

#2  
marzo 2013

# INSURANCE REVIEW

Strategie e innovazione per  
il settore assicurativo

MARKETING  
& INNOVAZIONE

# LA CAPACITÀ DI INTERPRETARE IL MERCATO

**12** L'INTERVISTA

*LA CASA COMUNE  
DEL RISPARMIO*

*Paolo Garonna,  
segretario generale Febaf*

**24** DISTRIBUZIONE

*Agenti e Ania, sarà  
vera distensione?*

**46** MERCATO  
& COMPAGNIE

*Italiani, popolo  
di insicuri*

**50** TAVOLA  
ROTONDA

*GESTIONE SINISTRI  
I sinistri tra obblighi  
e investimenti*



#2 // marzo 2013

## EDITORIALE

**03** INNOVAZIONE  
CONTRO  
DISINTERME-  
DIAZIONE

## L'INTERVISTA

**12** **PAOLO GARONNA**,  
SEGRETARIO  
GENERALE FEBAF  
LA CASA COMUNE  
DEL RISPARMIO

## ATTUALITÀ

**16** PMI, IN PIENA  
EVOLUZIONE  
IL RAPPORTO  
CON IL RISCHIO

**20** SOLUZIONI  
PER IL RIPRISTINO

## DISTRIBUZIONE

**22** COLLABORAZIONI,  
STRATEGIE  
PER USARLE BENE

**24** AGENTI E ANIA,  
SARÀ VERA  
DISTENSIONE?

## OSSERVATORIO

**28** **INTERMEDIAZIONE  
ASSICURATIVA**  
QUALE IMPATTO  
DELLE COL-  
LABORAZIONI  
FRA INTERMEDIARI  
SUL MERCATO  
ASSICURATIVO?

## MARKETING & INNOVAZIONE

**32** LA CAPACITÀ  
DI INTERPRETARE  
IL MERCATO

**34** LA LUNGA  
STRADA VERSO  
L'INNOVAZIONE

**37** TUTTI I NUMERI  
DELLA  
RIVOLUZIONE  
SOCIAL

**38** ZURICH,  
INNOVARE  
CON PRODOTTI  
SPECIFICI

**40** COMPAGNIE  
POCO SOCIAL

**42** LA DIFESA  
È SUL WEB

**43** SPECIALISTI  
DELLA  
INNOVAZIONE

## MERCATO & COMPAGNIE

**44** RISCHIO  
AMBIENTALE,  
PIÙ ATTENZIONE  
DA PARTE  
DELLE AZIENDE  
EUROPEE

**46** ITALIANI,  
POPOLO  
DI INSICURI

## TAVOLA ROTONDA

**50** I SINISTRI  
TRA OBBLIGHI  
E INVESTIMENTI

## TECNOLOGIA & SERVIZI

**58** GLI SPECIALISTI  
DELLA RIPARA-  
ZIONE AUTO

**59** TI GESTISCO  
IL SINISTRO

**60** IL FIDUCIARIO  
SI VALUTA  
SUL WEB

## IL COMMENTO

**61** MEDICAL  
MALPRACTICE  
TRA TUTELE,  
RESPONSABILITÀ  
E RISARCIMENTI

## RUBRICHE

**04** BREVI

**08** **NORMATIVA**  
RAMO III:  
CHIAREZZA  
SULLA NATURA  
DELLE POLIZZE

**09** **NEGOZIAZIONE**  
LA FORZA  
CHE MOTIVA  
LE SCELTE

**10** **SOLVENCY II**  
I PROCESSI  
AZIENDALI:  
COME  
REAGISCONO  
LE COMPAGNIE?

## INNOVAZIONE CONTRO DISINTERMEDIAZIONE

*È tempo di “compagnia digitale”. Una definizione in auge soprattutto a seguito della spinta di carattere puramente legislativo che ha di recente coinvolto il settore assicurativo, con impatti significativi in termini di revisione dei modelli organizzativi e soprattutto nella relazione con il cliente. E così, mentre il sistema bancario da parecchi anni ha potuto sperimentare e consolidare i vantaggi dell’home banking, oggi tra le compagnie inizia a circolare con più decisione l’espressione “home insurance”. Non senza suscitare inquietudine e preoccupazione tra le reti agenziali, vera colonna portante della distribuzione assicurativa nel nostro Paese. La levata di scudi contro il rischio “disintermediazione”, intravisto nell’obbligo da parte delle compagnie di predisporre sui propri siti internet aree dedicate al cliente, non ha tardato a far sentire i propri effetti tra gli intermediari. A disciplinare la materia, in questo caso come in molti altri ambiti ancora in attesa di definitivi interventi attuativi, è chiamata l’Ivass. La tutela del valore della consulenza offerta dagli intermediari sembra un punto fermo, irrinunciabile per offrire le necessarie garanzie al consumatore. Ma qualcosa è comunque cambiato, perché la spinta verso l’innovazione su cui creare la “compagnia digitale” non può più arrestarsi. Ecco allora che agli intermediari spetta il compito di ricercare una collocazione, in questo processo di cambiamento, che sia in grado di riconfermare la centralità della categoria. Un obiettivo che rappresenta certamente un’opportunità da cogliere calibrando, anche in collaborazione con le stesse compagnie, i nuovi paradigmi digitali sulla specificità del territorio, nella singola agenzia e verso i propri clienti.*



**Maria Rosa Alaggio**  
alaggio@insuranceconnect.it