

PRIMO PIANO

Sanità, le proposte di Ania

L'Ania dà il suo generale accordo al disegno di legge in materia di responsabilità professionale del personale sanitario durante un'audizione alla commissione Igiene e Sanità del Senato. La presidente dell'associazione, Maria Bianca Farina, ha però sottolineato alcune criticità che andrebbero corrette in fase di approvazione presso la Camera Alta, e proposto una serie di migliorie al testo.

In generale, ha commentato il numero uno delle imprese assicurative, "vanno ulteriormente implementate e rese obbligatorie, rigorose e strutturate attività di risk management al fine di minimizzare i rischi di errore con riferimento all'attività delle strutture sanitarie e dei singoli professionisti che vi operano". Per quanto riguarda le polizze obbligatorie, non è ammissibile, che ne si determini i contenuti a livello di legge, togliendole di fatto dall'autonomia negoziale. L'Ania, inoltre, è critica verso l'azione diretta nei confronti dell'assicuratore perché la disposizione potrebbe generare aumento della litigiosità, del contenzioso e di comportamenti speculativi.

Infine, l'associazione propone la creazione di un unico fondo a garanzia dell'insolvenza dell'assicuratore, con il contributo di massimo il 4% dei premi incassati dal mercato.

Fabrizio Aurilia

INTERMEDIARI

Essere broker, ai tempi dell'evoluzione digitale

Multicanalità e innovazioni tecnologiche sono delle grandi opportunità, perché possono permettere agli intermediari di automatizzare le attività più semplici. E di concentrarsi su quelle ad alto valore aggiunto, come i servizi di consulenza sui rischi e il supporto nella prevenzione dei danni. Il tema è stato al centro del convegno nazionale di Aiba, che si è tenuto ieri a Roma



La diffusione dei *big data* e la rapida ascesa dell'*Internet of things* sono soltanto due tra le numerose innovazioni tecnologiche che stanno cambiando il volto dell'industria assicurativa ridefinendo le strategie di sviluppo del settore. Anche per gli intermediari. La tecnologia può rappresentare una grande opportunità, sia per rafforzare la relazione con la clientela, sia per sviluppare nuovi servizi consulenziali di alta qualità, superando così i rischi di disintermediazione connessi alla digitalizzazione del mercato. Di questo si è parlato ieri a Roma, nel corso del convegno organizzato

da Aiba, dal titolo: *Il futuro del Broker? Una sfida al presente. I nuovi scenari della mediazione assicurativa.*

Gli assicurati continuano a preferire il rapporto personale con l'intermediario assicurativo professionale nella fase di acquisto, ma la maggioranza dei clienti chiede di interagire con il proprio assicuratore in via multicanale. Aiba vede la digitalizzazione come un'opportunità, perché può permettere agli intermediari di automatizzare le attività semplici, e di concentrarsi su quelle ad alto valore aggiunto, come i servizi di consulenza sui rischi e il supporto nella prevenzione dei danni. Anche attraverso lo sviluppo di nuovi servizi non esclusivamente assicurativi, per mezzo di partnership con *provider* tecnologici.

UNA NUOVA INTERAZIONE CON I CLIENTI

Secondo Aiba, l'evoluzione tecnologica impatta sulle aspettative dei clienti italiani, che richiedono un servizio "quando, dove e come vogliono". Ricercano consulenza in remoto ma, soprattutto, desiderano informazioni comprensibili sui prodotti, mentre la consulenza e il contatto personale restano elementi fondamentali nella fase di approfondimento di bisogni specifici. I clienti italiani, osserva l'associazione dei broker, si distinguono per la scarsa conoscenza delle polizze e la grande attenzione al risparmio. Ma hanno anche una evidente attrazione per la tecnologia.

(continua a pag. 2)



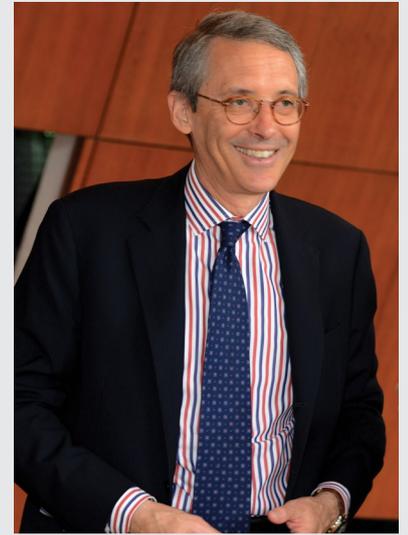
INSURANCE CONNECT su LINKEDIN

Clicca qui per iscriverti al gruppo  Clicca qui per seguire la pagina

(continua da pag. 1) Non va dimenticato che l'Italia rappresenta una *best practice* internazionale nell'utilizzo di *black box*, avendo una percentuale pari al 15% di polizze Rc Auto abbinata a una scatola nera. Domotica, salute e assistenza agli anziani sono altri esempi di concreta applicazione dell'Internet of things, con sicure ricadute sui correlati servizi assicurativi. Attraverso l'utilizzo delle nuove tecnologie si possono avere più informazioni sui clienti, migliorando di conseguenza l'attività di sottoscrizione, con effetti positivi sulla sinistralità. Aiba ricorda che, a livello internazionale, sono già presenti molte iniziative di tecnologia applicata alle assicurazioni, realizzate da società di brokeraggio, che apportano significativi miglioramenti alla customer experience, rinnovando l'immagine dei broker quali principali propulsori di rinnovamento.

IL PROGETTO AIBA DIGITAL

“Attraverso la digitalizzazione – spiega il presidente di Aiba, **Carlo Marietti Andreani** – si possono semplificare le modalità di relazione e migliorare l'efficienza dei processi produttivi”. Questo ha spinto l'associazione a realizzare una piattaforma, *Aiba Digital*, che consente lo scambio reciproco di documenti e di report contabili, senza interventi sui sistemi gestionali, “con evidenti vantaggi in termini di efficienza e di tempestività delle comunicazioni e notevole risparmio di risorse umane dedicate alla verifica delle regolarità amministrative e di costi”, osserva Marietti. Lo strumento, realizzato *in cloud*, consente in questa prima fase lo scambio automatizzato tra broker e compagnie di dati e documenti relativi ad estratti conto periodici e quietanze di pagamento in formato digitale, con l'intenzione, nei prossimi mesi, di estendere il servizio anche ad altre tipologie di documenti, come ad esempio le polizze.



Carlo Marietti Andreani, presidente di Aiba

GESTIONE DEI RISCHI, COME ADATTARSI AL CAMBIAMENTO

La piattaforma messa a punto da Aiba rappresenta una risposta che l'associazione dà alla maggiore complessità del mercato, che chiede al broker una grande capacità di adattamento. Sono numerose le nuove grandi aree di incertezza che coinvolgono il mondo delle imprese: instabilità geopolitica, cambiamenti climatici, rischi reputazionali, *cyber risk*, interruzione delle attività e della *supply chain*. Rischi complessi, potenzialmente in grado di causare rilevanti perdite economiche. Per continuare a rimanere un punto di riferimento dei clienti nella prevenzione e gestione dei rischi, secondo Aiba, i broker devono seguire tre direttrici: adattare i modelli di business su nuovi standard di *risk management* basati sulla efficienza dei costi e sul rafforzamento dell'attività di consulenza e di interazione con i clienti; incrementare l'efficacia delle informazioni raccolte, cercando di anticipare i nuovi rischi emergenti; migliorare la capacità di analisi dei dati per creare in tempo reale azioni di miglioramento nella tutela dei clienti. Secondo Marietti, “le aspettative sul servizio di brokeraggio stanno cambiando di pari passo con i cambiamenti del mondo produttivo. I broker oggi sono considerati dei veri partner aziendali che possono avere un impatto determinante nello sviluppo del business aziendale, intervenendo nei processi decisionali e influenzando i piani strategici delle imprese”. Su questo aspetto, però, il presidente di Anra, **Alessandro De Felice**, intervenuto nel corso del convegno, avverte: “nel mercato c'è un elevato *rischio commodity* a causa della corsa agli sconti: questo – ha ammonito – creerà un peggioramento della qualità del portafoglio rischi delle imprese”.

LA CRESCITA PASSA DALLA CONSULENZA

A intervenire, nel corso del convegno Aiba, anche la presidente dell'Ania, **Maria Bianca Farina**, che ha ricordato come il mercato assicurativo italiano sia “importante e grande. E continua a crescere per motivi strutturali”. Tra questi il fatto che “la spesa pubblica è ai massimi e non può più crescere. Ma i bisogni stanno crescendo con i giovani soprattutto che dovranno preoccuparsi di protezione e previdenza”. Anche Farina vede uno spazio di crescita sul mercato per gli intermediari. “I broker intermediano in media il 13% del mercato dei danni rispetto al 20-25% della media Ue: anche in Italia – ha affermato – si può arrivare a quel livello”. I dati mostrano che almeno una Pmi su quattro (con fatturato tra 10 e 50 milioni) si rivolge al broker per il suo fabbisogno assicurativo. Per questi professionisti, sostiene Farina, c'è quindi “un'opportunità di crescita grazie alla consulenza qualificata favorita anche dall'innovazione tecnologica”.

ASPETTANDO L'ORIA

L'evoluzione tecnologica dovrebbe essere accompagnata di pari passo da quella normativa. Eppure i broker, da ormai due anni, attendono la nascita del nuovo organismo di controllo sugli intermediari (**Oria**) che, sulla falsariga di quanto fatto per mediatori creditizi e promotori finanziari, avrebbe compiti di gestione del registro e di autogoverno con l'irrogazione di sanzioni. Al convegno dell'Aiba, notizie in merito sono state chieste all'Ivass che ha puntato il dito contro il ministero dello Sviluppo economico che starebbe tenendo fermo lo schema di regolamento. “Noi siamo stati leali nella collaborazione istituzionale” ha detto la responsabile della vigilanza sugli intermediari all'Ivass, **Maria Luisa Cavina**, secondo cui il testo “da tempo è nelle stanze del ministero dello Sviluppo”. Cavina ha aggiunto l'auspicio che nel frattempo si sia mosso verso altre stanze istituzionali “di certo non è ancora arrivato al Consiglio di Stato che è un passaggio cruciale”. La lentezza per il varo dell'Organismo era già stata denunciata l'estate scorsa anche dal presidente dell'Ivass, **Salvatore Rossi**.

Beniamino Musto

MERCATO

Sostenibilità e mutualità

Queste le parole chiave per una riforma virtuosa del settore assicurativo. Come è emerso in un convegno organizzato a Roma da Konsumer alla presenza di imprese e intermediari

La volontà di confrontarsi e capire anche le difficoltà della controparte. Con questo spirito si è svolto giovedì scorso nella capitale il convegno *Assicurazioni, quali riforme per il settore?* organizzato da Konsumer e che ha coinvolto **Roberto Castelli**, **Umberto Guidoni** per l'Ania; **Vittorio Verdone** per UnipolSai; **Luigi Viganotti** e **Piergiorgio Pistone** per broker e agenti; **Maurizio Hazan** e **Giampaolo Petri**, per il **Comitato Riforme Assicurative**, promosso da Konsumer.

Tema del convegno la sostenibilità, ovvero un nuovo modo di fare consumerismo, non limitato alle azioni legali, ma improntato al dialogo e alla convergenza degli obiettivi. "Dobbiamo - spiega **Fabrizio Premuti**, presidente Konsumer - tornare a pensare alle assicurazioni come a un sistema virtuoso in cui la mutualità determina la solidarietà tra diversi, mettendo chiunque in condizione di adempiere agli obblighi che assume".

Secondo Premuti, spesso le leggi che regolano il settore, seppur partite in maniera positiva, sono state successivamente modificate da attività di lobby che non hanno fatto gli interessi dei cittadini, i quali, oggi come mai, sono posti al centro della scena a livello legislativo e normativo.

Sul bisogno di mutualità concordano le imprese: **Umberto Guidoni** rimarca la funzione delle assicura-

zioni quale importante forma di protezione e l'inutilità di un rapporto conflittuale tra compagnie e consumatori, ribadendo la disponibilità dell'Ania al dialogo.

L'associazione degli assicuratori sottolinea anche il vantaggio per la collettività di una maggiore diffusione dei dispositivi tecnologici sulle autovetture e l'importanza della portabilità di questi strumenti. "L'installazione delle black box - conferma **Roberto Castelli** - non ha ancora raggiunto i livelli attesi, anche per timori dei cittadini legati alla tutela della propria privacy. Ma gli strumenti attualmente a disposizione garantiscono la difesa dei dati raccolti dalle scatole nere".

Servizio e cultura

Vittorio Verdone evidenzia l'importanza della componente servizio nei prodotti assicurativi, sottolineando che "il benessere del consumatore non può essere ridotto ad un mero contenimento dei prezzi".

Infine, secondo **Luigi Viganotti** non si può parlare di riforme del settore assicurativo se la politica delle compagnie è quella della disintermediazione, a favore di una *intermediazione informatica*. "Manca la cultura di base sulle assicurazioni - conclude - che può essere trasmessa solo dagli intermediari".

Dai lavori del Comitato nascerà un testo, manifesto ideologico per arrivare ad una riforma vera del settore assicurativo, ha annunciato il presidente Konsumer.

Laura Servidio



Fabrizio Premuti, presidente di Konsumer

KOOLSITE®
INSURANCE ANYWHERE
for Insurers, Underwriters, Brokers and PolicyHolders



- // INNOVATIVA INTERFACCIA GRAFICA
- // APPROFITA DELLE CAPACITÀ DEI NUOVI SCHERMI TATTILI
- // TRANSIZIONI / EFFETTI/ ZOOM
- // VERSATILE GESTORE DI COMPITI E DELL'ATTIVITÀ QUOTIDIANA
- // PERSONALIZZAZIONE DELLA SOLUZIONE PER ADATTARLO ALLE ESIGENZE DI UN SINGOLO UTENTE
- // POTENTE MOTORE DI RICERCA
- // TEMPLATES DI WORKFLOW DEI PROCESSI PIÙ USATI

- // MODERNI GRAFICI CON INFORMAZIONE DI BUSINESS
- // CAPACITÀ D'INTERAZIONE ATTRAVERSO WEB SERVICES TRA L'INTERMEDIARIO E LA COMPAGNIA ASSICURATIVA
- // RISORSE AVANZATE DI COMUNICAZIONE: CHAT, SMS, MAIL, PUSH NOTIFICATIONS
- // POTENTE DATABASE CON GESTIONE DI DOCUMENTI INTEGRATO
- // AVANZATO MODULO PER LA DEFINIZIONE E CALCOLO DEL PREMIO DI TARIFFA
 - / CALCOLO DI PREMI, COMMISSIONI, GESTIONE DI FORMULI ATTUARIALI
 - / CONTROLLO DI REGOLE DI CONTRATTAZIONE

#32
marzo 2016

INSURANCE
REVIEW

Strategie e innovazione per
il settore assicurativo

Insurance Review

Strategie
e innovazione per
il settore assicurativo

La rivista che rende l'informazione specialistica
dinamica e immediata.
Uno strumento di aggiornamento e approfondimento
dedicato ai professionisti del settore.

Abbonati su
www.insurancetrade.it/abbonamenti
Abbonamento annuale € 80,00 (10 numeri)

Puoi sottoscrivere l'abbonamento annuale nelle seguenti modalità:

- Compilando il form on line all'indirizzo www.insurancetrade.it/abbonamenti
- Inviando un'email a abbonamenti@insuranceconnect.it

Modalità di pagamento:

- On line con Carta di Credito all'indirizzo www.insurancetrade.it/abbonamenti
- Bonifico bancario Antonveneta IBAN IT 94 U 01030 12301 0000 0158 0865

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