

## ECONOMIA

# UniCredit firma convenzione sul microcredito con il Cofiter

UniCredit ha lanciato nei giorni scorsi Social Impact Banking, nuovo programma della Banca che ha l'obiettivo di promuovere attività con un impatto sociale positivo, sostenendo privati, microimprese e imprese sociali.

Social Impact Banking si concentra sull'attivazione di nuove linee di credito, sulla condivisione del know-how finanziario e aziendale della Banca con le comunità e sulla creazione di reti tra organizzazioni accomunate da obiettivi a positivo impatto sociale, come le associazioni di promozione sociale, quelle di categoria, le fondazioni e le istituzioni pubbliche.

Social Impact Banking si svilupperà attraverso tre filoni di intervento, organizzati in un modello unico, con l'obiettivo di supportare la crescita e il benessere delle comunità nel medio-lungo termine, concentrandosi su Microcredito, Impact Financing, Educazione Finanziaria e Inclusione.

In particolare nel settore del Microcredito l'obiettivo di UniCredit è di contribuire ad uno sviluppo più equo ed inclusivo della società, attraverso un percorso di sostegno finanziario per categorie con difficoltà di accesso al credito, ma che risultano meritevoli secondo parametri di innovazione, replicabilità, scalabilità su progetti imprenditoriali, che puntano alla generazione di nuove opportunità di occupazione. L'accordo con Cofiter, Confidi con sede a Bologna operativo sul tutto il territorio dell'Emi-

*L'istituto reggiano ha lanciato "Social Impact Banking", un programma volto a promuovere attività con un impatto sociale positivo, sostenendo privati, microimprese e imprese sociali*

lia Romagna e con consolidata esperienza in materia di microcredito, consentirà di ottimizzare il processo di identificazione e valutazione dei progetti presentati dalle realtà imprenditoriali locali e ritenuti meritevoli.

Inoltre, grazie all'accordo fir-

In basso a destra, Andrea Bruchi, regional manager Centro Nord UniCredit; Marco Amelio, presidente di Cofiter; qui sotto Livio Stellati, responsabile territorial relations Centro Nord UniCredit



mato dal Presidente di Cofiter, Marco Amelio, e da Livio Stellati, Responsabile Territorial Relations Centro Nord UniCredit, chi richiederà il finanziamento otterrà da Cofiter anche un sostegno operativo nel-

*Il partner è un Confidi operativo in tutta l'Emilia Romagna e con consolidata esperienza nel microcredito, che consentirà di ottimizzare il processo di valutazione dei progetti presentati dalle realtà imprenditoriali locali e meritevoli*

la definizione della strategia imprenditoriale e nella compilazione del business case e del materiale necessario da presentare al fine di ottenere il supporto richiesto.

Per l'area di Piacenza, Parma e Reggio, gli interessati possono rivolgersi ai referenti Cofiter sul territorio ([www.cofiter.it](http://www.cofiter.it)), scrivendo a [camillo.tagliaferri@cofiter.it](mailto:camillo.tagliaferri@cofiter.it) e a [romina.callo@cofiter.it](mailto:romina.callo@cofiter.it)



## BILANCIO 20'17

## La produzione agricola tiene nonostante la siccità

Il valore all'origine è diminuito soprattutto nel settore vegetale e risalito per il settore zootecnico

Nonostante siccità e gelate anomale, la produzione lorda vendibile dell'agricoltura in Emilia-Romagna nel 2017 è stata sostanzialmente stabile: +1% rispetto all'anno precedente.

È Coldiretti regionale a tracciare un primo bilancio dell'annata agraria, da cui risulta che il valore delle produzioni all'origine è diminuito soprattutto nel settore vegetale e risalito per il settore zootecnico. Per l'ortofrutta,

l'eccessivo caldo estivo, rileva Coldiretti, ha determinato un accavallamento delle produzioni di pesche e nettarine con un surplus di offerta in alcuni periodi che, abbinato alle importazioni, ha depresso i prezzi, nonostante una sostanziale stabilità di produzione (+0,6% le pesche, -2% le nettarine).

L'eccesso di produzione (+56%) ha determinato un calo del prezzo delle

albicocche, mentre è andata meglio la campagna delle mele (produzione +3,2%), «vista la scarsità del prodotto trentino causata da pesanti grandinate in quella regione che ha avvantaggiato le nostre produzioni sul mercato».

A traino delle mele sono andate anche le pere (+11%) favorite, afferma Coldiretti Emilia-Romagna, «da una buona concentrazione commerciale, grazie alla cooperativa Opera e alla

società consortile Origine Group, costituite dai principali produttori di pere (l'Emilia-Romagna produce il 60% delle pere italiane) che hanno realizzato una efficace campagna promozionale. In calo per la siccità la produzione di cocomeri e meloni, ma la minore offerta il mercato non ha contribuito a remunerare i costi degli agricoltori».



Le segnalazioni di siti web che propongono polizze assicurative farlocche sono all'ordine del giorno nelle cronache nazionali e internazionali. I soggetti incaricati di vigilare sul mercato sono sempre attenti ed esortano a verificare tutti i requisiti necessari per riscontrare la serietà e affidabilità dei soggetti proponenti in cui si può incocciare, navigando nel mare magnum della rete.

Ma le criticità del "fai da te" non sono solo legate al rischio di finire truffati da siti inaffidabili; si tratta proprio dello specifico della materia assicurativa che rende complesso e pericoloso il volersi troppo arrangiare. Le normative sono complicate, sempre in evoluzione, i prodotti sono veri e propri contratti con clausole non sempre decifrabili da chi non sia un addetto ai lavori. Da una semplice polizza temporanea per un veicolo si può andare poi a complesse operazioni di tutela di flotte aziendali, assicurazioni per

## NOTIZIE ASSICURATE

### Polizze fai da te online: si riafferma l'importanza di una consulenza diretta dei professionisti

la propria attività, i propri beni, le persone stesse. Su questi fronti sono troppe le competenze necessarie per gestire adeguatamente l'individuazione del prodotto più adatto alle nostre necessità e che non nasconda insidie delle quali si rischia di doversi rendere conto solo quando un giorno si incorre in un sinistro più o meno grave.

Di qui la necessità di continuare a dare importanza al rapporto diretto e personale con esperti del settore, professionisti che possano guidarci adeguatamente fra le tantissime opzioni e insidie del mercato assicurativo.

La consulenza degli agenti e intermediari resterà sempre fondamentale anche alla luce del nuovo welfare, ambito specifico di uno dei versanti della gestione del ri-

schio in maggiore sviluppo in questi anni. Il tema è stato affrontato e discusso anche nel corso della nuova tappa dell'Anapa on Tour che si è tenuta nei giorni scorsi presso il Royal Carlton Hotels di Bologna e che ha visto la partecipazione di oltre centotrenta agenti.

Dopo l'introduzione del presidente regionale Emilia Romagna, Michele Poccianti, la giornata è proseguita con l'intervento di Enrico Postacchini, Presidente Regionale Confcommercio Emilia Romagna e Componente della Giunta federale di Confcommercio che ha portato alla platea i saluti istituzionali di Confcommercio, a cui ANAPA è associata. A seguire ha preso la parola il Presidente Nazionale Vincenzo

Cirasola.

«La professione si sta evolvendo e di certo gli agenti dovranno evolversi allo stesso modo, interpretando il proprio ruolo da protagonisti» ha dichiarato il presidente Vincenzo Cirasola. «Nonostante la moltiplicazione dei canali di distribuzione assicurativa, l'esperienza insegna – ha continuato Cirasola nel suo intervento – che i clienti si informano utilizzando nuovi strumenti, ma si affidano alla competenza e all'esperienza degli agenti di assicurazione che restano figure centrali e insostituibili».

Paolo Iurasek, Vice Presidente, ha illustrato alla platea degli agenti presenti i cambiamenti ai quali si assisterà sul mercato a seguito dell'introduzione della

IDD ed ha ribadito che «l'agente assicurativo ha il compito di riaffermare il proprio ruolo sociale. Esistono 9 milioni di italiani che assistono i propri parenti e si sostituiscono allo Stato. Un quarto di questi cittadini – ha proseguito Iurasek – ha perso addirittura il posto di lavoro. La consulenza di un professionista vicino ai clienti e in grado di comprenderli, sarà la soluzione di un nuovo welfare pubblico-privato».

L'evento è poi proseguito con gli interventi degli esperti Alberto Pizzoferrato, Avvocato e Professore presso l'Università di Bologna, che ha spiegato il nuovo regolamento europeo sulla privacy che entrerà in vigore il prossimo anno, Jader Ritrovato, Avvocato del Foro di Bologna, in-

tervenuto sui procedimenti "Ivass" e nello specifico sul regolamento 1 e 2.

Infine Pier Giorgio Pistone, Presidente E.N.B. Ass, che ha riferito i vantaggi che ad oggi l'ente sta portando, sia agli agenti che ai dipendenti delle agenzie che adottano il Ccnl Anapa.

«Sono molto soddisfatto della giornata intensa e della viva partecipazione alla nuova tappa dell'Anapa On Tour, che si conferma essere un'ottima occasione di confronto e di aggiornamento professionale» ha dichiarato Cirasola «Oggi si celebra anche un momento importante per la nostra associazione che proprio qui, al Royal Carlton, vide la luce un lustro fa. Cinque anni di intensa attività al fianco degli agenti nella tutela della categoria e nella crescita professionale». (fonte Anapa)

**A cura di Union Brokers Consulenti assicurativi**