



EDITORIALE

## Quando il business passa dall'IT

Il 27% delle realtà del settore finanziario prevede per il 2012 una crescita degli investimenti in Information Technology. Un dato in controtendenza rispetto alle previsioni generali emerse dalla recente indagine Dell-Idc, che disegna invece una propensione al risparmio con un deciso calo della spesa. La motivazione di questo orientamento va probabilmente ricercata in alcune priorità che per banche e assicurazioni risultano particolarmente strategiche: la necessità di data center evoluti e senza pericolosi rischi di downtime, così come il bisogno di gestire ingenti volumi di dati, di carattere finanziario ma non solo. Pensiamo alle informazioni relative al cliente, alle polizze sottoscritte, al ciclo di vita di milioni di pratiche sinistri. Anche per le compagnie e per i relativi canali distributivi, insomma, la continuità del business risiede nel valore delle soluzioni tecnologiche adottate. Che sempre più passano attraverso infrastrutture distinte, quella fisica e quella virtuale, per gestire il cliente, condividere informazioni, archiviare dati sensibili.

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

• INTERMEDIARI

## L'agente non è un venditore di prodotti

Competenze, energie, capacità di costruire e mantenere viva la relazione con i clienti. Così si sintetizza il valore degli agenti e il loro ruolo nel panorama distributivo del nostro Paese

**Roberto Conforti**, ha 62 anni, sposato, un figlio, ha seguito gli studi universitari alla facoltà di giurisprudenza di Parma. Inizia a lavorare giovanissimo, a 19 anni, come consulente finanziario per la Saifi di Torino. Nel 1976 approda al settore assicurativo, che lo coinvolge molto e al quale si dedica con grande efficacia tanto da diventare nel 1981 agente per La Previdente a Reggio Emilia. Poco più di tre anni dopo dalla nomina, diventa Presidente del Gruppo Aziendale.

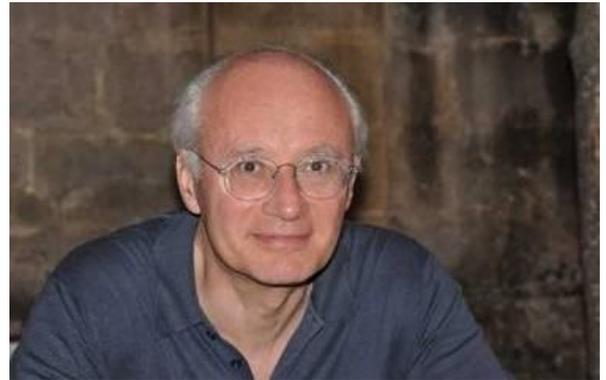
Uomo dalle grandi capacità professionali, cultura profonda, determinazione, diventa un serio punto di riferimento per i molti colleghi che hanno avuto modo di conoscerne le qualità.

Riservato, poco amante delle parole senza sostanza, pronto alla battuta, dotato di uno humor sottile e quasi dissacrante, ama ricercare nelle varie materie la parte propositiva e vera. I suoi approfondimenti non di rado hanno fatto scuola e chi ha avuto la costanza di seguirli, ne ha tratto sicuramente beneficio.

Nel 1998 lascia La Previdente per un nuovo mandato in esclusiva con Ras, sempre a Reggio Emilia. Grazie alle sue spiccate capacità imprenditoriali, ottiene ottimi risultati e riparte con grande successo. Nel 2010, grazie alla legge Bersani, modifica il suo modus operandi e diventa plurimandatario, ruolo del quale è un convinto sostenitore.

Non trascurava di interessarsi anche della vita associativa, dalla quale viene assorbito e cooptato rivestendo ruoli di prestigio: vice presidente dell'Uea (Ordine del Delfino), vice presidente Uiacoop, membro dell'esecutivo nazionale Uia/Ras, consigliere di Mapa (mutua interna degli agenti Allianz Ras).

Lo incontriamo a Verona, a margine del Convegno dell'UEA del 24 febbraio scorso, per una riflessione sul ruolo dell'agente di assicurazione oggi, anche in virtù della nuova normativa di Legge riferita alla "mediazione obbligatoria".  
*(continua a pag. 2)*



Roberto Conforti

• NEWS DA WWW.INSURANCETRADE.IT

## Battaglia senza sosta dello Sna contro l'art. 34

E' prevista per i prossimi giorni l'azione di disobbedienza civile decisa dal sindacato nazionale agenti, che prevede l'autodenuncia dell'inadempienza verso il dettato dell'articolo 34 da parte di tutti i componenti dell'esecutivo nazionale Sna presso i presidenti di Senato e Camera, la presidenza del Consiglio, e l'Isvap. L'articolo 34 del decreto liberalizzazioni, che impone agli intermediari di fornire al cliente almeno tre preventivi Rc auto di altrettante compagnie, "non serve ai consumatori, al mercato, a far crescere la concorrenza e a moderare le tariffe", ha ribadito ancora una volta Claudio Demozzi, presidente Sna.

Il sindacato in questi anni si è detto favorevole a introdurre elementi concorrenziali nel mercato della intermediazione delle polizze assicurative, come, ad esempio, la possibilità per tutti gli intermediari di offrire polizze di compagnie diverse, uscendo dalla logica monomandataria, anche senza la necessità di rappresentare direttamente tali compagnie, ma avviando rapporti di collaborazione con altri intermediari.



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



*(continua da pag. 1)* **Le sue considerazioni ci appaiono come uno spaccato reale del ruolo e delle mansioni che attualmente pesano sull'intermediario assicurativo.**

Come ho detto nel mio intervento al convegno, la professione dell'agente di assicurazione richiede competenze, conoscenze ed energie da superuomini: ne segue che questa professione non è più consentita alle persone comuni.

#### **È una provocazione non da poco.**

Oggi l'impianto normativo e sanzionatorio che presiede alla nostra attività è talmente demenziale da scoraggiare qualsiasi giovane di buonsenso dall'intraprenderla.

Nella selva di leggi, decreti e regolamenti credo che nessuno di noi sentisse la mancanza della mediazione, che però ci tocca considerare.

#### **Da cosa deriva questo scetticismo?**

La ricchezza principale di una qualsiasi agenzia è data dal patrimonio di fiducia e di relazioni che ha con i propri clienti: su questa ricchezza si fondano la sua buona reputazione e la sua possibilità di sviluppo.

Costruire relazioni, concretizzarle, mantenerle vive crea i presupposti per attivare la nostra capacità di ascolto dei bisogni delle persone, delle famiglie e delle aziende.

La nostra competenza professionale, messa al servizio dei loro bisogni, ci consentirà di trovare le migliori soluzioni e di guadagnare in questo modo la loro fiducia. Un agente non è un venditore di prodotti.

#### **Cosa intende dire?**

Un agente offre soluzioni, non prodotti come banche, Poste e compagnie dirette. Un agente è consapevole del fatto che i bisogni che lui e il cliente hanno evidenziato, si risolvono attraverso la vendita di polizze; è però anche consapevole del fatto che nessuna compagnia di assicurazione generalista ha un listino prodotti in grado di offrire soluzioni a tutti i bisogni di un cliente, persona o azienda che sia.

L'agente deve essere consapevole di questi cambiamenti, se vorrà restare su un mercato già cambiato rispetto a ieri, e che cambierà ancora con un maggior utilizzo dei comparatori ed una maggiore cultura dell'informazione, che ognuno può acquisire oggi tramite internet.

La competenza e la maturità professionale dell'agente è e sarà l'unica motivazione per farsi preferire a competitori che offrono costi inferiori e maggiore facilità di accesso ai loro prodotti rispetto a quanto possiamo fare con i nostri.

#### **Un panorama effettivamente complesso.**

Certo è difficile, è faticoso. Bisogna studiare continuamente: il nostro non è più e non sarà più un mestiere per tutti.

Per queste ragioni è bene che l'agente si occupi dei fondamentali e del perimetro della mediazione obbligatoria: informare il cliente delle novità che influenzano i suoi comportamenti, o assisterlo indicandogli le metodiche corrette in un momento di criticità (quale è quello di un sinistro), rafforzerà la relazione con lui e accrescerà la sua fiducia nei nostri confronti. Un supporto costruttivo legittima il nostro maggior valore ai suoi occhi, e quindi il nostro maggior costo rispetto agli altri canali distributivi. Parafrasando un noto intellettuale italiano si può dire che per essere un buon agente bisogna "studiare, studiare, studiare".

*Carla Barin*



**LLOYD'S BROKER DEDICATO  
PER I RISCHI PROFESSIONALI:**

L'ACCESSO SEMPLICE E VELOCE  
AL MERCATO DEI LLOYD'S.

NUMERO UNICO  
**199.6261**

AEC MASTER BROKER SRL - LLOYD'S BROKER

**AEC**<sup>®</sup>  
MASTER BROKER



• MERCATO

## Rendimenti azionari: il dominio è dei colossi americani

**Secondo la classifica stilata da Boston Consulting Group, Visa è la società con i maggiori rendimenti azionari del mondo. In Italia al primo posto Lottomatica**

Il colosso dei servizi finanziari **Visa** è al vertice della top ten delle società con i maggiori rendimenti azionari. Seguita da **UnitedHealth**, prodotti e servizi medicali, e **Philip Morris International**, big del tabacco. È la classifica stilata dal **Boston consulting group** sulla base del total shareholder return (TSR1) tra le oltre 5mila società quotate in borsa in 40 paesi, appartenenti a 37 diversi settori industriali.

A guidare la graduatoria mondiale tra le società a maggiore capitalizzazione - oltre i 40 miliardi di euro a fine 2011 - troviamo, anche quest'anno, per lo più aziende rappresentanti i settori più tradizionali dell'economia che hanno fatto registrare rendimenti compresi tra il 26% e il 45%.

Se nel 2010 la classifica mostrava una distribuzione geografica allargata a diversi paesi industrializzati, quest'anno è stata quasi monopolizzata dalle società statunitensi. Unica eccezione, l'inglese **Bat** (tabacco e derivati), piazzatasi al sesto posto. Tra le prime dieci posizioni, oltre alle già citate, troviamo: **Bristol-Myers**, **McDonald's**, **Pfizer**, **Altria**, **Ibm** e, infine, **Apple**.

Analizzando nello specifico il contesto italiano i maggiori rendimenti li ha registrati **Lottomatica**, con un aumento del 28% rispetto al 2010, al secondo posto compare **Impregilo** anch'esso in crescita rispetto del 17%, a seguire **Pirelli** (+10%), **Campari** (+7%), ed **Eni** (+5%).

Il successo dei settori economici tradizionali è un trend già evidenziato nel 2010, identificato dagli esperti del Boston Consulting Group con il termine "ritorno alla qualità". Come spiega **Guido Crespi**, partner & managing director Bcg: "In momenti di mercato turbolenti, gli investitori tendono a preferire, nella composizione del loro portafoglio, società con elevati flussi di cassa, management di qualità e che abbiamo costruito, nel corso degli anni, vantaggi competitivi difficilmente erodibili nel breve termine".

Oltre alla classifica, l'indagine di Bcg evidenzia un altro elemento significativo dell'attuale panorama economico internazionale: la scarsità di opportunità offerte dai mercati azionari. Nel 2011 infatti solo i mercati di sei nazioni, tutte emergenti (Sud Africa, Filippine, Malesia, Indonesia e Thailandia), su 40 appartenenti all'indice Msci hanno segnato un andamento positivo. E solo un quarto dei settori monitorati non ha perso valore, si tratta di: tabacco, farmaceutico, bevande, distribuzione, alimentare, servizi e prodotti per il benessere, telecomunicazioni.

*Diana Pastarini*

• EVENTI

## Gruppo agenti Aviva, a Roma la convention nazionale

**Venerdì e sabato il management e gli agenti della compagnia saranno impegnati in una due giorni di dibattito per fare il punto sui risultati raggiunti e discutere sul futuro della rete retail**

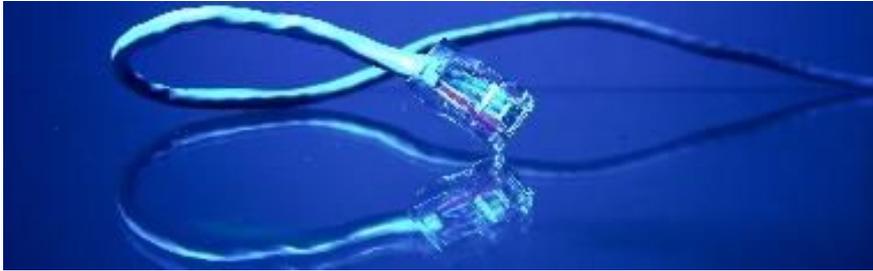
Fine settimana intenso per il **Gruppo Aviva** che, a Roma **venerdì 16** e **sabato 17** marzo, organizza la nuova convention della rete agenziale. L'ultima si era tenuta nel novembre 2010 e, a un anno e mezzo di distanza, l'azienda ha intenzione di fare il punto della situazione con gli intermediari per tirare le somme dei risultati raggiunti, discutere le novità, anche legislative, che stanno coinvolgendo tutto il settore, e per condividere gli obiettivi futuri.

Le due giornate di lavoro si struttureranno attorno agli interventi del management del gruppo e a una tavola rotonda che si svolgerà nella giornata di sabato. Venerdì inaugurerà i lavori il keynote dell'amministratore delegato **Andrea Battista**, seguiranno poi - tra le altre - le presentazioni di **Michele Colio**, retail sales & marketing director e di **Lamberto Di Pietro**, chief operating officer, ai quali si aggiungerà per la tavola rotonda **Pierangelo Colombo**, Presidente del gruppo agenti.

Sarà un'occasione per discutere dei miglioramenti raggiunti e presentare i piani per il prossimo triennio. Ci sarà anche spazio per un momento di celebrazione durante il quale verranno premiate alcune agenzie e agenti.

"Aspetto con viva emozione questo momento - ha sottolineato Colio - che era stato anticipato e promesso ai nostri agenti già al termine della Convention del 2010. La nostra rete è stata protagonista di importanti progressi e cambiamenti e questa due giorni sarà il momento giusto per celebrare i successi ottenuti e guardare allo sviluppo futuro".





• INFORMATION TECHNOLOGY

## Investimenti IT in crescita per il settore finanziario

**L'indagine Dell-Idc fotografa per il 2012 le strategie aziendali su virtualizzazione, cloud e storage. Il 27% delle aziende del settore finanziario prevede una crescita della spesa**

Information technology, virtualizzazione, cloud computing, storage sono i macrotemi affrontati dall'indagine Dell-Idc che ha interrogato oltre mille aziende italiane su investimenti e sfide legate alla riduzione della spesa e alla ricerca di soluzioni tecnologiche evolute per il contenimento dei costi.

Le previsioni di spesa IT per il 2012 mostrano un calo del 57% rispetto al 2011, rimangono stabili per il 35% degli intervistati e sono in aumento solo per l'8% delle aziende coinvolte. Ma il **27%** delle aziende del settore finanziario prevede una crescita degli investimenti, seguite da quelle dell'industria e dei servizi. Per quanto concerne la virtualizzazione, l'**88%** dei soggetti intervistati sostiene di averla già adottata, il 7% la sta valutando e solo il 5% non l'ha ancora presa in considerazione. Sempre in questo ambito i maggiori investimenti sono previsti da aziende con meno di 250 addetti (7%) e da quelle tra i 251 e i 499 (6%). Infine, la priorità nell'adozione della virtualizzazione passa dagli ambienti di test e server a quelli virtual client e storage.

In ambito storage, le quattro principali priorità sono il miglioramento dei piani di disaster recovery, la definizione delle politiche di protezione dei dati, l'ottimizzazione delle prestazioni e la semplicità di gestione. E per quanto riguarda gli investimenti, le aziende mettono al primo posto l'archiviazione, al secondo la business intelligence e al terzo il content management, Crm e file sharing

L'indagine parte dalla considerazione che oggi i data center aziendali devono affrontare livelli di complessità crescenti che possono pregiudicarne la piena operatività ed esporre le aziende a pericolosi rischi di downtime. Contemporaneamente il volume dei dati continua a crescere in modo esponenziale e la diffusione in ambito business dei più comuni social network mette a dura prova la capacità dei sistemi di archiviazione e data management. Tutto questo in contesti aziendali supportati da piattaforme costose, difficili da aggiornare e poco flessibili. Se virtualizzazione e cloud computing hanno apportato modifiche sostanziali nell'utilizzo delle risorse, spesso hanno avuto l'effetto di aumentare le complessità di gestione, costringendo molti Cio ad occuparsi di due infrastrutture distinte, quella fisica e quella virtuale. Da qui la necessità di elaborare una strategia completamente nuova per la gestione dei data center capace di ottimizzare i costi e di supportare la crescita dell'azienda e le sue necessità di rapidità e flessibilità.

D.P.

• PSICOLOGIA

## Quoziente emotivo e capacità di equilibrio

L'intelligenza emotiva viene definita come la capacità di monitorare i propri sentimenti e quelli altrui al fine di raggiungere obiettivi.

**Daniel Goleman** esprime le cinque caratteristiche fondamentali dell'intelligenza emotiva, che ogni uomo codifica interiormente:

- **Consapevolezza di sé**, la capacità di produrre risultati riconoscendo le proprie emozioni;
- **Dominio di sé**, la capacità di utilizzare i propri sentimenti per un fine;
- **Motivazione**, la capacità di scoprire il vero e profondo motivo che spinge all'azione;
- **Empatia**, la capacità di sentire gli altri entrando in un flusso di contatto;
- **Abilità sociale**, la capacità di stare insieme agli altri cercando di capire i movimenti che accadono tra le persone.

A questo punto sorge spontaneo un interrogativo: siamo in grado di capire e controllare i nostri sentimenti, siamo certi di poter entrare in empatia con gli altri, abbiamo la capacità di trovare l'equilibrio fra casa e lavoro, fra piacere e dovere, ci sentiamo ottimisti e realisti?

Se la risposta che troviamo in noi è "no" e siamo convinti di essere privi dell'intelligenza emotiva, non dobbiamo preoccuparci. Basta avere maggiore consapevolezza dei nostri stati d'animo e magicamente la nostra intelligenza emotiva crescerà e si potenzierà.

Se a questo aggiungiamo un lavoro sul contenimento delle emozioni, che ci provocano tanta sofferenza, e impariamo ad ascoltare il prossimo e sviluppiamo la nostra sensibilità empatica, ci troveremo ad essere persone con una spiccata intelligenza emotiva.

Ma dirò di più: abbiamo anche la possibilità di misurare il nostro quoziente emotivo attraverso un test che valuta le diverse abilità che sostengono la salute mentale e il benessere psico-sociale, il tutto condito dalla nostra capacità di mettere le emozioni al servizio dell'equilibrio psicologico, con un pizzico di abilità razionali e relazionali.

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