



EDITORIALE

Quando la protezione è reale

L'assicurazione nel nostro Paese è stata finora percepita più come una alternativa all'investimento finanziario che non come una soluzione per garantire protezione e sicurezza per il futuro nostro e della nostra famiglia. Ciò è probabilmente accaduto anche per il posizionamento che l'assicurazione ha nel tempo assunto nei confronti del mercato. La crisi sta però cambiando le carte in tavola: le compagnie hanno ormai da tempo riscoperto il loro ruolo tradizionale, allontanandosi da offerte di carattere finanziario per tornare, come si dice "a fare gli assicuratori". Per consolidare un ruolo sociale che sia in grado di parlare al cliente di reale "protezione" e "assistenza" è però necessario non solo puntare su una gamma di offerta più vasta (Ltc, Tcm, polizze infortuni ecc), ma anche, e soprattutto, ripensare al valore dei canali distributivi, moltiplicando i punti di contatto con il cliente. E le possibilità di far comprendere agli italiani che è sempre meglio prevenire che curare, soprattutto quando il nostro sistema di welfare sta da più parti segnalando che il "capolinea" è sempre più vicino.

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

COMPAGNIE

La bancassicurazione tra certezze e prospettive

Proporre nuovi prodotti è indispensabile, ma la diffusione dell'offerta assicurativa in banca deve essere accompagnata da una nuova riflessione sul modello distributivo. E' questa l'opinione di Piero Massimo Andreoni, d.g. di Avipop Vita e Avipop Assicurazioni

La bancassicurazione in Italia vive un momento di "riflessione". Terminato il boom delle polizze vita, le compagnie stanno cercando di riposizionarsi sia in termini di prodotto che di distribuzione.

Per comprendere meglio le dinamiche di un settore in continua evoluzione, abbiamo chiesto un commento a **Piero Massimo Andreoni, direttore generale di Avipop Assicurazioni e Avipop Vita**.

"Nel campo della bancassicurazione vita - afferma - si registra una certa stabilità di mercato. Al di fuori di alcuni fenomeni passeggeri, c'è un livellamento evidente tra gli operatori in campo. Più che alla ricerca di nuovi clienti, al momento le strategie sono improntate alla sostituzione".

Lo sviluppo nella vendita di polizze tradizionali, polizze temporanee caso morte e unit linked sembra essere completo. Tant'è che le prospettive, come si dice da tempo, sono più rosee per il ramo danni.

Evoluzione di canale e di offerta

Avipop Assicurazioni è nata dall'unione tra il **Banco Popolare** e **Aviva**. La mission è quella di offrire alla clientela, essenzialmente quella del gruppo bancario, una risposta efficace in termini di prodotti specializzati nella prevenzione del rischio nel mondo del lavoro, in famiglia e nella vita di tutti i giorni.

"Abbiamo chiuso un 2011 in sostanziale allineamento al budget - spiega Andreoni -, la flessione è stata minima. Per l'anno in corso, invece, prevedo una performance minore". A pesare, sicuramente, ci sono la congiuntura economica negativa e alcune specificità del mercato. "Il cambio di rotta - spiega ancora il direttore generale di Avipop Assicurazioni - non deve riguardare solo la tipologia di prodotti offerti. Va fatto un discorso più ampio sulle modalità di vendita, sui canali distributivi e sugli stessi volumi. Non sono solo le Credit Protection Insurance a poter garantire alta redditività". Per il gruppo, la corsa al miglioramento dell'offerta nel ramo danni non può essere la panacea di tutti i mali. "Urge - argomenta Andreoni - una forte riflessione sul modello distributivo e bisogna accelerare la "messa in onda" di alcuni prodotti sui mercati tradizionali". (continua a pag. 2)



Piero Massimo Andreoni

NEWS DA WWW.INSURANCETRADE.IT

Stop del Tar alle maxi-sanzioni Isvap

Il Tribunale ha deciso l'annullamento delle maxi-multe comminate dall'**Isvap** alle compagnie assicuratrici colpevoli di aver fornito comunicazioni errate o incomplete alla banca dati sinistri tenuta dall'istituto di controllo. La vicenda aveva sollevato vibranti proteste lo scorso anno ed era culminata nel ricorso al **Tar** del Lazio da parte di Groupama e Direct Line.

L'Isvap avrebbe "adottato una nozione di illecito differente e più ampia di quella prevista dalla legge", secondo la motivazione della corte. Le multe infatti sono previste dal codice del settore da un minimo di cinquecento fino a un massimo di cinquemila euro. Il problema è sorto quando l'Isvap di Giannini ha deciso di comminare le sanzioni per ogni singolo dato mancante o errato comunicato alla banca dati. Il che, soprattutto per le compagnie del settore Rc auto, si era tradotto in importi complessivi di centinaia di milioni di euro.



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



(continua da pag. 1) **Sanità: una nuova frontiera per l'assicurazione**

Per il futuro Avipop vede interessanti opportunità nel settore sanitario. "Nell'area di sottolivello assicurativo italiano - dichiara Andreoni - c'è un elemento importante: la sanità. Ora l'attenzione dei governanti è tutta focalizzata sulla riduzione del deficit. Completata quest'opera di risanamento dei conti, inevitabilmente si dovrà affrontare lo scoglio del debito pubblico. Chi sarà alla guida del Paese cercherà un modo di ristrutturare la spesa che non riguardi solo il capitolo pensioni. Istruzione, amministrazioni locali e salute - continua - sono i nodi che sicuramente verranno al pettine. Io considero il sistema sanitario, così com'è, insostenibile. C'è bisogno di un percorso comune che coinvolga pubblico e privato. Il privato, però, non deve apparire più come una spesa ulteriore a carico dei cittadini. Ed è in questi spazi che le assicurazioni potranno inserirsi".

Troppi investimenti per l'Rc auto in banca

Negli ultimi tempi c'è un altro capitolo associato sempre più frequentemente alla bancassicurazione: l'Rc auto. La possibilità di sfruttare la capillare presenza di sportelli sul territorio italiano e l'opportunità di valorizzare il rapporto già stretto che intercorre tra gli istituti di credito e i loro clienti ha spinto molti operatori a lanciarsi nell'impresa. Una scelta, questa, che però non è stata condivisa da Avipop. "Il gruppo - dice Andreoni - aveva preso in considerazione l'ipotesi. Poi il progetto è stato accantonato. Altre realtà lo fanno, ma non è il nostro caso. Dalle analisi svolte sono venuti fuori scenari che avrebbero apportato benefici minori di quelli che in realtà possono apparire a prima vista. Per entrare nel settore c'è bisogno di investimenti forti. Per questo crediamo che l'Rc auto sia una materia adatta a chi l'ha sempre fatta. Noi siamo una new entry e abbiamo preferito rivolgere l'attenzione altrove".

Le liberalizzazioni non bastano

I recenti interventi legislativi in materia, poi, contribuiscono a rendere gli scenari meno prevedibili. Il decreto "Cresci Italia", ancora non approvato definitivamente dal Parlamento, rischia di scompigliare le carte in tavola. "Nel nostro Paese - continua Andreoni - le norme condizionano pesantemente il business. Quando si intraprende una strada è probabile che nel giro di poco tempo questa possa essere deviata dall'azione legislativa. Nello specifico, guardando ai primi accenni di riforma illustrati dal governo si intravedono poche novità positive".



Queste liberalizzazioni, è questo il succo del commento di Andreoni, potrebbero non bastare. Se il mercato assicurativo italiano vuole muovere verso un'apertura sensibile alla concorrenza e verso la tanto predicata multicanalità c'è bisogno di altro.

"In Italia - conclude Andreoni - siamo stati seduti troppi anni sugli allori dell'obbligatorietà dell'Rc auto. In passato non si è approfittato delle tante opportunità venutesi a creare. E ora la soluzione non è quella per cui i pochi player che ci sono devono occuparsi di tutto. Le nuove norme produrranno ulteriore chiusura nel mercato. Con queste liberalizzazioni ci saranno più compagnie che, però, continueranno a utilizzare sempre gli stessi canali. La liberalizzazione vera, a mio avviso, è quella che rende più semplice per tutti l'ingresso nella distribuzione. Esclusi pochissimi ambiti davvero delicati, non ci vuole chissà quale scienza per vendere una polizza assicurativa. Solo concedendo una tangibile libertà di accesso ai canali distributivi si stimola sensibilmente la concorrenza. Con tutti i benefici che ne conseguono".

Fabio Forlano



PER RICEVERE OGNI GIORNO "INSURANCE DAILY", IL PRIMO
QUOTIDIANO DEL SETTORE ASSICURATIVO, ISCRIVITI
GRATUITAMENTE AL SITO WWW.INSURANCETRADE.IT

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



MERCATO

Più oneri o più opportunità

Non v'è dubbio che per le compagnie e gli intermediari il decreto sulle liberalizzazioni, ora nella fase degli emendamenti, ha creato una situazione di grande preoccupazione. La fase iniziale caratterizzata da dubbi e perplessità sulla sua applicazione, invece di dissolversi, si estende con il passare dei giorni e con le numerosissime proposte di emendamenti. Possiamo dire che siamo in uno stato confusionale.

Confusione per i politici, per i gruppi agenti, in particolare confusione per le agenzie. La preoccupazione maggiore è quella di agire correttamente per adempiere al lettera del decreto, il più delle volte dedicando maggior tempo ai clienti. E' assai comprensibile che questa scelta comporterà maggiori costi di gestione dell'agenzia, è ben pochi benefici per il cliente.

La confusione è probabilmente negli strumenti per confrontare i preventivi. Il preventivatore dell'Isvap dall'emanazione del decreto ha difficoltà a soddisfare le richieste degli utenti. L'utilizzo di modelli di preventivo basati su categorie di tipo di cliente non sono una via efficace per aumentare la concorrenza e per rendere l'offerta efficace e trasparente.

La confusione è anche probabilmente nella testa degli agenti, che sono incerti sul da fare e fanno fatica a scorgere prospettive nel loro futuro. Chi opera in regime di monomandato è confuso e incerto, e non intende più continuare al buio a proporre preventivi di compagnie concorrenti. Ma non intende nemmeno essere obbligato per legge a diventare plurimandatario. Invece chi svolge l'attività di intermediario con il plurimandato potrebbe vedere nuovi concorrenti affacciarsi sul mercato, con tutte le conseguenze che ne derivano.

Quello che è certo è che gli intermediari hanno bisogno di minor burocrazia e maggior tempo da dedicare ai rapporti con la clientela. Vorrebbero quindi che si evitasse l'appesantimento della gestione, che porterebbe alla domanda di supporto delle compagnie. Richiesta che è già in molti hanno avanzato.

In tale contesto è possibile cogliere le opportunità di questa riforma, indipendentemente dalla strada imboccata? Innanzitutto, per dar modo di fare chiarezza e togliere i dubbi che si sono creati, **sarebbe necessaria una moratoria per permettere a tutte le agenzie di adeguarsi alla normativa nel miglior modo possibile.** Nel frattempo abbiamo il compito di costruire, dopo attente valutazioni, un modello di distribuzione che permetta agli intermediari di confrontarsi sulle best advice fornite al cliente.

Le best advice potrebbero essere riprese da modelli virtuosi di agenzie che hanno saputo cogliere l'opportunità e hanno ridisegnato l'attività, anticipando un percorso che verrà accelerato dalla nuova direttiva europea sull'intermediazione, il cui percorso prenderà una svolta decisiva a fine marzo con l'emanazione della prima bozza. Si spingerebbero così gli agenti a cercare strade nuove e modelli organizzativi fondati sul ruolo centrale del cliente.

Il decreto darà sicuramente una scossa allo scenario della distribuzione italiana, spronando agenti e compagnie, insieme, a ridisegnare il modello distributivo e a riorganizzare la struttura dell'agenzia. La speranza è che in fase di conversione non vengano introdotte modifiche tese a lasciare tutto così com'è. Cogliere le opportunità quindi, perché come dice un saggio detto cinese "piuttosto che maledire l'oscurità è meglio accendere una candela".

*Matteo Cominelli, ricercatore Medi (Monitoring european distribution of insurance)
e consulente Macros Consulting*

PRIVACY

Onore e rispetto... anche sul web

**Un'assicurazione contro i danni alla
reputazione virtuale**

Web reputation. Anche il terzo millennio ha le sue questioni d'onore. Già, perché in fondo che si tratti di un tradimento o una debolezza, del difetto di una star televisiva o del vizio di un socio in affari, che importa se a diffondere il malfatto sia la vicina di casa, i tabloid o un social network? La reputazione del soggetto in questione è comunque compromessa.

Il web è uno spazio ancora poco regolamentato, una straordinaria cassa di risonanza di informazioni e opinioni, ma anche un cannocchiale puntato sulla privacy di molti. Che fare dunque? Le strade sono molteplici, dalle azioni legali ai tentativi di imbrigliare l'esuberanza della comunità virtuale, ma in America una soluzione quanto meno ad post l'hanno già trovata. Ci ha pensato **Michael Fertik**, ideatore di **ReputationDefender**, un sito che offre specificamente servizi di "pulizia" della propria immagine online attraverso una vera e propria assicurazione. Nato come uno scherzo, il progetto di Fertik è oggi una consolidata realtà aziendale che contrasta i danni provenienti dal web: elimina o ritocca le informazioni o i contenuti negativi, immette nuovi dati positivi e approvati dal diretto interessato, rimuove o ridimensiona tutto quello che può danneggiare la sua immagine. Per **10 dollari al mese**.

E' interessante considerare le possibili ricadute su un piano propriamente assicurativo. Trattando il danno alla reputazione virtuale come un ordinario caso di danneggiamento personale, si può stilare una casistica dettagliata comprensiva di relative compensazioni economiche. In questo caso tutti avrebbero convenienza a sottoscrivere una polizza di questo tipo, non solo gli internauti più accaniti.

Un'assicurazione di tal fatta può essere utile a chi, geloso della propria identità, si sottrae alle dinamiche del web e alla condivisione globale di dati personali, eppure si trova pubblicate inopinatamente informazioni che lo riguardano o magari foto e video postati da altri utenti sui rispettivi account.

Ovviamente vanno calibrate attentamente tariffe e risarcimenti prevedendo oltre alle specifiche varianti proprie del mondo virtuale anche le immancabili truffe e i possibili raggiri ai danni delle compagnie. Esattamente come per qualunque altra polizza. Perché il punto non è dove, né come o quando, ma che, con l'anglofonia cara al web: the damage is done.

Diana Pastarini



MANAGEMENT

Vivere da ottimisti, lavorare meglio

Ecco come scorgere opportunità laddove altri vedono solo nero

Lavorare divertendosi è un must, una necessità di sopravvivenza. Le regole per raggiungere questo obiettivo sono semplicissime e dipendono solo ed esclusivamente da noi.

Per prima cosa dobbiamo prendere il lavoro non come una necessità ma come una nostra scelta. Affrontare il lunedì come se fosse il venerdì e vedere il nostro capo come qualcuno che ha un bisogno irrinunciabile del nostro contributo. I colleghi dovrebbero essere dei compagni di squadra, le riunioni un momento goliardico in cui incontrare amici e discutere di cose che per noi sono interessantissime. So che non sembra facile ma in realtà è una cosa molto, ma molto semplice, **basta vivere da ottimisti**.

Vedere il lavoro con occhi diversi, intravedendo delle opportunità nelle giornate che passiamo al lavoro significa avere una visione ottimistica della vita. L'ottimismo ci aiuta anche e soprattutto nei momenti difficili e fa scorgere opportunità laddove altri vedono solo nero. Se entriamo in **crisi** a causa del nostro lavoro dobbiamo sapere che John Fitzgerald Kennedy disse riguardo a questo termine così poco piacevole: *"scritta in cinese la parola crisi è composta di due caratteri, uno rappresenta il pericolo e l'altro rappresenta l'opportunità"*. L'ottimista quindi anche in questa fase sa scovare l'opportunità nascosta e con cinismo e determinazione sa mettere in campo tutto l'impegno e il coraggio necessari per trovare di nuovo la via verso il successo. E allora perché non essere ottimisti e quindi divertirsi in tutto quello che facciamo?

In realtà la differenza fra ottimismo e pessimismo è solo una diversa visione dello stesso momento. Il pessimista spesso si sofferma sul problema e il "perché è accaduto a me" l'ottimista vede il problema come una grossa opportunità di apprendimento e si chiede subito "come posso utilizzare questa esperienza per il mio vantaggio in futuro".

Se siamo ottimisti veniamo accettati in maniera positiva dal prossimo e viviamo meglio anche con noi stessi. Alziamoci la mattina e diciamoci: "Evviva, oggi posso andare a lavorare".

Ricordiamoci anche che gli ottimisti sono più sani e vivono più a lungo. La ricerca medica ritiene che un atteggiamento positivo causa un notevole impulso nella capacità del corpo di combattere le malattie.

Concluderei con una frase che ben fa capire quello che intendo per affrontare le cose con ottimismo:

"Padre, posso fumare mentre prego? (ma sei matto?); Padre, posso pregare mentre fumo? (certamente fratello, ciò ti fa onore).

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



NEWS

Aci: abbassare le tariffe Rc auto e regolamentare il risarcimento danni

Necessario abbassare i prezzi delle tariffe assicurative. Il monito arriva dall'**Aci** che denuncia livelli record di spesa per gli automobilisti già alle prese con aumenti di carburante, pedaggi autostradali, bolli e superbolli.

Positivo il giudizio sulle misure previste dal decreto liberalizzazioni, sull'abbassamento dell'ammontare dei risarcimenti e il contrasto alle frodi, ma l'Automobile Club d'Italia esprime la propria preoccupazione per alcuni possibili emendamenti che il prossimo iter parlamentare potrebbe apportare al decreto.

In particolare, secondo l'Aci, è fondamentale confermare la norma che prevede, per i danni materiali, che le compagnie possano proporre un carrozziere di fiducia per la riparazione del mezzo e che, in caso di rifiuto, la compagnia possa pagare al danneggiato un importo ridotto.

Inoltre l'Aci chiede al governo tre misure correttive in materia di risarcimento dei danni fisici. Nello specifico: **l'approvazione delle tabelle sui danni fisici più gravi, da 10 a 100 punti d'invalidità; la regolamentazione dei risarcimenti per il "colpo di frusta" evitando che siano pagati danni non oggettivamente rilevabili; la regolamentazione del danno morale per gli incidenti più gravi allineandolo agli standard europei.**

Questi gli interventi che dovrebbero consentire una consistente riduzione dei costi in attesa dell'agognata riduzione delle tariffe Rc auto e di una maggior apertura concorrenziale nel settore.

