ai servizi di tutela e controllo del veicolo e alle agevolazioni tariffarie per chi installa il contatore satellitare sulla propria auto. Smart insurance ovvero servizi assicurativi "intelligenti" e Home insurance: in questo modo anche l'auto diventa presidio di fidelizzazione e relazione

SUPERANDO LA LOGICA DI MERO PRODOTTO, ORIENTA E COLLEGA TUTTI I PROCESSI DI ACQUISIZIONE, ASSISTENZA E SERVIZIO, DURANTE L'INTERO CICLO DI VITA DEL CONTRATTO



con la clientela per spostare il baricentro del rapporto dalla mera convenienza, comunque importante, alla fiducia. Un approccio completo a questo ramo di assicurazione è fondamentale anche per le caratteristiche del portafoglio auto di Assicurazioni Generali che, con una presenza di giovani (26 – 35 anni) più marcata rispetto ad altri rami e al contempo un'età media del cliente autoveicoli pari a 51 anni, deve offrire un'ampia gamma di formule di copertura anche di alto livello per la compiuta fidelizzazione di ogni singolo target. Non a caso i

clienti auto in portafoglio che possiedono anche garanzie accessorie risultano più fedeli con un tasso di uscita circa il 30% più basso rispetto ai clienti solo rc auto. Sempre tra chi non si ferma alla sola rc auto, si rileva anche una percentuale sensibilmente più elevata (41% vs. 30%) di assicurati pluriramo.

Anche in considerazione di ciò e nell'ottica di continuare il cammino di innovazione, efficacia e qualità commerciale sin qui intrapreso che ha al centro una sempre maggiore soddisfazione delle esigenze della clientela, nasce a ottobre

2012 Generali “Full Service”: un nuovo modello di servizio con il quale valorizzare e perfezionare l'esperienza sino a oggi maturata nell'auto in tema di attenzione al cliente e soddisfazione delle sue specifiche esigenze. Superando la logica di “mero prodotto” Generali Sei in Auto Full Service, orienta e collega tutti i processi di acquisizione, assistenza e servizio, durante l'intero ciclo di vita del contratto, legati alla rc auto e alle garanzie accessorie.

A cominciare dall'agenzia dove il cliente si recherà per approfondire e sottoscrivere il set completo di garanzie di “Full service”: rc auto, incendio e furto, kasko comprehensive e assistenza, alle quali si aggiunge l'installazione sulla vettura del dispositivo gps “Cobra telematics”, azienda all'avanguardia nel settore, che garantisce un supplemento di protezione 24 ore su 24, 7 giorni su 7. Il dispositivo dà, inoltre, accesso a una scontistica esclusiva (rc auto e garanzie accessorie) superiore a quella fino ad oggi disponibile

all'interno dell'offerta satellitare a catalogo. Sarà poi la stessa agenzia, punto di riferimento imprescindibile per il cliente e snodo fondamentale per “mettere in rete” le componenti di servizio offerte, che supporterà il cliente nella prenotazione dell'installazione. Altro plus, l'installatore è anche carrozzeria fiduciaria facente parte del network “Carrozzeria SiCura”: 1.400 centri convenzionati gestiti dai migliori professionisti del settore che garantiscono ai nostri assicurati un trattamento esclusivo con vantaggi e comodità a loro riservati. In questo modo il cliente può toccare con mano fin da subito la qualità professionale della carrozzeria a cui potrà rivolgersi in caso di incidente con ragione o di danno incendio, furto, kasko.

Proprio per favorire trasparenza e velocità in fase di risarcimento la carrozzeria scelta come installatore, oltre a montare a regola d'arte il dispositivo satellitare, provvederà a fotografare il veicolo per presa visione. Una volta installato



**LA CLIENTELA E LA RETE AGENZIALE
HANNO APPREZZATO LA COMPETITIVITÀ
DELL'OFFERTA RISPETTO AL MERCATO E LA
COMPLETEZZA DELLE COPERTURE**

il contatore satellitare, il fornitore del dispositivo “Cobra telematics” provvederà a dare al cliente le credenziali per entrare nell’area internet riservata dove consultare, in ogni momento, i dati di percorrenza relativi al proprio automezzo. La tutela della privacy resta, ovviamente, un fattore chiave: per questo i dati sono visualizzati, in modalità protetta, su un sito internet dedicato. I dati puntuali relativi al singolo veicolo, inoltre, non sono conoscibili da Assicurazioni Generali se non in caso di crash rilevato dal dispositivo satellitare.

In questo modo tutte le realtà coinvolte, cioè la rete agenziale, la Compagnia, il network fiduciario di carrozzerie e installatori, il nuovo fornitore di servizi satellitari, Europe Assistance e la struttura liquidativa di Gbs, danno vita a un sistema di caring unico ed esclusivo, dove tutte le professionalità sono in collegamento per dare al cliente il massimo dell’assistenza.

Generali “Full Service” è attualmente in una fase test

per affinarne e ottimizzarne tutte le diverse componenti di protezione, servizio e assistenza. Dal lancio, in ottobre, fino alla fine del 2012 il servizio è stato offerto solo da 21 agenzie selezionate ubicate nelle città di Milano, Roma e Napoli. I primi mesi del 2013 vedranno un ampliamento della platea delle agenzie abilitate alla vendita e sperimentazione del servizio, nella misura di circa cinquanta strutture agenziali attive. Nel secondo semestre del 2013 è prevista l’estensione dell’offerta a tutto il territorio nazionale ove sia possibile garantire i livelli di servizio prefissati. I risultati dei primi tre mesi di test hanno evidenziato un ottimo riscontro da parte della clientela e della rete agenziale. Superando le attese in termini di risultanze commerciali, entrambi hanno apprezzato in particolare la competitività dell’offerta rispetto al mercato e la completezza delle coperture proposte.

In un momento di mercato dove proprio la competitività in termini qualitativi è fattore

strategico essenziale per continuare a mantenere una posizione d’eccellenza, Assicurazioni Generali ha deciso nuovamente di investire sul rafforzamento continuo della relazione con la propria clientela e sullo sviluppo commerciale delle agenzie. Generali “Full Service” definisce, infatti, un nuovo standard di servizio e protezione all’altezza delle più esigenti aspettative. Ancora una volta l’intento è quello di muoversi in anticipo rispetto al mercato e agli attuali orientamenti normativi per continuare a rendere unica

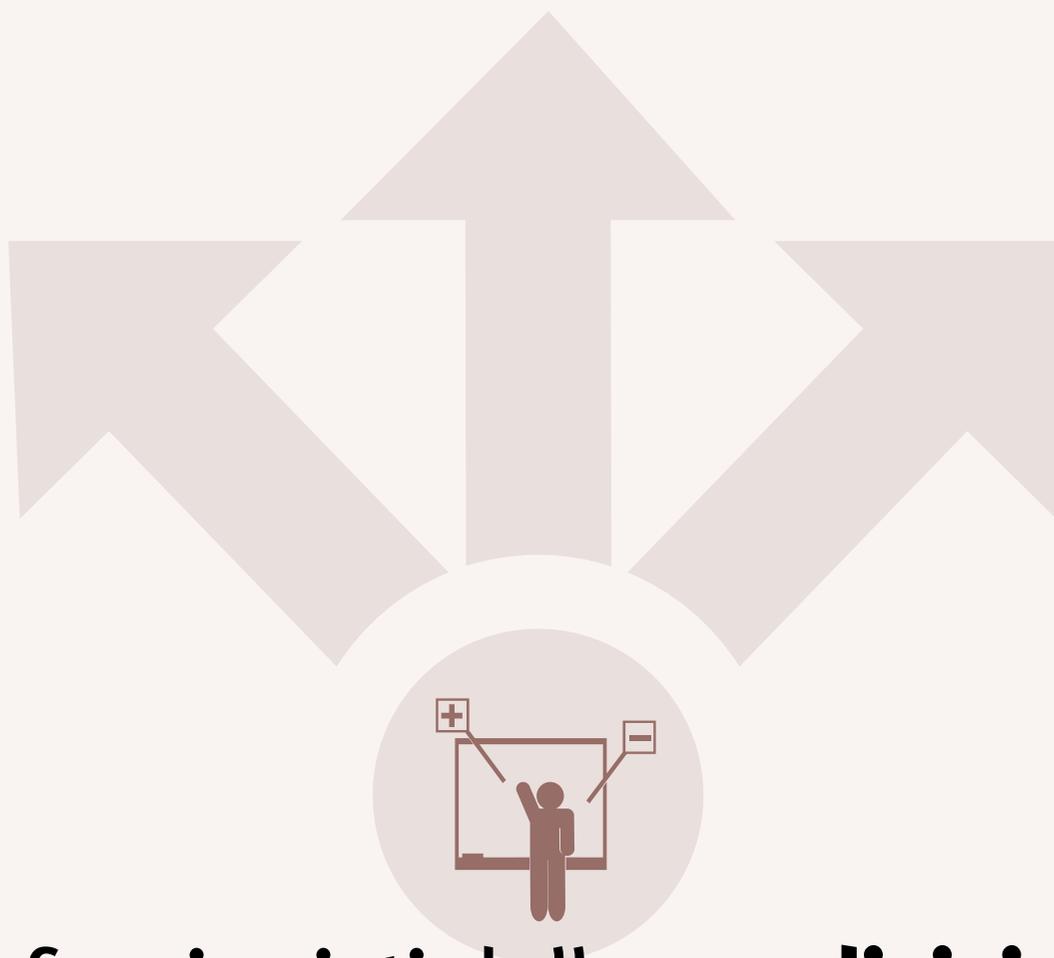
l’esperienza commerciale del cliente che dal Leone e dai suoi professionisti sa di poter avere, da sempre, il meglio in termini di protezione, affidabilità e innovazione.



MIGLIORAMENTO



**UN SISTEMA DI CARING UNICO
ED ESCLUSIVO, DOVE TUTTE
LE PROFESSIONALITÀ SONO IN
COLLEGAMENTO PER DARE AL CLIENTE
IL MASSIMO DELL’ASSISTENZA**



Professionisti della **condivisione**

i formatori tecnici di Generali France dedicano parte del loro tempo a trasmettere competenze ai colleghi: ecco i vantaggi della formazione in-house e come si attua nella pratica

di Estelle Jeandel

Nel prossimo decennio, gran parte di coloro che sono nati negli anni successivi alla seconda guerra mondiale, la generazione dei cosiddetti baby-boomer, raggiungerà l'età del pensionamento.

Per Generali France questo significa che entro il 2022 un terzo dell'attuale forza lavoro avrà lasciato la compagnia. Non sorprende dunque che per l'azienda il passaggio di competenze e la formazione professionale di una nuova generazione

di dipendenti siano aspetti prioritari. In risposta alla sfida demografica e a un contesto economico in cui a tutti viene costantemente consigliato di arricchire il proprio bagaglio di competenze, Generali France si sta trasformando in una "learning organization",

cioè un'azienda che punta non soltanto sui tradizionali corsi di formazione in gruppo, ma soprattutto sulla condivisione continua delle competenze fra colleghi. I formatori in-house sono la chiave della strategia di Generali France volta a costruire le competenze dello staff.

“ **CHI LAVORA NEL TUO STESSO SETTORE È NELLA POSIZIONE MIGLIORE PER SAPERE COSA SARÀ UTILE** ”

Sébastien Girardot-Tripaut





Il profilo ideale del formatore in-house

I formatori tecnici aziendali hanno profili molto vari, ma una caratteristica li accomuna tutti: il desiderio di condividere le proprie conoscenze. Generalmente si tratta di persone di grande esperienza che hanno una propensione a trasmettere competenze e capacità di tenere corsi di formazione all'interno del proprio dipartimento o anche al di fuori della compagnia. "I formatori interni sono molto determinati e motivati, e vantano un comprovato bagaglio di competenze ed esperienze professionali. Il loro compito è anche quello di rappresentare Generali, quindi vengono a loro volta formati al fine di sviluppare capacità di insegnamento, a prescindere dall'aver svolto o meno attività di training in precedenza", spiega Nelly Sauleman del Training Department, che fornisce supporto a chi desidera intraprendere la strada di formatore aziendale.

La formazione interna è un lavoro in tutto e per tutto, non ci si improvvisa formatori su due piedi. Bisogna acquisire familiarità con alcune tecniche d'insegnamento, essere capaci di realizzare il materiale per i corsi e imparare a imporsi con autorevolezza in un gruppo. Il supporto consiste in incontri regolari con lo staff del Training Department e con altri formatori per perfezionare le capacità di progettazione del materiale didattico e le tecniche di conduzione dei corsi.



Un compito gratificante, un vantaggio per i colleghi

Mentre i professionisti provenienti dalle agenzie di formazione sono, per definizione, esterni alla compagnia, i formatori interni hanno familiarità con le tipicità del settore, i processi, l'organizzazione e le necessità dei colleghi a cui è rivolta la formazione. "Chi lavora nel tuo stesso settore è nella posizione migliore per sapere cosa sarà utile, in particolare modo se entrambi lavorano per Generali", riassume in breve Sébastien Girardot-Tripaut, uno dei project manager del Customer Services Department, che si è unito di recente alla rete dei formatori aziendali interni.

Diventare un formatore interno è anche un riconoscimento che dà una grande motivazione: le persone si sentono gratificate per essere state identificate, attraverso i canali aziendali, come una fonte di competenze. Inoltre, acquisire capacità nell'ambito della formazione apre nuove opportunità di crescita professionale. "Questo è un vantaggio sia per le persone in formazione che per il formatore stesso", sottolinea Philippe Douvier, responsabile technical studies del Claim Settlements Department.



Quanti giorni in aula?

Naturalmente la strada non è facile. Diventare formatori in-house aumenta il carico di lavoro personale e dell'organizzazione. Il Training Department deve cooperare con i superiori del formatore, che a volte possono non essere ben disposti all'idea di dover fare a meno di un membro del proprio staff anche solo temporaneamente, visto che i trainer sono spesso scelti tra i migliori esponenti di una squadra operativa. Bisogna stabilire un giusto equilibrio tra il numero di giorni in cui il dipartimento di appartenenza può fare a meno del formatore e il numero di giorni in cui il Training Department si aspetta la disponibilità del formatore su cui hanno investito. Il giusto compromesso si attesta generalmente sui dieci corsi di formazione all'anno. Quando possibile, il Training Department cerca di creare squadre composte da due o tre formatori per ogni ambito di conoscenza, in modo tale da non dipendere totalmente da un'unica persona. Tutte le parti coinvolte – il formatore in-house, il superiore e la compagnia – stabiliscono per iscritto i propri impegni in una sorta di "carta" del formatore aziendale, a cui ogni "missione" farà riferimento.

I formatori interni sono da sempre una risorsa molto utilizzata da Réseau Salariés di Generali France (la rete nazionale che riunisce il personale addetto alle vendite

direttamente assunto dalla compagnia), ma ora questa pratica si sta estendendo anche ad altre reti di vendita e ai dipartimenti amministrativi. Al momento, un terzo dei corsi di formazione sono svolti dallo staff di Generali France ma la proporzione varia in base alle priorità della compagnia. Affidare l'intera formazione aziendale a personale interno non è tuttavia un'ipotesi plausibile. Rivolgersi alle agenzie di formazione esterne offre alcuni indiscutibili vantaggi, come la possibilità di confrontarsi con punti di vista diversi, beneficiare di metodi d'insegnamento specifici, focalizzarsi su posizioni oggettive e avere possibilità di confronto con il modo di operare di altre aziende. Inoltre la formazione svolta sul piano delle cosiddette soft skills – o competenze trasversali – e mirata a intervenire sul lato comportamentale, può essere difficilmente affidata a personale interno, a differenza dei corsi a carattere tecnico. Se i formatori in-house possono contare sul sostegno di tutta la linea manageriale e sono supportati a loro volta, la formazione aziendale interna funziona. E permette di fare tesoro di tutte le competenze già disponibili in azienda.



RESPONSABILITÀ

Trainer in-house. Quali motivazioni?

Nathalie Renard è felice di parlare della sua doppia vita come insurance transactions officer al Claims Settlements Department e come formatore per Generali e altre compagnie. “Sono sempre stata il genere di persona che aiuta i nuovi colleghi e affianca i nuovi arrivati. Lavorare come formatore ha portato alla luce le mie abilità latenti. Condividere le mie competenze con altre persone mi fa sentire utile. È semplice, ma è così!”

“È evidente quanto il ruolo di formatore gratifichi Nathalie”, conferma Huguette Rémy, manager di Nathalie Renard. “Una volta capito come i corsi di formazione potevano inserirsi nel ciclo lavorativo annuale, non ho esitato a supportarla in questa nuova strada. È una scelta sensata per la sua carriera, e io sono la prima a sfruttare le abilità formative di Nathalie!”

Nei racconti dei formatori in-house come Nathalie, l'aspetto ricorrente è la soddisfazione che deriva dal trasmettere le competenze acquisite svolgendo un lavoro che si ama e nel condividere la propria esperienza professionale. Ma le motivazioni per diventare formatori sono le più varie: la possibilità di variare il solito ruolo operativo, di conoscere come lavorano i colleghi di altri contesti, di costruire una rete di conoscenze, di ampliare le proprie competenze e anche la sfida personale. Alcuni, come Philippe Douvier, Sébastien Girardot-Tripaut e Catherine Pichot, che si occupano di formazione nell'ambito dei software di analisi dati – un campo di importanza strategica per la compagnia – hanno colto questa opportunità per poter mantenere sempre aggiornate le loro conoscenze specialistiche.

Fortunati? Sì, senza dubbio, ma essere un trainer in-house è anche un grande impegno, e i formatori Generali ne sono ben consapevoli.



Nelly Sauleman (Training Department) e Sébastien Girardot-Tripaut (Customer Services Department), che assieme ad altri due colleghi (Philippe Douvier del Claims Settlements Department e Catherine Pichot del

Financial Department, non presenti nella foto) fanno parte di una squadra di formatori, sono qui ritratti con Huguette Rémy (Claims Settlements Department), responsabile dei formatori in-house



PALAZZI DA RACCONTARE

Architettura pubblicitaria

palazzo Mondadori a Segrate, progettato da Niemeyer e costruito grazie a Generali, rappresenta la casa editrice come un marchio di fabbrica





di Marta Scip

Sinfonia di appoggi e sospensioni che sorprendono e diventano espressione della tecnica e dell'arte contemporanea in tutta la sua pienezza: questo è palazzo Mondadori a Segrate. È il 1968 quando l'architetto brasiliano Oscar Niemeyer accetta l'incarico di progettare la nuova sede della casa editrice, perché in perfetta sintonia con le idee di Giorgio Mondadori: entrambi infatti, vogliono un edificio che non sia un involucro anonimo, bensì un complesso sociale che ricordi l'opera di suo padre, Arnoldo Mondadori, e quella di tutti i suoi collaboratori, e che esprima "qualcosa di diverso", intendendo probabilmente, un complesso architettonico non commerciale, e per questo unico nella città di Milano e in Italia, in grado di esprimere una perfetta coincidenza tra forma e struttura. Questo cambiamento avrebbe anche segnato simbolicamente il passaggio della presidenza dal padre al figlio. Così hanno inizio i lavori di progettazione del nuovo palazzo che la Mondadori occupa da più di trent'anni.

Ma facciamo un passo indietro. Verso la metà degli anni Sessanta, Arnoldo e Giorgio Mondadori decidono di rinnovare l'azienda partendo dalla sede: a seguito di un viaggio in Sudamerica, Giorgio rimane folgorato dal palazzo di Niemeyer per il ministero degli Affari esteri a Brasilia (Palácio Itamaraty), di Niemeyer e affida a lui l'ideazione del nuovo insediamento editoriale. Di lì a poco la Mondadori viene affiancata dalle Assicurazioni Generali che, grazie al presidente Cesare Merzagora (1968-79) e al vicepresidente Carlo Faina, hanno un ruolo determinante nel consentire la realizzazione dell'opera architettonica. La Compagnia infatti, assecondando le finalità imprenditoriali della Mondadori e condividendo la valutazione circa l'eccezionalità del progetto da realizzare, acquista i terreni su cui la costruzione sarebbe sorta e ne finanzia la realizzazione, retrocedendo poi il palazzo in affitto alla casa editrice.

Il progetto elaborato da Niemeyer è caratterizzato da un sistema strutturale nel quale la scocca in cemento armato regge i cinque piani sospesi degli uffici: è uno schema statico che si ripete trasversalmente e che mantiene una certa indipendenza per garantire una visione di costruzione frazionata. Forme libere e costruttivamente meno audaci, anche se inusuali, sono elaborate per gli edifici bassi delle redazioni e dei servizi generali, facendo risaltare, nell'insieme, una virtuosistica modellazione dei sostegni in cemento.

LA NUOVA SEDE È, A DETTA DEL SUO IDEATORE, "UNA SORTA DI ARCHITETTURA PUBBLICITARIA" OVVERO UN EDIFICIO CHE NON HA BISOGNO DI INSEGNE E CAPACE DI IMPRIMERSI NELLA MEMORIA

L'utilizzo di questo materiale rende l'artista un vero e proprio "pioniere dell'architettura" contribuendo a una rivalutazione di uno strumento inusuale, ma dalle grandi possibilità costruttive ed espressive. Grazie al cemento infatti, Niemeyer crea architetture dalle influenze spaziali libere e sensuali in armonia con l'ambiente circostante.

**NIEMEYER DEFINISCE UN SISTEMA
DI SEGNI CON FUNZIONE SIMBOLICA
ED EVOCATIVA, E RICOSTRUISCE
UN PERCORSO ARCHITETTONICO
PARALLELO AL SENSO E AL CICLO
DELLA PRODUZIONE**

La contrapposizione tra un organismo imponente e un corpo basso è netta nel progetto di Niemeyer ed esalta ancor più l'idea della sospensione dell'edificio che, in questo caso, è attuata in maniera letterale. La nuova sede è, a detta del suo ideatore, "una sorta di architettura pubblicitaria" ovvero un edificio che non ha bisogno di insegne e capace di imprimersi nella memoria. "Niemeyer definisce un sistema di segni con funzione simbolica ed evocativa, e ricostruisce un percorso architettonico parallelo al senso e al ciclo della produzione. Palazzo Mondadori è un esempio di architettura dagli aspetti innovatori, che mira alla ricerca di un'immagine caratteristica e di simboli che evochino un messaggio pubblicitario esplicito e duraturo, attraverso sofisticati meccanismi persuasivi" ■.

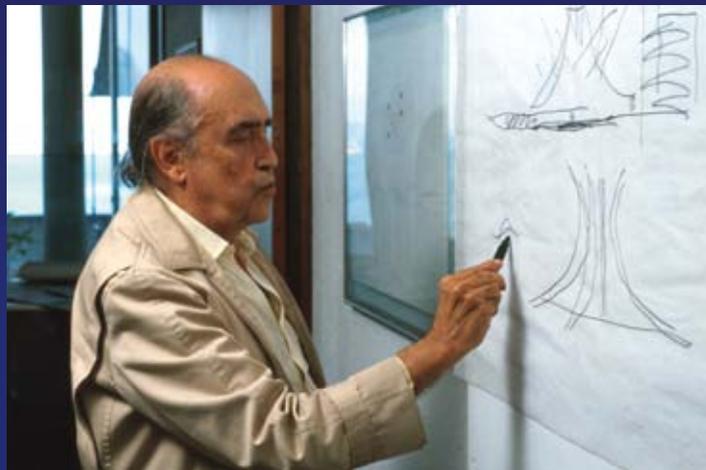
L'ideazione creativa del palazzo è da ascrivere totalmente all'architetto brasiliano, mentre la sua traduzione esecutiva è gestita dalla stessa Mondadori e coadiuvata dall'ingegnere Giorgio Calanca, responsabile dell'ufficio direzione impianti della casa editrice, e dallo strutturista Antonio Nicola.

L'attività edilizia inizia nell'autunno del 1971, quando il responsabile dell'immobiliare è l'ing. Domingo Sylos Labini. L'edificio è completato alla fine del 1974 per consentire, a partire



■ Giorgio Muratore, "La sede della Mondadori a Segrate: un'architettura pubblicitaria" in *Casabella* n. 424, aprile 1977

Oscar Niemeyer: l'architetto che ha dato espressività al cemento armato



Oscar Ribeiro de Almeida Niemeyer Soares Filho, meglio conosciuto come Oscar Niemeyer (15 dicembre 1907 – 5 dicembre 2012) nasce a Rio de Janeiro, dove si laurea alla Scuola nazionale di Belle Arti nel 1934. Diventato apprendista di Le Corbusier, viene coinvolto nella realizzazione di importanti progetti come il nuovo palazzo del ministero dell'Educazione e della sanità a Rio, e lo studio per la realizzazione della nuova sede delle Nazioni Unite a New York, portata a compimento da Wallace Harrison e Max Abramovitz.

Nel corso degli anni si susseguono significative creazioni architettoniche: il Congresso nazionale, il palazzo del Planalto, la Corte suprema federale, il palazzo degli Esteri (Itamaraty) e

la cattedrale a Brasilia. Queste imponenti strutture aumentano la notorietà di Niemeyer che tuttavia, in seguito al colpo di stato militare del 1964, trova difficoltà nel continuare la propria attività in Brasile, per cui è costretto a viaggiare in Europa. L'esilio forzato si rivela un vero e proprio momento di "fertile creazione": progetta la sede del partito comunista francese (1965-67) e la casa della cultura a Le Havre (1972-82) in Francia. In Italia, oltre al palazzo Mondadori a Segrate (1968-75), la sede della Fata Engineering a Pianezza (1976-81) e della cartiera Burgo a San Mauro Torinese (1978-81). Rientrato in Brasile, l'architetto si dedica prevalentemente a strutture di interesse collettivo, realizzando il Memoriale dell'America latina (1987), il parlamento latino-americano (1991), il museo d'arte contemporanea Mac (1991), l'auditorium di Ibirapuera (1999), il Caminho Niemeyer (1997). Il XXI secolo ha visto Oscar Niemeyer ancora attivo, nonostante l'età, con la creazione dell'auditorium di Ravello (2000), il Centro amministrativo dello stato di Minas Gerais (2003), il padiglione della Serpentine Gallery (Londra, 2003) e il progetto per il Porto della musica (Argentina, 2008).

Il linguaggio anticonformista dell'architetto rappresenta un'alternativa alle linee dritte e agli angoli retti dell'architettura moderna europea negli anni Trenta; il suo fluido stile scultoreo, unitamente al cemento armato che ama utilizzare molto, gli permettono di dare vita a strutture sensazionali che rispecchiano le sinuose curve naturali delle montagne, delle spiagge e della baia di Rio de Janeiro. Siamo di fronte a un modernista, come i suoi maestri Lucio Costa e Le Corbusier, con un profondo amore nei confronti della ricerca di architetture grandiose legate alle radici della sua terra.





PH. MASSIMO CRIVELLARI

dal gennaio 1975, il trasferimento delle attività ospitate nella sede storica dell'azienda, in via Bianca di Savoia nel centro di Milano. In corso d'opera il progetto subisce alcune modifiche strutturali, tra le quali merita menzione il ritorno ad una soluzione compositiva conformata a penisola circolare, forata dalla corte poligonale interna, sui portici della quale si affacciano mensa e negozi coperti da una struttura a gradoni con alzate in cemento armato prefabbricate e pedate con una protezione di ghiaia. Ne è derivato un complesso formato da tre elementi: i cinque piani sospesi del parallelepipedo centrale, dalle caratteristiche arcate, e due corpi bassi che emergono sinuosamente da una distesa d'acqua artificiale di ventimila metri quadri, impreziosita dalla scultura *Colonna dai grandi fogli* di Arnaldo Pomodoro. Circonda il tutto il grande parco studiato e realizzato dal paesaggista Pietro Porcinai.

Il palazzo Mondadori rappresenta il punto di svolta nell'opera dell'architetto brasiliano che all'epoca sconvolge la critica progettando un impianto simmetrico e monumentale, caratterizzato da un particolare uso dell'arco; d'altra parte Niemeyer è chiaro sin dal principio nel perseguire la ricerca di tecnica e arte nella loro pienezza, bandendo soluzioni semplicistiche e di falsa economicità.

Con l'avvento dell'architettura contemporanea si è andati incontro al superamento della fase di semplice funzionalità. Su queste basi, l'architetto brasiliano ha dato vita ad un'invenzione architettonica costruita sul progresso e su quei grandi complessi sociali che caratterizzeranno sempre più il mondo di domani, fondato sul lavoro dell'uomo: ed è proprio il lavoro che Niemeyer valorizza con il suo palazzo, prendendo le distanze da una concezione reazionaria per la quale solo negli edifici dove l'alta borghesia vive e si diverte siano possibili soluzioni spettacolari e volumi monumentali.

“

L'ARCHITETTURA È SOLO UN PRETESTO. IMPORTANTE È LA VITA, IMPORTANTE È L'UOMO, QUESTO STRANO ANIMALE CHE POSSIEDE ANIMA E SENTIMENTO, E FAME DI GIUSTIZIA E BELLEZZA

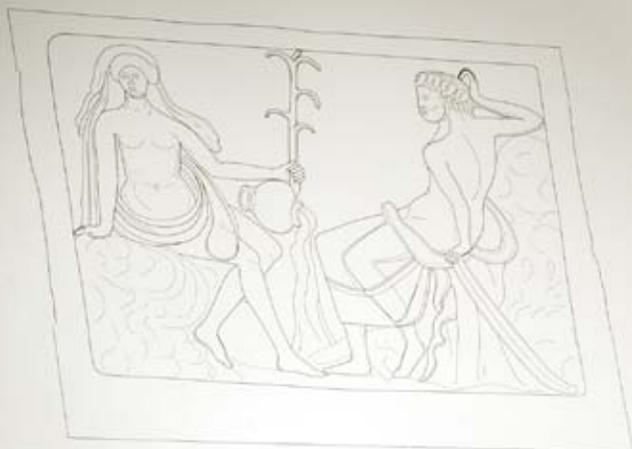
Oscar Niemeyer, *Il mondo è ingiusto*

”

Nel 2007, anno del centenario della casa editrice e dei cento anni di Oscar Niemeyer, la sede di Mondadori è ampliata grazie al recupero architettonico dell'antica Cascina Tregarezzo. In accordo con Assicurazioni Generali, la Mondadori avvia il processo di valorizzazione della cascina e ne fa emergere le potenzialità, soprattutto integrando la nuova architettura con quella rurale esistente e reinterpretando il tutto in coerenza con le linee dell'“edificio sospeso”. L'intervento è opera dell'architetto Werner Tscholl, il quale è riuscito ad instaurare un dialogo con l'architettura di riferimento attraverso la scelta dei materiali e richiamandosi proprio a quei principi di trasparenza, leggerezza e di relazione con lo spazio circostante già realizzati nel progetto di Oscar Niemeyer.



AFFIDABILITÀ



PH. MAURO MEZZAROBBA

Al museo Generali

“Radici del presente”:
da mostra itinerante
a esposizione permanente
allestita nelle sale della
sede romana del Gruppo,
in piazza Venezia

di Deborah Zamaro

Tra le attività ideate in occasione dei festeggiamenti del 175° anniversario di fondazione delle Assicurazioni Generali (celebrato nel 2006), fu realizzata una mostra itinerante intitolata “Radici del Presente” allo scopo di far conoscere i reperti romani dal I al V secolo d.C. scoperti all’inizio del Novecento nel corso degli scavi per la costruzione del palazzo Generali in piazza Venezia a Roma. Questa esposizione, allestita presso le sedi principali delle Generali a Trieste e a Mogliano Veneto nel 2007, fu concepita come un’esperienza didattica per trasmettere alle nuove generazioni le radici del nostro passato culturale.

Il grande successo riscontrato nei confronti delle scuole e il serio e appassionato impegno verso il futuro spinsero le Generali a proseguire l’investimento in progetti didattici a favore dei giovani.

Nel 2010 si aprirono le porte di Ca’ Corniani (Ve), la prima azienda agricola acquistata dalle Generali, con un progetto multidisciplinare specifico dedicato agli studenti e denominato “Salvagranaio: le origini agricole dell’economia”.

Contemporaneamente, si iniziò a lavorare per la realizzazione di una sede adeguata a valorizzare le collezioni archeologiche del Gruppo. Il progetto ha visto il suo coronamento nel museo “Radici del presente”, realizzato all’interno del palazzo Generali in piazza Venezia a Roma e inaugurato a fine 2012, che offre un solido e duraturo contributo al sistema culturale italiano.

Il museo è il fulcro anche di un omonimo nuovo percorso didattico della Compagnia, frutto delle esperienze precedentemente maturate, finalizzato alla valorizzazione del patrimonio storico-archeologico che coinvolge tutto il territorio italiano.

TRASMETTERE ALLE NUOVE GENERAZIONI LE RADICI DEL NOSTRO PASSATO CULTURALE



PH. MAURO MEZZAROBBA

di Pietro Storti, *Trivioquadrivio*

L'esposizione archeologica-didattica mette in mostra 300 reperti databili tra il I e il V secolo d.C. di età romana, a eccezione di un rilievo greco del IV secolo a.C.

Con questo allestimento permanente le Generali vogliono offrire alla collettività, e in particolar modo agli studenti, la possibilità di conoscere sia la collezione archeologica sia il palazzo che la ospita.

Durante la fase progettuale prestiamo sempre una grande attenzione al contesto. In questa occasione ci siamo trovati a

300 REPERTI DATABILI TRA IL I E IL V SECOLO D.C. DI ETÀ ROMANA E UN RILIEVO GRECO DEL IV SECOLO A.C.



PH. MAURO MEZZAROBBA



PH. MAURO MEZZAROBBA

operare alle pendici del Campidoglio, a pochi metri dalla Colonna Traiana e dai Fori Imperiali, entrambi visibili dalle finestre del secondo piano del palazzo, dove si trovano gli spazi che ospitano la raccolta archeologica.

L'edificio e il contesto urbano hanno un ruolo centrale all'interno del percorso espositivo, sia nella sala dove è raccontata la storia degli scavi archeologici, condotti nei primi anni del secolo scorso, durante i lavori di costruzione, sia nel lungo corridoio dove sono esposte le fotografie delle varie fasi del cantiere insieme ai documenti storici relativi all'evoluzione urbanistica di piazza Venezia.

Il rapporto diretto con la città ha il suo culmine in corrispondenza della finestra che si affaccia sulla Colonna Traiana. Qui i visitatori, manovrando una telecamera posizionata nell'intradosso della finestra, possono interagire con la parte superiore del favoloso bassorilievo che si snoda in un percorso a spirale lungo tutto il fusto della colonna.

Gran parte dei reperti esposti sono frammentari. Grazie al sapiente e impegnativo lavoro svolto da un gruppo di archeologi dell'università Federico II di Napoli è stato possibile individuare un percorso espositivo che offrirà al visitatore gli elementi necessari per immaginare i contesti di provenienza dei reperti, fornendo al contempo le informazioni scientifiche indispensabili per approfondire la conoscenza dei singoli pezzi.

In tutti questi frammenti è possibile riconoscere simboli, significati, allusioni, citazioni provenienti da altre culture, da altri modi di vivere e "di morire". Gli archeologi hanno saputo leggere questo alfabeto frammentario per raccontare, in modo scientificamente rigoroso e allo stesso tempo attraente, il mondo antico evocato dai reperti.

Si è quindi cercata una mediazione tra l'affascinante complessità del reperto antico e il proposito di suscitare la curiosità dei giovani visitatori, nella convinzione che, attivando un dialogo con i più giovani, si pongono solide basi per dialogare con tutti e per approfondire le tematiche più complesse.

Le "scenografie abitabili" che abbiamo allestito per mettere al centro dell'esposizione la città di Roma e le sue pratiche di vita e di espressione, sono state pensate al fine di rianimare il senso dei reperti e di far cogliere ai visitatori ciò che non si vede ma che ci lega profondamente a quei frammenti antichi: le radici del presente.



AFFIDABILITÀ

Bimbi africani: diritto di imparare

Das sostiene la missione "Opera dell'amore" in Kenya



sommario

Le immagini da pag. 33 a pag. 35 sono state fornite da Das e realizzate nel villaggio di Sultan Hamud in Kenya

di Michela Tinazzi

Difendere i diritti... è il nostro mestiere. E lo facciamo ogni giorno, a supporto di migliaia di cittadini, aziende e professionisti. Ma oltre oceano ci sono famiglie e bambini che hanno ancor più bisogno di assistenza e protezione. E non perché intendono far sentire le loro ragioni, ma semplicemente perché meritano di vivere, crescere, avere un'istruzione. Ormai da un anno Das ha avviato una collaborazione con la onlus vicentina "Associazione mariana opere nel mondo", per sostenere una scuola materna in Kenya, che offre istruzione e assistenza a circa 150 bambini tra i tre e i sei anni.

La compagnia ha scelto di offrire il proprio contributo alla missione keniota "Opera dell'amore" che sopravvive esclusivamente grazie agli aiuti dei singoli benefattori, senza l'appoggio di alcun ente pubblico. All'interno della missione, fondata in un'area caratterizzata da estrema povertà, oltre alla scuola materna sostenuta da Das, sono presenti le elementari, le scuole secondarie e un laboratorio artigiano organizzato in diversi settori di insegnamento tra cui sartoria, maglieria, falegnameria, lavorazione dei metalli.

NEL VILLAGGIO DI SULTAN HAMUD, A CIRCA 120 CHILOMETRI DA NAIROBI, CIRCA SETTEMILA PERSONE VIVONO PRINCIPALMENTE DI AGRICOLTURA E PASTORIZIA

Volontariato per l'istruzione dei bambini nel terzo mondo

L'Associazione mariana opere nel mondo nasce nel febbraio 2002 per volontà di alcuni imprenditori veneti, convinti dell'importanza di restituire una parte della fortuna che hanno ricevuto, sotto forma di impegno nell'aiutare chi ha avuto di meno. Il mondo che questa onlus auspica è una realtà dove i bambini abbiano la possibilità di andare a scuola, di costruirsi una propria identità e garantirsi un futuro migliore grazie a un'istruzione adeguata. L'associazione lavora con la convinzione che l'aiuto dato ai bambini e ai giovani bisognosi non dia sollievo solo a chi lo riceve direttamente, ma



contribuisca alla crescita sociale dell'intera comunità, locale e globale.

L'obiettivo principale della onlus mariana è l'invio di aiuti economici ai paesi del terzo mondo, al fine di fornire e costruire scuole e strutture di accoglienza per i più piccoli. È un percorso di continua crescita: a oggi l'organizzazione ha adottato 67 scuole, sparse in quattro continenti e in 16 paesi diversi, per un totale di 14 mila bambini assistiti e istruiti. L'associazione persegue l'ambizioso progetto di garantire il diritto allo studio ad almeno 100 mila bambini. La missione "Opera dell'amore" sostenuta da Das si trova a Sultan Hamud in Kenya, a circa 120 chilometri dalla capitale Nairobi in direzione Mombasa. È un villaggio di poco più di sette mila abitanti e le principali etnie rappresentate sono Kamba, Masai e Kykuyu. La principale attività economica di Sultan Hamud è l'agricoltura, ma anche la pastorizia assieme ad una discreta attività commerciale sono abbastanza praticate.



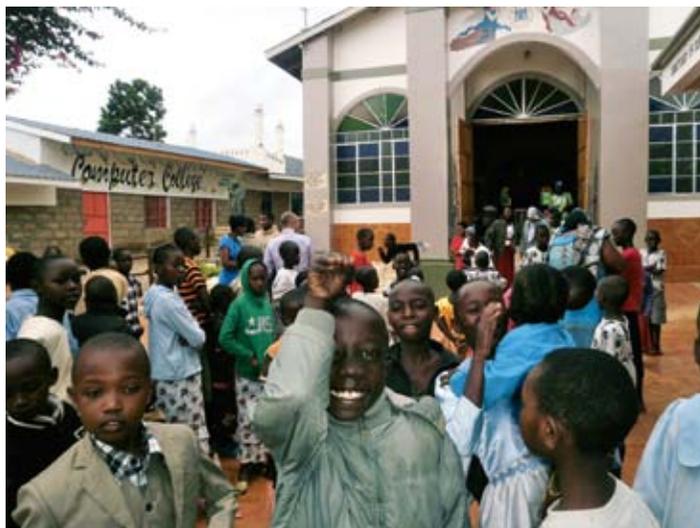


Ma chi sono questi bambini? Cosa fanno grazie al nostro sostegno? Alcuni di loro sono ospiti fissi del Centro perché hanno perso i genitori o soffrono di problemi di disabilità, altri provengono da villaggi di zone limitrofe. La loro giornata inizia molto presto, soprattutto quella dei bambini in arrivo dai vicini villaggi, che spesso si devono alzare alle sei del mattino.

Come per i nostri bambini che vanno alla scuola materna, anche per loro la giornata è suddivisa tra attività di gioco e insegnamento, con una particolare attenzione alla cura dell'igiene personale, in queste zone davvero poco curata. Nel pomeriggio gli ospiti esterni tornano a casa, mentre gli altri restano a giocare con i più grandi: cantano, ballano e giocano a calcio, sport che adorano a tal punto da essere loro stessi a costruirsi i palloni. Con l'aiuto dei più grandi, i bambini più piccoli imparano a dare il loro contributo per la pulizia delle camere e per lavarsi i vestiti.

Così racconta Gaia, volontaria che collabora con la onlus vicentina, appena rientrata da un'esperienza di 10 giorni al villaggio Sultan: *“Una giornata intera è a malapena bastata per vedere tutte le strutture dell'Opera. All'ingresso, la chiesa e un'allegria piazzetta, poi i bambini nelle aule colorate dell'asilo, con i loro piccoli lettini nel dormitorio e la cucina da cui ogni sera esce un piatto caldo e fumante per tutti. All'interno della scuola artigianale ho incontrato i ragazzi più grandi, intenti ad imparare un mestiere nei laboratori di falegnameria e pelletteria, e le ragazze, vestite di blu, impegnate nelle lezioni di sartoria. Una di loro ha aggiustato alla perfezione una mia scarpa rotta che pensavo di buttare e non ho resistito dal comprare alcuni 'coprilibro' in pelle, fatti a mano con grande maestria.”*

Gaia poi conclude: *“È la seconda volta che mi reco in Africa e, anche se non è semplice accettare la visione della sofferenza e la miseria delle condizioni in cui gran parte della popolazione si trova, quando ci si imbatte in realtà come Opera, ci si rende conto che abbiamo*



LA GIORNATA DEI BAMBINI È SUDDIVISA TRA ATTIVITÀ DI GIOCO E INSEGNAMENTO, CON UNA PARTICOLARE ATTENZIONE ALLA CURA DELL'IGIENE PERSONALE

davvero la possibilità di aiutare concretamente queste persone a stare meglio.”

Crediamo molto nei progetti umanitari perché si “sposano” perfettamente con la *vision* strategica di Das: la giustizia efficace e veloce alla portata di tutti, una chiara manifestazione della volontà della compagnia di gestire una problematica d'impatto sociale ed etico. Nell'impegno quotidiano di assistere i nostri clienti per far valere le loro ragioni non possiamo dimenticarci di chi ha veramente tanto bisogno di protezione, come questi bambini kenioti.



AFFIDABILITÀ

Focus sul Kenya

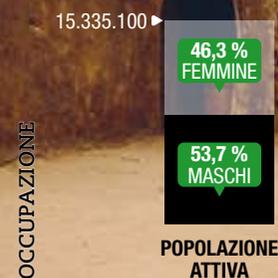
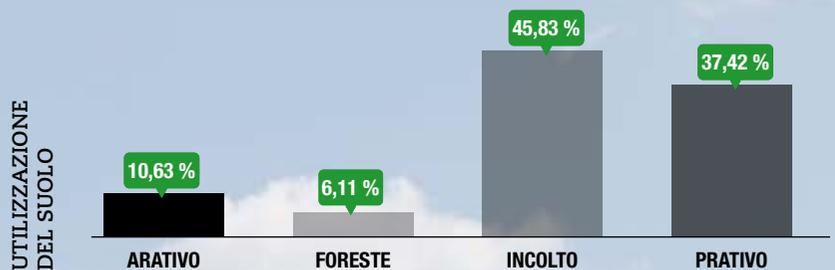
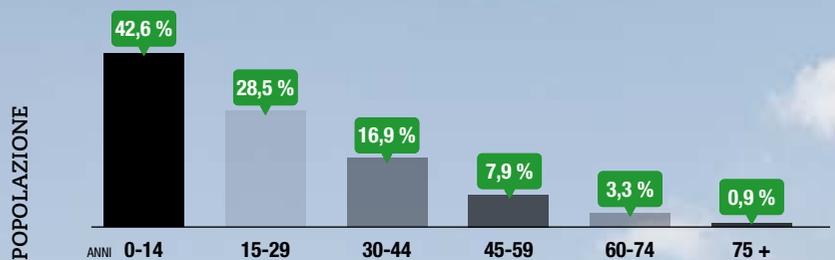
In Kenya vivono circa 40 differenti gruppi etnici che presentano differenze notevoli nella lingua e nella cultura. Circa il 96% della popolazione è composta da africani neri, soprattutto bantu e dai gruppi che parlano il nilotico e il cuscitico. Poco meno di metà della popolazione è protestante, quasi un quarto è cattolica romana; se circa il 12% degli abitanti abbraccia altre religioni cristiane, i musulmani sono poco più dell'11% mentre le religioni animiste non arrivano al 2%.

La disoccupazione aggrava i problemi sociali del Paese, che sono caratterizzati dalla presenza di una piccola e ricca classe superiore e da una grande massa di persone che vivono in povertà.

La mancanza di terreno per la stragrande maggioranza della popolazione e la disoccupazione causano crescenti conflitti sociali che si manifestano sempre più in azioni violente contro le donne e i bambini. Anche il sistema educativo soffre della situazione economica, con sempre meno fondi disponibili.

In confronto ai paesi limitrofi, il Kenya ha un potenziale economico considerevole.

Il settore agricolo, che sostiene tre quarti della popolazione, funziona bene, come pure l'industria manifatturiera. I mercati finanziari sono sviluppati, con un sistema bancario funzionante e un turismo internazionale. Ciò nonostante, l'economia è stata stagnante per anni, il debito nazionale ha raggiunto livelli preoccupanti e il tasso di disoccupazione sta aumentando soprattutto tra i giovani.





UOMINI E STORIA

Carlo Ruffini

uomo di grande levatura morale e instancabile lavoratore, colto, autorevole e illuminato, dedicò la sua vita professionale a Toro Assicurazioni e si occupò anche di temi sociali



Compagnia Anonima d'Assicurazione di Toro

INCENDI - VITA - RENDI



Ai Signori Funzionari, Impiegati

Oggi, 5 Gennaio 1933, ricorre l'anniversario della nascita della Compagnia. La Compagnia esprime anzitutto un affetto con la firma delle Regie Patenti da parecchi anni che per cento anni doveva la fiamma che per cento anni dove oggi è — più di ieri — lesa all'avvenire. Inoltre, la Compagnia vuol degnamente superare gli ostacoli e difficoltà non lievi, realizzare il suo programma di lavoro in una lunga serie di anni prestarono la loro opera. La Direzione Generale, nella massima serietà e con la massima fiducia, varia veste agiscono sotto le insegne della Compagnia, un memore saluto. Con questi pensieri, di fronte alla magnificenza della Compagnia può ricordare la lontana memoria all'avvenire ed alle nuove lotte, fiduciosa nella collaborazione dei Collaboratori della Compagnia, vicini e lontani, con sicura fede nel quotidiano lavoro a favore delle affermazioni del vivere civile. Distinti saluti.

1907

Affido spiritualmente
"succedersi" ed a tutti
preservare ed impug
agli agenti le parti
meraviglioso organo
città di Torino, con
propria "ancora"
"Nugratis", miei
soglio che mi hanno
loro fiducia, loro
granda libertà di
chi mi ha conosciuto
fiduciosamente nell'
l'aspetto della parte
stato e con la de
di dirigenti di
quindi con

sommario

di Elisabetta Delfabro

I Ruffini erano un'importante famiglia patrizia che annoverava matematici e letterati tra i suoi antenati; originaria di Reggio Emilia, si spostò a Modena al principio del 1800 e, in seguito, a Roma e a Torino, dove nacque Carlo Ruffini il 6 giugno 1887.

“
CON CARLO RUFFINI LA TORO ASSICURAZIONI CREBBE AL DI LÀ DI OGNI ATTESA REALISTICA, ANCHE PER LA CAPACITÀ DI TRASCINARE NEI SUOI PROGETTI LE PERSONE CON CUI LAVORAVA

Graziella Pagliano



Nella composizione:
 la lettera inviata da Carlo Ruffini il 5 gennaio 1933 a tutti i collaboratori in occasione del centenario della compagnia;
 il suo ritratto;
 il testamento spirituale;
 un bronzo commemorativo

A pag 38:
 cartolina raffigurante la sede di via dell'Arcivescovado, voluta da Ruffini e inaugurata nel 1950

A pag 39:
 riproduzione della targa Toro in vigore dal 1847 al 1925

Egli entrò in Toro nel 1905, all'agenzia centrale di Torino dove all'inizio s'impegnò "senza stipendio e in via di esperimento". La sua carriera fu davvero eccelsa perché nell'arco della vita riuscì a ricoprire ruoli diversi in modo eclettico, fino ad assumere tutte le cariche fondamentali compresa la presidenza, che ricoprì dal 1952 fino alla morte, avvenuta il 7 ottobre del 1959.

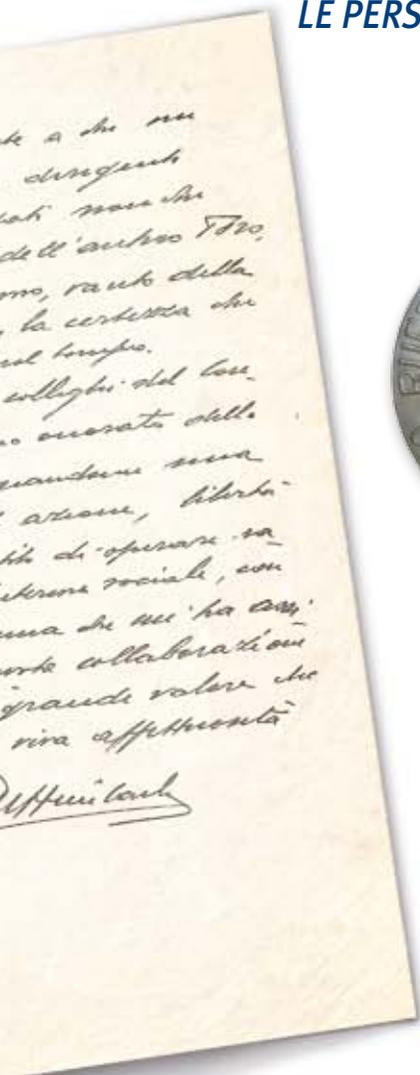
Di questa grande figura dell'inizio del Novecento che ebbe un ruolo determinante nello sviluppo di Toro Assicurazioni, ci hanno riferito Sergio Bianco, responsabile della tutela e implementazione dell'Archivio storico pinacoteca e iconologia di Alleanza Toro, e Graziella Pagliano, presidente del Gruppo lavoratori seniores della compagnia e coordinatrice dei volontari seniores dell'Archivio storico.

Sergio Bianco si è soffermato sulla crescita della società assicurativa sabauda che Ruffini, con la sua incrollabile dedizione, rese possibile. Nel periodo in cui quest'ultimo, ancora giovane, ricopriva la carica di direttore (dalla fine del 1922), venne ufficializzato l'inserimento del nome Toro nella ragione sociale, già in uso precedentemente per comodità lessicale.

“Sotto la guida di Carlo Ruffini – racconta Graziella Pagliano – la nostra compagnia si affermò in tutti i rami raggiungendo primaria importanza anche fuori del mercato nazionale: si deve al suo impulso e alla sua grande tenacia se l'azienda, che trattava solo l'assicurazione incendio, estese la propria attività a tanti altri rami. Ruffini fu una personalità anche estremamente coraggiosa ed ebbe successo in molte situazioni difficili e ciò gli permise di essere riconosciuto dai suoi dipendenti come uomo di grande autorevolezza.

Con Carlo Ruffini la Toro Assicurazioni crebbe al di là di ogni attesa realistica, anche per la capacità di trascinare nei suoi progetti le persone con cui lavorava. A lui si deve anche la realizzazione, su progetto dello Studio Decker di Torino, della sede di via dell'Arcivescovado (inaugurata nel 1950), che fu uno dei primi palazzi cittadini con ascensori ad apertura automatica, riscaldamento a pavimento e impianto di aria condizionata. Essendo un uomo di rara cultura, seguì personalmente l'ambizioso progetto edilizio e commissionò inoltre alcune opere d'arte che rappresentano un patrimonio di grande interesse. Ebbe davvero una sensibilità unica e si occupò anche di realizzare opere utili per la società civile in cui viveva, tra cui bonifiche di ampi terreni, risanamenti edilizi e creazione di spazi dedicati ai bambini e ai giovani.”

Si può ben dire che l'importante sviluppo della compagnia fu la proiezione della sua mente e del suo cuore. La Pagliano, assunta in Toro pochi mesi dopo la morte di Ruffini, ha evidenziato alcuni aspetti della sua personalità, che ha potuto conoscere anche tramite i ricordi di chi ha lavorato con lui e attraverso ciò che lui ha lasciato alla compagnia piemontese. Ne emerge, appunto, un Ruffini particolarmente dedito al lavoro e all'azienda in cui è rimasto tutta la vita.





Gli furono sufficienti dieci anni di attività per diventare capo dell'agenzia centrale di Torino. Partecipò al primo conflitto mondiale per poi riprendere il suo posto al lavoro con la solita solerzia e impegno, tanto da essere nominato direttore della compagnia dopo pochi anni. Nel 1927 divenne amministratore delegato e direttore generale, mentre nel 1952 fu designato anche presidente di Toro.

“Durante l'ultimo conflitto mondiale, a tutela del personale e per la sicurezza dei documenti – precisa Pagliano – alcuni uffici furono trasferiti negli appartamenti di città della famiglia Ruffini e il Ramo Vita a villa Festa, stabile di proprietà di amici della famiglia. Per evitare ai dipendenti il disagio dei trasporti istituì un orario continuato con mensa interna. Inoltre, per aiutare economicamente i collaboratori richiamati in guerra, assumeva un loro familiare. Se sapeva di malattie del dipendente o di suoi congiunti, incaricava il medico aziendale affinché ne tutelasse la salute. Accertate situazioni di disagio economico, disponeva un'integrazione straordinaria al salario.”

Uomo di grande levatura morale e instancabile lavoratore, dotato di particolare intelligenza, Carlo Ruffini fu insignito, nell'arco della sua vita, di vari titoli che hanno attestato pubblicamente le sue doti

intellettive e umane. La conferma della ricca personalità, grande umanità e lungimiranza in quanto a scelte imprenditoriali, giunge anche dal testamento spirituale che scrisse il 7 maggio 1947, dedicandolo ai suoi collaboratori, di cui riportiamo uno stralcio. “Spero di non aver fatto del male a nessuno nella mia vita; se avessi male operato, chiedo scusa. Nella direzione di una grande impresa a volte occorre prendere qualche duro provvedimento: sono stati i momenti più dolorosi della mia vita di dirigente. Ricordo

“

**NELLA DIREZIONE DI UNA GRANDE
IMPRESA A VOLTE OCCORRE PRENDERE
QUALCHE DURO PROVVEDIMENTO:
SONO STATI I MOMENTI PIÙ DOLOROSI
DELLA MIA VITA DI DIRIGENTE**

Carlo Ruffini

”

i miei cari compagni di lavoro, dai più elevati di grado ai più umili, e li ringrazio per l'aiuto che mi hanno dato con la loro affettuosa e intelligente collaborazione, a far prosperare la grande azienda che ho diretta. Dopo la mia famiglia, la compagnia e tutti quelli che lavorano per essa direttamente o indirettamente nelle aziende affiliate, collegate o controllate, hanno sempre rappresentato per me una cosa cara.

Affido spiritualmente a chi mi succederà e a tutti i dirigenti, funzionari e impiegati, nonché agli agenti, le sorti dell'antico Toro, meraviglioso organismo, vanto della città di Torino, con la certezza

che prospererà ancora nel tempo. Ringrazio i miei colleghi del Consiglio che mi hanno onorato della loro fiducia, lasciandomi una grande libertà di azione, libertà che mi ha consentito di operare rapidamente nell'interesse sociale, con l'aiuto della fortuna che mi ha assistito, e con la devota collaborazione di dirigenti di grande valore che qui ricordo con viva affettuosità.”



APPARTENENZA



Toro: i passaggi salienti

1833

Nasce a Torino il 5 gennaio come “Compagnia Anonima di Assicurazione contro i danni degli Incendj a premio fisso”, prima società assicurativa per azioni del Regno di Sardegna.

1925

La ragione sociale viene modificata in Compagnia Anonima d'Assicurazione di Torino – il Toro.

1974

La compagnia assume il nome di Toro Assicurazioni.

2006

La Toro viene acquisita dalle Generali.

2009

Le attività della compagnia sono conferite in Alleanza Toro.

Un futuro per il nostro passato

l'Archivio Storico di Generali a Vienna custodisce una delle collezioni più importanti di documenti assicurativi provenienti da 75 paesi

di Josef Hlinka

Un'insegna di agenzia di Assicurazioni Generali in Jugendstil, la polizza automobilistica dell'imperatore Francesco Giuseppe risalente al 1909, arredi da ufficio del 1913 o uno dei primi computer portatili per la consulenza ai clienti del 1987: sono tutte testimonianze della storia lunga 180 anni del Gruppo, custodite insieme a più di 20 mila altri interessanti reperti da archivio ed esposizione nell'Archivio Storico di Generali a Vienna.

Gli spazi dell'Archivio della Direzione generale nel cuore della city viennese custodiscono una collezione tra le più rilevanti nel suo genere anche a livello internazionale. La particolare qualità di tale raccolta consiste nel fatto che non si limita a documenti delle imprese assicurative di Generali, Erste Allgemeine e Interunfall-Ras, bensì si estende all'intero settore assicurativo dell'Europa centrale e orientale. La raccolta, che comprende anche importanti documenti di settori analoghi a quello assicurativo come decreti di autorità e ordinanze sugli incendi, offre uno spaccato completo del settore a



livello mitteleuropeo. I reperti d'archivio provengono da 650 società assicurative o analoghe imprese, ma anche da organizzazioni e istituzioni di 75 paesi. Per capire tutti i documenti bisognerebbe avere la padronanza di 25 lingue. I reperti più antichi sono la *Salzburger Feuer-Ordnung* (l'ordinanza sull'incendio di Salisburgo) del 1678, gli statuti della *Artillerie-Officiers-Witwen und Waisen Confraternität* (la Confraternita delle vedove e degli orfani degli ufficiali dell'artiglieria) del 1764 approvati da Maria Teresa nonché la *Brünner Feuer-Lösch-Ordnung* (l'ordinanza sullo spegnimento degli incendi della città di Brünn) del 1769.

Questi "tesori" di Generali trovano oggi molteplici impieghi. L'Archivio Storico di Generali a Vienna è frequentato da studenti e professori universitari, nonché da esperti assicurativi a livello nazionale e internazionale. È meta inoltre di visite di delegazioni di agenti assicurativi e sede di manifestazioni di Generali. Col tempo è diventato un modello visitato da imprenditori e manager di altre società, che cercano spunti per creare a loro volta un proprio archivio storico.

Diverse istituzioni hanno inoltre richiesto in prestito gli oggetti della collezione dell'Archivio Storico per varie esposizioni. Perfino gli uffici di rappresentanza dell'Associazione austriaca degli assicuratori a Vienna sono stati decorati con prestiti provenienti dall'Archivio Generali. Nell'estate 2008 è stata allestita per la prima volta una propria mostra sull'origine della Direzione di Generali a Vienna. In seguito sono stati organizzati diversi eventi: nel 2010 un'esposizione sulle testimonianze storiche d'epoca, nel 2011 una mostra sui titoli storici della collezione e poi la presentazione *150 anni d'Italia con i cartelloni assicurativi*.



È UN MODELLO VISITATO DA IMPRENDITORI E MANAGER DI ALTRE SOCIETÀ, CHE CERCANO SPUNTI PER CREARE A LORO VOLTA UN PROPRIO ARCHIVIO STORICO

È stato un lungo cammino quello che ha portato l'Archivio Storico di Generali a Vienna ad assumere la sua configurazione attuale. Alcuni dipendenti del Gruppo di Riunione Adriatica di Sicurtà (Direzione per l'Austria) e di Interunfall già da decenni si erano dedicati, a titolo privato, alla ricerca e alla raccolta di documenti storici. In occasione della preparazione dei giubilei *150 anni di Ras* (1988) e *100 anni di Interunfall* (1990), nel 1985 fu creato un Comitato storico. Nel 1987 prese poi vita l'Archivio Storico. Con il materiale raccolto fu allestita la mostra *100 anni di Interunfall e 150 anni di Ras*, nel Wiener Palais Palfy a Vienna, che riscontrò grande interesse da parte degli addetti del settore. Con l'acquisizione della collezione privata "Johann Hanslik" nel 1996, la raccolta vide un notevole ampliamento: questo specialista dell'assicurazione aveva infatti avviato da decenni una collezione di documenti storici assicurativi.

Nel 2004, a seguito della fusione di Interunfall e Generali Versicherung, la collezione entrò in possesso del Gruppo che, da quel momento, continua ad arricchirla con documenti storici.

Un ulteriore ampliamento con materiale storico di Erste Allgemeine e Generali avvenne nel 2008, con l'acquisizione della collezione di un privato, da tempo dipendente dell'azienda. L'archivio viene costantemente accresciuto con scritti e oggetti di valore, per lo più donati da persone attive nel settore o ex dipendenti in quiescenza. I nuovi arrivi sono prontamente catalogati ed entrano a far parte della collezione.

Dal 2006 l'Archivio Storico ha trovato una degna sistemazione in quattro uffici della Direzione di Generali a Vienna, 1010, Landskronngasse 1-3, dove la sala maggiore risulta particolarmente adatta alle esposizioni. La collezione è accessibile anche a ricercatori e studenti, nonché agli appassionati di storia: non è solo archivio ma anche museo e biblioteca specializzata.

L'ARCHIVIO VIENE COSTANTEMENTE ACCRESCIUTO CON SCRITTI E OGGETTI DI VALORE, PER LO PIÙ DONATI DA PERSONE ATTIVE NEL SETTORE O EX DIPENDENTI IN QUIESCENZA

Nel 2012 è apparsa la pubblicazione, curata degli storici Gerhard e Renate Schreiber, *Gut gebrüllt, Löwe! (Ben detto, Leone!)* sullo sviluppo del Gruppo Generali in Austria dal 1977 al 2011, basata anche sui reperti dell'Archivio Storico. Con il motto "Un futuro per il nostro passato", l'Archivio Storico di Generali a Vienna garantisce un'ottimale documentazione dello sviluppo del Gruppo in tutte le sue fasi storiche.

Maggiori informazioni sull'Archivio Storico corredate di immagini di importanti documenti sono disponibili al sito www.generali.at/generali-gruppe/geschichte/historisches-archiv.html; gli appassionati sono però anche cordialmente invitati a fare una visita personale in loco [Tel.: +43 (0)1 53401 14482].



APPARTENENZA

Come molti archivi storici aziendali, anche quello del Gruppo Generali a Vienna è custodito da storici e volontari autodidatti.

Oggi l'Archivio Storico – che fu fondato e originariamente sviluppato da Konrad Hartl, dipendente di Interunfall – è curato grazie all'encomiabile impegno volontario di Johann Hanslik e Gerhard Schreiber. Entrambi attivi per molti anni nel settore assicurativo, risultano tra i più accreditati storici e collezionisti assicurativi. Oltre a ricercare costantemente documenti e reperti che impreziosiscono la collezione, si fanno carico anche del meticoloso lavoro di catalogazione ed elaborazione scientifica, con entusiasmo, dedizione e grande scrupolosità. Non si considerano collezionisti ma "cacciatori" di tesori perduti della storia. Si occupano anche di "salvare" i documenti del passato più recente: un compito che risulta sempre più difficile con il diffondersi del digitale.





Giambattista Tiepolo, genio settecentesco della pittura decorativa

un'esposizione monografica, realizzata con il contributo di Generali,
ne documenta l'evoluzione stilistica

GIOVANNI BATTISTA TIEPOLO (VENEZIA 1696 – MADRID 1770)

*UN'ACCURATA SELEZIONE DI
DIPINTI SACRI E PROFANI CI
RACCONTA L'INTERO PERCORSO
ARTISTICO DEL PITTORE*



di Deborah Zamaro

Luce, forma, colore, emozione vestono nuovamente le sale di Villa Manin, in una nuova esposizione inaugurata a poco più di quarant'anni dalla mostra che fu allestita in occasione dei duecento anni dalla morte di Giambattista Tiepolo. Mostra che svelò al mondo il grande pittore, ne segnò la fortuna critica, e coincise con la riapertura, dopo i restauri, della dimora dell'ultimo doge di Venezia come sede espositiva. La nuova monografica sul Tiepolo è sostenuta dalle Assicurazioni Generali, partner del progetto grandi mostre del Complesso dogale, che in quest'ultima rassegna esprime l'apice di un lavoro di diversi anni e si prefigge di far amare questo artista svelandone la poetica lungo i suoi cinquant'anni di attività. Si scrive infatti qui una nuova pagina del grande maestro veneziano, offrendo una valutazione più ampia e approfondita del Tiepolo alla luce anche dei numerosi studi che dal 1971 si sono susseguiti e dei quali questa mostra ne è, per alcuni aspetti, la risultanza.

La fama del Tiepolo ormai è internazionale, l'artista si è accaparrato di diritto il titolo di genio settecentesco della pittura decorativa. Le sue opere sono disseminate tra i più grandi musei del mondo, ma entrando nelle sale di Villa Manin le distanze si azzerano. Un'accurata selezione di 60 tra dipinti sacri e profani e 82 disegni, provenienti dai più prestigiosi musei europei, dal Nord America (Stati Uniti e Canada) e dalla Russia oltre che dalla vicina Venezia e dal territorio veneto, adornano le pareti per raccontarci l'intero percorso artistico del pittore: dalle prime esperienze giovanili fino alla tarda maturità. Una sequenza di opere particolarmente significative, che ci regala un vero trionfo per l'occhio.

Curata da Giuseppe Bergamini, Filippo Pedrocco e Alberto Craievich, la mostra "Giambattista Tiepolo. Luce, forma, colore, emozione" è in grado di attraversare l'articolata parabola artistica di un pittore complesso, tra i maggiori protagonisti del Settecento europeo. "Penso che uno dei meriti della mostra sia quello di evidenziare tutte le sue caratteristiche: ci sono disegni, bozzetti, pale d'altare, cose estremamente curiose: penso ai disegni o ai dipinti di Pulcinella, alle caricature. L'intento era anche quello di mostrare il laboratorio creativo dell'artista, quindi quest'esposizione è un'avventura nella mente, nel percorso creativo dell'artista" dice Craievich.

**IL COMPLESSO LAVORO
PREPARATORIO, DAI DISEGNI AL
BOZZETTO ALL'OPERA FINITA,
INTRODUCE IL VISITATORE NEL
VARIEGATO MONDO DELL'ARTISTA**

La rassegna ha il pregio di offrire ai visitatori anche un'ampia selezione di dipinti, bozzetti, stampe e disegni che fanno da apertura all'esposizione e documentano a tutto tondo la sua attività pittorica. I bozzetti a olio "esprimono l'animo dell'artista, il quale, di getto, con molta freschezza di pennellate e contenuti, mette su tela quello che è il primo pensiero quando gli viene commissionata un'opera" sostiene Giuseppe Bergamini, direttore del Museo Diocesano e Gallerie del Tiepolo a Udine e tra i curatori della mostra. Questi, nelle mani di Giambattista, raggiungono un tale livello artistico da poter essere esposti senza sfigurare affatto assieme ai suoi dipinti finiti.

I disegni a penna, matita, gesso e sanguigna schiudono inediti squarci sull'officina dell'artista e ci guidano alla scoperta della tecnica pittorica del Tiepolo, fresca ed elegante al tempo stesso, e alla sua evoluzione stilistica, con le caricature, i Pulcinella, la genesi dei grandi cicli ad affresco (impossibili da trasportare in mostra) e dei grandi teleri per i quali Tiepolo è diventato celebre. La sua inventiva è senza limiti e la sua abilità senza pari.





Il complesso lavoro preparatorio, dai disegni al bozzetto per culminare nell'opera finita, introduce in modo coinvolgente il visitatore nel variegato mondo dell'artista. Instancabile realizzatore di imprese monumentali su tela o a fresco, vero e proprio detentore del monopolio tanto nella decorazione dei palazzi lagunari quanto delle ville di terraferma, "Tiepolo è un genio capace di cambiare il suo stile e adattarsi alla moda e alle necessità dei suoi committenti" ci racconta Filippo Pedrocchi all'inaugurazione della mostra. Principi e sovrani di tutta Europa si contendono i suoi servizi e a testimonianza ci resta un'ampia casistica di commissioni: soffitti allegorici, pale d'altare, decorazioni in villa. L'evoluzione stilistica è documentata anche attraverso l'individuazione di alcuni punti chiave dettati dal rapporto dell'artista con i suoi mecenati. Vicino all'esame dei singoli dipinti vengono ricordati i maggiori committenti e gli intellettuali che hanno seguito il pittore fin dai suoi esordi e che hanno influenzato la sua formazione culturale: Scipione Maffei, Francesco Algarotti, i cugini Zanetti.

Molte opere esposte sono state oggetto di un'approfondita opera di restauro, per cui la visione globale risulta davvero imponente. Gli impegnativi restauri permettono inoltre di accostarsi a opere difficilmente visibili per la loro ubicazione o che hanno rischiato di essere compromesse da recenti, traumatici, avvenimenti. Sono infatti stati recuperati con maestria i soprarchi dell'Ospedaletto a Venezia, vittima di un incendio divampato all'esterno della chiesa nel 2010, esposti in un'unica sala che ci immerge nell'opera giovanile del Tiepolo. Anche l'opera fulcro della mostra, la grande tela che Giambattista Tiepolo dipinse nel 1759 per il Duomo d'Este, è stata ripulita dalla vernice ingiallita e dai depositi del tempo, che rendevano disomogenea la superficie della tela impedendone il corretto apprezzamento dei colori e del disegno. Proprio la programmazione di un accurato intervento di restauro conservativo, che suggeriva la possibilità della rimozione temporanea del dipinto dalla sua sede originaria, ha permesso l'esposizione di "Santa Tecla che intercede per la liberazione di Este dalla peste del 1630": dipinto di quasi sei metri per quattro, non verrà più spostato dalla sede originaria una volta che vi verrà ricollocato, al termine della mostra.

L'esposizione di Villa Manin trova perfetto compimento nella visita al Palazzo Patriarcale di Udine, ora Museo Diocesano, che è direttamente collegato e dove si possono ammirare gli splendidi affreschi recentemente restaurati, capolavoro giovanile del Tiepolo. Un'altra partnership importante è poi quella col Museo Sartorio di Trieste, custode di oltre 250 suoi disegni e prestatore di molti tra quelli presenti in mostra.





A pag. 43:
Gli apostoli Giacomo maggiore e Andrea (particolare)
 Olio su tela, cm 241x251; 237,5x253
 Venezia, chiesa di S. Maria dei Derelitti, detta l'Ospedaletto

A pag. 44:
Zefiro e Flora (particolare)
 Olio su tela, cm 95x225
 Venezia, Ca' Rezzonico, Museo del Settecento Veneziano

A pag. 45:
Apollo, le Muse e Cronos
 Martita nera, penna, pennello,
 inchiostro e acquarello bruno,
 cm 39x26,5
 Trieste, Civico Museo Sartorio

A pag. 46:
San Giacomo maggiore sottomette un moro
 Olio su tela, cm 317x163
 Budapest, Szépművészeti Múzeum

A sinistra:
Santa Tecla intercede per la liberazione di Este dalla pestilenza
 Olio su tela, cm 675x390
 Este, Duomo

EDITORE

Assicurazioni Generali S.P.A.
Piazza Duca degli Abruzzi, 2
34132 Trieste,
Partita Iva 00079760328

DIREZIONE EDITORIALE

Lucia Sciacca
Elena Cannataro

DIRETTORE RESPONSABILE

Roberto Rosasco
040 671.121
roberto_rosasco@generali.com

SEDE REDAZIONALE

Group Internal Communication
comunicazione_editoriale@generali.com

IN REDAZIONE

Paolo Baldassi
040 671.860
paolo_baldassi@generali.com

Paola Cabas
040 671.552
paola_cabas@generali.com

Alessandra Gambino
040 671.149
alessandra_gambino@generali.com

Marta Sclip
040 671.725
marta_sclip@generali.com

SEGRETERIA DI REDAZIONE

Cinzia Ortolan
040 671.542
cinzia_ortolan@generali.com

GESTIONE SPEDIZIONI

Rossana Flegar
040 671.103
rossana_flegar@generali.com

GRAFICA E IMPAGINAZIONE

Giotto Enterprise – Trieste

STAMPA

Grafiche Antiga – Treviso

Giambattista Tiepolo
Caricatura di personaggio seduto in poltrona (particolare)
Matita nera, penna, pennello, inchiostro e acquarello bruno,
cm 22,1x17,1
Trieste, Civico Museo Sartorio

certificazioni di tutela ambientale



carta copertina



carta pagine interne



ELEMENTAL
CHLORINE
FREE
GUARANTEED

