

PRIMO PIANO

Munich Re, i conti delle Nat-Cat

Il crescente peso dei danni provocati dalle catastrofi naturali sta portando a una maggiore sensibilità su questo tema, soprattutto in Europa: è a questo argomento che Munich Re ha dedicato l'ultimo numero della sua pubblicazione annuale "Topic Geo". Gli eventi registrati in Europa, spiega Munich Re, hanno causato un numero di perdite di oltre un miliardo di euro, principalmente per effetto di grandine, raffiche forti e inondazioni. Secondo quanto registrato dal riassicuratore, l'evento più costoso dal 1980 si è verificato in Germania nel mese di luglio 2013, quando potenti grandinate hanno causato perdite complessive per 4,6 miliardi di euro, di cui 3,5 miliardi erano assicurate.

Nel 2015 i danni provocati dagli eventi atmosferici, a livello mondiale, sono rimasti al di sotto della media a lungo termine, con perdite complessive pari a 100 miliardi di dollari, a fronte di una media decennale di 180 miliardi di dollari. Le perdite assicurate ammontano a 30 miliardi di dollari (la media decennale è 56 miliardi). La catastrofe naturale più devastante dell'anno è stato il terremoto in Nepal nel mese di aprile, che ha causato la morte di circa 9.000 persone: le perdite complessive del sisma sono state 4,8 miliardi di dollari. Per leggere le news complete clicca [qui](#).

Beniamino Musto

CONVEGNO

L'intermediario connesso: tra digital, servizio e tecnologia

L'evoluzione del lavoro agenziale nel convegno di Sna e Insurance Connect, tenutosi ieri a Milano presso la sede di Coface e partecipato da circa 250 addetti ai lavori del settore assicurativo

L'intermediario connesso, *social* e *multi-tasking*. È davvero questo il futuro dell'intermediazione assicurativa italiana? È davvero questa la chiave per recuperare i guadagni persi negli anni? Un agente che sappia intessere relazioni on line, dotato di *tablet*, *Pos* e forma digitale? Oppure occorre prima di tutto agire sui contenuti delle polizze, sul ridisegno degli schemi provvigionali? *Paperless* significa non richiedere 35 firme al cliente per una polizza auto in agenzia, oppure chiederle comunque ma su un iPad?

Da queste e altre domande è partito il dibattito all'interno del convegno organizzato da Sna e Insurance Connect, dal titolo *La tecnologia al servizio dell'intermediario*, dedicato alle tecnologie a disposizione degli intermediari assicurativi. L'evento, partecipato da circa 250 addetti ai lavori del settore, e tenutosi alla sede milanese di Coface, ha ospitato una serie di interventi, dibattiti e tavole rotonde con l'obiettivo di indagare e dare risposte rispetto a un mondo assicurativo che, come tanti altri settori, in questi ultimi anni è sempre più connesso.

Ma come ha detto in chiusura della giornata **Claudio Demozzi**, presidente di Sna, intervistato da **Maria Rosa Alaggio**, direttore di tutte le testate di Insurance Connect e moderatore dell'evento, gli agenti devono stare in guardia dalla tecnologia cattiva: "cioè quella che taglia fuori l'intermediario da molte funzioni. Non è lo strumento che fa male, ma l'uso che se ne vuole fare".

LO STATO DELL'ARTE DELLE COLLABORAZIONI

Il convegno, introdotto brevemente da **Michele Languino**, membro dell'esecutivo nazionale di Sna, si è aperto con la ricerca di **Innovation Team**, presentata da **Fabio Orsi**, sullo stato delle collaborazioni tra intermediari a tre anni dal loro sdoganamento e delle evoluzioni tecnologiche in agenzia.

I dati dicono che il 56,4% degli agenti italiani ha una collaborazione, ma il 70% di questi ne fa un utilizzo tattico, soprattutto per sopperire a quelle che si interpretano come mancanze delle mandanti in ambiti specifici (su tutti, Rc professionale e *credito e cauzioni*). Il giro d'affari è però ancora poco significativo, in quanto per il 46,8% non supera i 10 mila euro. Tuttavia, rispetto a tre anni fa, il popolo delle agenzie è notevolmente mutato in direzione di una maggior diversificazione: solo un terzo delle agenzie intermedia un solo marchio generalista.

Per quanto riguarda, invece, l'evoluzione tecnologica è interessante notare come molte agenzie ormai non la considerino una responsabilità delle sole compagnie: sul totale degli agenti, circa il 38% ha sostenuto, o sosterrà nei prossimi anni, investimenti su questo fronte.

UN NUOVO RUOLO PER I GRUPPI AGENTI

Gli agenti sono quindi molto attivi, e in tanti casi cercano le novità e vogliono un supporto, sia dalla compagnia (soprattutto i monomandatari) sia dai gruppi agenti. (continua a pag. 2)



(continua da pag. 1) **Roberto Fresia**, presidente del comitato dei gruppi agenti di Sna, rispondendo alle domande di Maria Rosa Alaggio, ha sottolineato proprio quanto dagli intermediari arrivino richieste di un'integrazione dell'offerta della mandante, un supporto per le nuove tecnologie e l'erogazione di servizi aggiuntivi per facilitare il lavoro in agenzia. "Il ruolo del gruppo agenti - ha spiegato - è profondamente mutato: ora ci sono richiesti servizi tecnologici, formazione aggiuntiva e anche ampliamento dell'offerta. Il gruppo agenti deve saper dare risposte diversificate: per le piccole agenzie che chiedono supporti tecnologici, e per quelle grandi che cercano i rischi di nicchia".

I SOCIAL NETWORK PER APPROFONDIRE LE RELAZIONI

A chiusura della mattinata sono state coinvolte anche le compagnie, attraverso una tavola rotonda organizzata e moderata da Maria Rosa Alaggio, a cui hanno partecipato, oltre a **Paolo Capaccioni**, partner della società di consulenza **Kpmg**, **Roberto Felici**, head of market management di **Allianz** in Italia, **Andrea Amadei**, chief operating officer e retail director di **Aviva** Italia, **Sandro Scapellato**, direttore marketing e distribuzione di **Helvetia** e **Daniilo Ughetto**, direttore del servizio information & communication technology di **Assimoco**.

Il confronto ha messo in luce approcci diversi ma nel solco di un'identità di vedute: l'agente resta centrale per le compagnie solo se sarà in grado di utilizzare le nuove tecnologie, fornite in buona parte dalle imprese, razionalizzare la propria organizzazione, creare nuovi spazi di vendita ed elevare la qualità delle relazioni con clienti e *prospect*. Per quest'ultimo attributo sono (e saranno sempre di più) fondamentali i *social network* che, appare chiaro, non servono a vendere ma a gestire relazioni in modo nuovo e più dinamico. Le compagnie, però, devono creare prodotti assicurativi che abbiano al loro interno *un'esperienza d'uso*, che possano essere usati quotidianamente e non solo una volta che il cliente è colpito da un sinistro (eventualità che, chiaramente, nessuno si augura).

TRA CARTA DEL DIGITALE E NUOVE QUESTIONI LEGALI

L'impegno degli agenti verso l'evoluzione digitale è stato testimoniato dall'intervento istituzionale di **Jean-François Mossino**, delegato di Sna al **Bipar**, e dagli interventi di **Mauro Pecchini**, presidente dell'associazione **Tua Pluri**, **Pasquale Caterisano**, agente di Como, **Gianni Ammirata**, intermediario di Palermo e **Mirko Odepemko**, del blog *Il broker*. (continua a pag. 2)



**ANAPA**
Associazione Nazionale Agenti
Professionisti di Assicurazione
Rete ImpresAgenzia

ENTRA A FAR PARTE DI ANAPA!

**INSIEME POSSIAMO
ANDARE LONTANO!**

CLICCA QUI PER ISCRIVERTI **CLICCA QUI RINNOVARE**



Claudio Demozzi, presidente di Sna

(continua da pag. 2)

Mossino ha parlato della *Carta del digitale*, firmata all'unanimità da tutte le associazioni europee presenti nel Bipar: il principio condiviso è che l'evoluzione digitale è favorevole alla professione dell'intermediario, a patto che non diventi una forma d'intermediazione.

Per garantire, invece, un'evoluzione armonica della tecnologia, Pecchini ha annunciato la creazione di **Share**, una nuova associazione che riunisce le *software house* assicurative per la distribuzione.

Prima dell'intervista finale a Claudio Demozzi, si è tenuta l'ultima tavola rotonda, moderata da **Domenico Fumagalli** e totalmente dedicata ai temi legali della proprietà dei dati, tutela della privacy, concorrenza e vendita a distanza. Gli avvocati **Gianluigi Malandrino**, **Anna Rosa Molinari**, **Nicola Tilli** e **Maurizio Hazan**, storico collaboratore di Insurance Connect, si sono alternati nell'analisi delle

evoluzioni delle responsabilità dell'intermediario in un contesto sempre più stratificato e complesso: l'intermediazione ha nuovi oneri molto spesso trascurati, tra i quali, ha ricordato Hazan, un nuovo filone di contenzioso sulla responsabilità del collocatore di prodotti assicurativi che non verifica correttamente l'adeguatezza della polizza intermediata.

DEMOZZI, AGENTI CAPACI DI STARE SUL MERCATO

Solo sul finale, nell'intervista di Maria Rosa Alaggio a Demozzi, è entrata in scena la politica sindacale. Il numero uno di Sna ha invitato le imprese a condividere con gli agenti "buoni supporti tecnologici che non ci taglino fuori". Sna sta comunque investendo in una piattaforma social interna.

Demozzi ha poi rivendicato la centralità degli agenti che devono avere "maggiore consapevolezza della propria grandezza e dei propri diritti", perché "la maggior parte dei portafogli delle imprese passa dalla capacità degli agenti di stare sul mercato". Ha ammonito sul non farsi "plagiare da visioni di un futuro che non ci appartengono", lanciando un ultimo messaggio al nuovo presidente di **Ania**, **Maria Bianca Farina**, affinché "non si propongano soluzioni che sacrificano i diritti degli agenti".

Tra un dibattito e l'altro, non sono mancate le *case history* e le presentazioni a cura dei partner del convegno, a partire da Coface, che ha messo a disposizione la sala, e con cui Sna ha una partnership consolidata. Al mattino, **Insurance Arena** (www.insurance-arena.com) e **Aec** hanno mostrato le proprie applicazioni dedicate agli intermediari, mentre, al pomeriggio, **Mediass** ha presentato il proprio modello per le collaborazioni agenti/broker.

Fabrizio Aurilia

**Assita®** Sp.A.

RUI A000012675

*"Tutti i più grandi pensieri sono
concepiti mentre si cammina"*

(Nietzsche)

Assita® in cammino
da **35** anni

Insurance Daily

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio alaggio@insuranceconnect.it

Editore e Redazione: Insurance Connect Srl - Via Montepulciano 21 - 20124 Milano

T: 02.36768000 **E-mail:** redazione@insuranceconnect.it

Per inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.it



Convegno

GLI STRUMENTI DELL'INNOVAZIONE

Milano, 17 marzo 2016 (9.00 - 17.00)
Starhotels Business Palace, Via Gaggia, 3

PROGRAMMA

Chairman **Maria Rosa Alaggio**, *Direttore di Insurance Review e Insurance Magazine*

09.00 - 09.30 - **Registrazione**

09.30 - 10.00 - **Le scelte per l'assicurazione del futuro**
Matteo Carbone, principal di Bain & Company Italia

10.00 - 10.20 - **Quali leve per crescere?**
Intervista a Dario Focarelli, direttore generale di Ania

10.20 - 10.40 - **Dall'IT al valore dell'impresa**
Natalia Antongiovanni, business development officer di Icg

10.40 - 11.00 - **L'innovazione secondo Aviva Italia**
Louis Roussille, direttore marketing, communication & digital di Aviva Italia

11.00 - 11.30 - **Coffee break**

11.30 - 11.50 - **Big data e analytics per il mondo assicurativo**
Valerio Momoni, direttore marketing e sviluppo prodotti di Cerved

11.50 - 13.00 - **TAVOLA ROTONDA: Prodotti, canali distributivi e messaggi al cliente**
Federica Alletto, direttore commerciale e marketing di Genertel
Marco Brachini, direttore marketing di Sara Assicurazioni
Giorgio Chiovato, chief back office, sales officer di Ergo Italia
Marco Mazzucco, direttore distribuzione, marketing e brand di gruppo, Reale Group
Marco Rossi, head of sales and marketing di Das
Elisabeth Cellie, responsabile marketing e formazione reti di Assimoco

13.00 - 14.00 - **Pranzo**

14.00 - 14.20 - **Multicanalità, vero strumento per la fidelizzazione**
Enrico Fermi, business developer executive area insurance di Dedagroup

14.20 - 14.40 - **Dalla consulenza alla qualità per l'assicurato**
Sergio Sorgi, vice presidente di Progetica

14.40 - 15.20 - **TAVOLA ROTONDA: Il ruolo dell'IT**

15.20 - 15.40 - **Il settore alla ricerca di nuovi talenti**
Aldo Minucci, presidente di Irsa

15.40 - 16.00 - **La centralità del cliente e l'ottimizzazione delle informazioni**
Giovanni Brunoro, senior sales account executive di Kofax Italia

16.00 - 17.00 - **TAVOLA ROTONDA: Gli strumenti dell'innovazione: strategie di sviluppo a confronto**
Andrea Battista, amministratore delegato di Eurovita
Yuri Narozniak, vice direttore generale di Groupama
Alessandro Scarfò, amministratore delegato di Intesa Sanpaolo Assicura
Giuseppe Turchetti, scuola superiore Sant'Anna di Pisa

sponsorizzato da



Iscriviti su www.insurancetrade.it
Scarica il programma completo