



EDITORIALE

Comparatori: nuovi concorrenti per gli agenti

L'evoluzione del sistema di intermediazione verrà decisa a Bruxelles, come evidenzia l'articolo Medi pubblicato in queste pagine. Per questo le compagnie e gli intermediari sono chiamati, in prospettiva, a seguire i cambiamenti, a verificarne gli impatti sul proprio modello organizzativo, sulla propria attività e sugli obiettivi di business. L'Italia ha un sistema agenziale con una specificità che, secondo alcuni, non ha nulla da invidiare al resto d'Europa. Ma nuovi protagonisti stanno emergendo anche in Italia. Al di là dei competitor più conosciuti, come le banche o le compagnie dirette, gli agenti si confrontano oggi con i comparatori on line. Serve cioè comprendere se (e fino a che punto) potranno in futuro crearsi spazi di collaborazione tra agenzie e comparatori, o se l'autonomia del cliente potrà davvero concretizzarsi in abitudine consolidata all'acquisto della polizza on line. Proprio sul ruolo dei comparatori si pronuncerà, tra l'altro, la direttiva europea "in lavorazione": una valutazione che, sicuramente, gli agenti non mancheranno di seguire.

Maria Rosa Alaggio,
direttore Insurance Magazine
e Insurance Trade
alaggio@insuranceconnect.it

INTERMEDIAZIONE

Come prepararsi al cambiamento?

Medi, l'Osservatorio europeo sulla distribuzione assicurativa, è consapevole che il destino dell'intermediazione si giocherà sul campo della trasparenza e della professionalità. La nuova direttiva sull'intermediazione cambia le regole della distribuzione e dischiude scenari di cambiamento che non devono coglierci impreparati

L'occasione giusta sarà il convegno spagnolo di Barcellona e Madrid previsto per i prossimi 15 e 16 maggio, sul futuro della nuova direttiva europea di intermediazione assicurativa. Medi, nei due incontri di maggio - presenterà al mercato spagnolo alcuni scenari sull'impatto della nuova direttiva, una disposizione destinata a cambiare, e di molto, il quadro normativo dell'intermediazione assicurativa.

Uno degli aspetti più importanti da tenere in considerazione è che l'80% delle norme che guidano il mercato viene deciso a Bruxelles, in sede europea. Ragione per cui occorre stare molto attenti agli sviluppi e ai tempi del lavoro della Commissione riservato a questa attività.

Del resto, si profila all'orizzonte una vera e propria rivoluzione per la professione dell'intermediario assicurativo. Un cambiamento radicale che non può cogliere impreparati soprattutto la rete tradizionale di distribuzione coinvolta direttamente, chiamata a gestire il cambiamento traendone il massimo vantaggio competitivo per la professione dell'agente.

NUOVI MODELLI DI DISTRIBUZIONE

Gli ultimi sviluppi del mercato assicurativo, così come molte delle implicazioni della nuova normativa, impongono al settore una sempre maggiore attenzione all'intermediazione come vero fulcro dell'attività assicurativa. Ancor più del prodotto, infatti, il focus è sempre più rivolto sull'intermediazione che necessita di essere ripensata e governata, a beneficio e vantaggio delle dinamiche di concorrenza tra le diverse compagnie. *(continua a p. 2)*



NEWS DA WWW.INSURANCETRADE.IT

Epap, più assistenza e servizi per gli iscritti

"Il sistema contributivo non prevede quote di solidarietà, dunque la forbice tra chi guadagna di più e chi guadagna di meno rischia di allargarsi sempre di più", così è intervenuto **Arcangelo Pirrello**, Presidente dell'**Epap** - l'ente di previdenza di geologi, chimici, agronomi-forestali e attuari - alla Giornata della Previdenza di Milano. Per questo, Epap ha deciso di destinare al suo **Progetto Welfare** il 25% dell'aumento del contributo integrativo, che in seguito alla legge Lo Presti potrà passare dall'attuale 2% al 4%.

Alle iniziative e ai servizi già consolidati, tra cui mutui e prestiti a tassi agevolati dedicati all'attività professionale, l'assistenza gratuita alle grandi malattie, la paternità e l'assicurazione Long Term Care, si aggiungeranno le opportunità di formazione e aggiornamento permanente, una serie corposa di altre iniziative di assistenza.

Per leggere la notizia completa collegati su www.insurancetrade.it



**Seguici anche su
Facebook alla
pagina di
Insurance Connect
e su Twitter
@insurancetrade**



(continua da p. 1) Ma perché – si chiede Medi – dobbiamo orientare la nostra attenzione alla distribuzione? Anzitutto è innegabile uno sviluppo consistente del mercato di strumenti innovativi, soprattutto legati al mondo di internet. Un esempio su tutti: il “boom” dei comparatori on-line, uno strumento sempre più diffuso che può aumentare di molto la concorrenza tra le compagnie, e che rimette al centro il ruolo e la specificità di una distribuzione che deve essere ben pensata e articolata.

In secondo luogo, una maggiore concorrenza e un’attenzione all’offerta affidano al consumatore un ruolo sempre più da protagonista all’interno della dinamica commerciale. Medi è convinto che per sviluppare un mercato degli strumenti assicurativi sempre più ampio e basato su prodotti e servizi di successo, sia imprescindibile in primis accrescere il livello di educazione finanziaria e assicurativa dei consumatori. Ma ciò non basta: occorre anche che i prodotti e i servizi offerti dalle compagnie siano comunicati in modo chiaro e funzionale, diretto e trasparente. Un cliente-consumatore informato è un bene prezioso per la compagnia, tanto quanto lo è un prodotto ben costruito e al passo con i tempi: la combinazione dei due fattori è in grado di generare un impatto molto positivo sulla creazione di valore per tutti gli stakeholder.

IL LEGAME TRA INTERMEDIARIO, COMPAGNIA E ASSICURATO

Sempre di più, dunque, l’intermediario assicurativo troverà nel legame tra la compagnia e l’assicurato la sua ragion d’essere precipua. Esso deve tornare ad assumere una specifica centralità nel processo di scambio e di gestione delle informazioni. Vera e propria “cinghia di trasmissione” tra i due estremi della catena, l’intermediario assicurativo deve sapere incorporare e trasmettere le novità e le sfide imposte dai cambiamenti in atto, particolarmente quelle sviluppate sul territorio di competenza. Il suo ruolo è assai delicato, in costante (e precario) equilibrio tra le esigenze della compagnia e le richieste sempre più aggiornate e specifiche del consumatore.

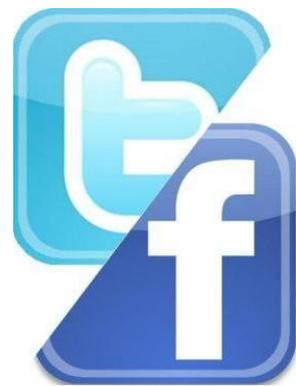
Occorre dunque dotarsi degli strumenti necessari per prepararsi alle future conseguenze di questo mutato scenario regolamentare. Per Medi avrà successo chi saprà vivere questa evoluzione, senza esserne travolto, cavalcandone gli aspetti positivi e remunerativi, possibilmente indossando gli “occhiali” della distribuzione. L’intermediazione sarà sempre più al centro delle sfide competitive, come soggetto fondamentale dei rapporti tra compagnia, consumatore e mercato assicurativo: una figura altamente professionale adattata al nuovo contesto normativo e di mercato. Protagonista di una mutata cornice di senso che preannuncia e sottende grandi cambiamenti, anche nel modello economico generale di riferimento.

Siamo dell’idea che il futuro della distribuzione assicurativa si giocherà in un passaggio stretto tra un presente difficile e un futuro incerto ancora tutto da costruire. Prioritario rimane il potenziamento dell’attività di intermediazione, cosa che, anche a causa di alcune criticità insite nella vecchia direttiva, non è ancora avvenuta (pensiamo, ad esempio, alle attività transfrontaliere, un ambito ancora molto ambiguo e difficile da gestire).

PIU’ TRASPARENZA NEGLI ACCORDI CONTRATTUALI

La parola-chiave rimane sempre la stessa: “trasparenza”, l’aver chiaro chi paga per che cosa. Una maggior trasparenza nella formulazione dello statuto degli intermediari, relativamente soprattutto alla loro posizione sul mercato; una maggior trasparenza nella forma della remunerazione; una maggior trasparenza nei legami contrattuali con le compagnie di riferimento, a tutto vantaggio del consumatore e delle compagnie stesse.

Per Medi tale cambiamento compirà il suo corso se e solo se la distribuzione sarà in grado di prepararsi per tempo il proprio futuro. Questo potrà avvenire se tutti gli attori coinvolti prenderanno coscienza del ruolo affidatoli, se sapranno ben interpretare le nuove norme previste, se saranno in grado di innestare la propria attività negli ingranaggi in continuo movimento della macchina economica e politica. Uno degli obiettivi principali di Medi, infine, è di contribuire a dare vita ad un ambiente regolamentare che permetta agli intermediari assicurativi, ovunque in Europa, di esercitare la loro fondamentale professione in circostanze eque, produttive e trasparenti.



Seguici anche su Facebook alla pagina di Insurance Connect e su Twitter @insurancetrade



RISK MANAGEMENT

Ripresa post emergenza: un'azienda su due non la ritiene possibile

Da una ricerca Acronis, nel comparto industriale emergono i rischi per la business continuity dovuti all'inadeguatezza dei sistemi di protezione dei dati

Non sono bastati i livelli record di conflitti politici, catastrofi naturali ed economiche del 2011 per rendere le imprese più attente alla protezione della loro business continuity. Dai risultati della ricerca **Acronis Global Disaster Recovery Index 2012** relativi al settore industriale, nello specifico edile e manifatturiero, emerge che soltanto il 53% degli interpellati ha fiducia nella propria strategia di ripristino nell'eventualità di un'emergenza.

In particolare proprio le difficoltà economiche e la necessità di ridurre i budget e le risorse It sono indicate dal 45% degli intervistati come la causa principale della scarsità di investimenti nella protezione dei dati. Addirittura l'11% del campione ammette di non investire affatto in sistemi di backup e disaster recovery; e un quarto dichiara di non avere l'appoggio del proprio team dirigenziale. Solo il 45% delle imprese afferma di non aspettarsi periodi di inattività consistenti in caso di eventi catastrofici, eppure si tratta di un settore altamente competitivo, in cui il margine di tolleranza di eventuali default è pressoché minimo. "La velocità è un fattore chiave di differenziazione e l'aumento della produttività una priorità strategica - ha affermato Mauro Papini, country manager di Acronis Italia - entrambi questi fattori aumentano l'intolleranza di potenziali downtime. Per le organizzazioni del settore industriale che mirano a consolidare e uniformare i piani di backup e disaster recovery, l'unica strada percorribile è l'adozione della nuova tecnologia".

Ma proprio sul fronte dei più recenti sistemi di virtualizzazione e cloud computing, che dovrebbero apportare maggiore efficienza alle organizzazioni, si riscontrano alcune resistenze. Il 67% dei manager It del settore industriale interpellati sostiene che il maggiore ostacolo dei contesti ibridi è lo spostamento dei dati tra ambienti fisici, virtuali e cloud. Solo un quarto di loro ha virtualizzato il 50% o più dei propri server di produzione, e ancora molte imprese lasciano i propri dati a rischio, quasi il 40% infatti esegue il backup dei server virtuali solo mensilmente o a intervalli non definiti.

I timori relativi a sicurezza e disponibilità hanno finora rallentato l'adozione del cloud per il disaster recovery. Oltre la metà ne riconosce il potenziale in termini di riduzione dei costi operativi, ma la maggior parte continua a non adottare il cloud per le strategie di backup. Infine il 29% non dispone di alcuna strategia di backup offsite. Tuttavia, si registra un cambiamento, almeno sulla carta, il 94% degli interpellati ne prevede l'impiego in qualche sua forma entro il prossimo anno.

Diana Pastarini

PRODOTTI

Soluzioni assicurative per la contaminazione alimentare

Che sia dolosa o accidentale, i rischi per le aziende sono enormi in termini di costi economici immediati, ma anche patrimoniali e reputazionali

Mozzarelle blu, cetrioli tossici, mucche pazze e polli con l'influenza. Negli ultimi anni il tema della sicurezza alimentare è stato spesso al centro delle cronache e delle preoccupazioni dei consumatori, oggi sempre più consapevoli e critici rispetto alla qualità del cibo che portano in tavola. Ormai da tempo la città di Parma si è imposta come spazio di discussione permanente su queste tematiche, ospitando la sede dell'Authority alimentare e Cibus, il salone internazionale dell'alimentazione giunto alla sua sedicesima edizione. In questa occasione si è parlato in particolare di contaminazione alimentare e delle possibili soluzioni assicurative connesse a questo rischio.

Per garantire l'integrità di prodotto e di processo molto è stato fatto in Europa arrivando oggi ad avere standard di sicurezza tra i più alti al mondo e, fin dal 1979, un sistema di allarme rapido per gli alimenti e i mangimi capace di scongiurare il rischio alimentare prima che il consumatore ne sia danneggiato.

La contaminazione può essere accidentale come dolosa: in ogni caso i suoi effetti sono estremamente rilevanti perché incidono sul conto economico e sulla tutela del rischio con conseguente danno patrimoniale e reputazionale. Per questo **Aon** ha presentato soluzioni assicurative che tutelano l'azienda dai costi immediati come quelli relativi a: stoccaggio temporaneo; ritiro di prodotti; costi di ispezione; costi per analisi di laboratorio; o ancora costi riguardanti il medio-lungo periodo come: perdita di profitti; perdita di produzione; perdita di quote di mercato; spese per la riabilitazione del marchio e per riacquistare gli spazi sugli scaffali.

"Erroneamente molti pensano - sottolineano gli esperti Aon - che quando si ha una copertura Rc prodotti, magari con l'estensione delle spese di ritiro, si sia sufficientemente tutelati dai costi direttamente connessi ad una contaminazione accidentale e dolosa". Ma non è così perché l'Rc prodotti presuppone come elemento distintivo che il bene o il prodotto sia nella disponibilità dei terzi perché è stato distribuito o venduto. Una polizza ad hoc sul rischio di contaminazione accidentale e dolosa invece copre anche quando la contaminazione si manifesta all'interno del processo di produzione. In sostanza le due soluzioni si integrano a vicenda arrivando a coprire interamente la filiera, dalla produzione alla distribuzione. "In Italia questo tipo di soluzioni sono poco conosciute e utilizzata quasi esclusivamente da grandi gruppi multinazionali".

D.P.



BON TON

Come ricevere superiori, collaboratori e clienti

Quando riceviamo qualcuno a casa o in ufficio ci comportiamo diversamente, questo perché normalmente a casa riceviamo amici, in ufficio collaboratori o persone con cui abbiamo rapporti di lavoro.

In realtà anche in ufficio valgono le regole di buona educazione che purtroppo non sono sempre rispettate. Sostanzialmente in ufficio noi riceviamo collaboratori, persone più importanti di noi, amici, clienti. Per ognuna di queste tipologie di ospiti dovremmo seguire un cliché che è già codificato da tempo e dagli usi.

Partiamo dalle **persone più importanti**. Nel riceverle le regole che valgono sono:

- mai ricevere una persona più importante alla nostra scrivania; (va bene salottino, tavolo riunioni ecc.);
- alzarsi in piedi ed accoglierla alla porta;
- offrirle un caffè o qualcosa da bere;
- informarsi su come è stato il viaggio (se viene da lontano);
- ringraziarla per il piacere di averla incontrata;
- lasciare che sia lei a dirci di che cosa ha bisogno;
- accomiatarsi prendendo impegni precisi per la soluzione di eventuali problemi.

Per quanto riguarda i nostri **collaboratori**, dal momento che le occasioni di incontro sono frequenti:

- non è necessario alzarsi in piedi;
- smettere di fare quello che stiamo facendo (scrivere al pc, leggere ecc.);
- restare alla propria scrivania, ma mantenendo una posizione di rispetto (no braccia sulla testa, no gambe sul tavolo ecc.);
- se noi abbiamo chiamato il collaboratore è necessario andare subito al dunque, se lui ha richiesto di incontrarci è bene definire subito il tempo che possiamo dedicargli e ascoltare il problema interrompendo solo per chiarimenti;
- alla fine della sua esposizione chiedere sempre le sue soluzioni;

Amici e clienti. Le regole sono praticamente le stesse di quando li accogliamo a casa nostra:

- alzarsi in piedi ed offrire loro qualcosa da bere;
- anche per loro vale la pena di evitare la scrivania, meglio di tutti un salottino;
- ringraziarli per la visita;
- chiedere che cosa possiamo fare per loro o il motivo della visita;
- tranquillizzarli su eventuali problemi dando da subito la nostra disponibilità a cercare di risolverli.

Poche regole che però fanno sì che un incontro si svolga nel migliore dei modi.

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

COMPAGNIE

Vittoria Assicurazioni, l'utile netto di gruppo supera i 12 milioni di euro

Raccolta premi a 243,4 milioni (+14,3%)

Inizio 2012 in forte ascesa per **Vittoria Assicurazioni**, che, per il trimestre, ha evidenziato un incremento dell'**utile netto** di gruppo del **23,9% pari a 12,1 milioni di euro** rispetto ai 9,8 milioni dell'analogo periodo dello scorso anno. Al 31 marzo la capogruppo presenta un utile netto civilistico pari a 14,7 milioni di euro, in crescita del 23% rispetto all'utile di 12 milioni registrato nella trimestrale 2011.

Il risultato del segmento assicurativo, al lordo delle imposte e delle elisioni intersettoriali, è pari a 21,2 milioni di euro, in un aumento del 28,3% rispetto al risultato di 16,5 milioni di euro registrato al 31 marzo 2011.

Complessivamente la **raccolta** è cresciuta del **14,3%** arrivando a **243,4 milioni di euro**. I premi del lavoro diretto dei rami Vita, senza gli strumenti finanziari, rilevano un incremento del 9,3% rispetto a quelli dello stesso periodo del 2011. Incremento ancor più significativo nel ramo Danni dove i premi sono aumentati del 15% grazie in particolare al settore Auto (+15,5%); e ai rami Elementari (+16,8%) e Speciali (+19,1%).

Il **combined ratio** si attesta al **93,9%** contro il 98,8% del primo trimestre 2011, mentre il rapporto sinistri-premi conservati dei rami Danni al 68,2% rispetto al 71,5%. Gli investimenti complessivi, pari a 2.337,9 milioni di euro registrano un aumento del 6,9% rispetto alla situazione del 31 dicembre 2011.

Il settore immobiliare ha registrato un risultato lordo negativo di 2,9 milioni di euro, rispetto a un saldo negativo di 2,1 milioni di euro dello stesso periodo dell'esercizio precedente.

Il consiglio di amministrazione ha sostituito il consigliere Luciano Gobbi con Luca Paveri Fontana, in virtù della legge sui doppi incarichi.

D.P.