

## PRIMO PIANO

## Eiopa, allerta fondi pensione

I fondi pensione europei sbattono contro il muro degli stress test promossi da Eiopa. Stando a quanto comunicato ieri sera dall'Autorità, il settore "presenta in media asset insufficienti a fronteggiare le passività pensionistiche". E un eventuale shock del comparto, prosegue la nota, "potrebbe ripercuotersi sull'economia reale con un impatto negativo su crescita e occupazione".

Condotti su 195 istituti distribuiti fra 20 Stati membri dell'Unione Europea, gli stress test non costituiscono "un esame da promosso o bocciato". Nessuna lista di buoni e cattivi, quindi, ma soltanto l'immagine di un settore che appare fragile e non in grado di fronteggiare eventuali shock di mercato. I buchi nel bilancio comune si attesterebbero a 349 miliardi di euro nello scenario base, e a 702 miliardi nello scenario avverso: in caso di crisi, le lacune sarebbero colmate con un maggior sostegno degli sponsor e/o con una riduzione dei benefici pensionistici. Le ripercussioni sul tessuto economico sarebbero immediatamente visibili.

"Le giovani generazioni non possono essere chiamate a sopportare un carico eccessivo soltanto per l'eccessiva accondiscendenza di nostri giorni e per la negligenza a fare tutto quello che è necessario", ha commentato Gabriel Bernardino, presidente di Eiopa.

Giacomo Corvi

## COMPAGNIE

## Amissima si trasforma e investe sugli agenti

**Commoditizzazione e servizi personalizzati. Secondo Antonio Scognamillo, direttore commerciale della compagnia, la polarizzazione dell'offerta assicurativa non mina il ruolo degli intermediari. Ecco perché le strategie distributive puntano alla valorizzazione della rete agenziale attraverso investimenti dedicati**

Un adattamento continuo al cambiamento. La rivoluzione tecnologica, la crisi permanente e la trasformazione sociale stanno impattando sia sul comportamento dei clienti, sia sulle compagnie. In questo contesto, **Antonio Scognamillo**, direttore commerciale di **Amissima** spiega a Insurance Daily la strategia commerciale della compagnia controllata dal gruppo **Apollo**. "I clienti chiedono meno burocrazia, più comprensione e facilità di acquisto, tariffe più basse per i servizi ritenuti ormai una commodity, ma allo stesso tempo desiderano maggiore consulenza per soddisfare bisogni assicurativi e finanziari personalizzati e ad alto valore aggiunto, come welfare, risparmio e investimento", dice Scognamillo, che nella commoditizzazione in corso include non solo l'Rca, ma anche le Tcm, le cauzioni provvisorie, infortuni, malattie, abitazione, piccola azienda, assistenza, piccole protezioni ai beni e alle persone. Prodotti che si prestano più facilmente alla distribuzione online o senza consulenza. Anche se, ammette il manager, richiedono ancora profondi interventi da parte delle fabbriche prodotto per migliorare comprensione, adeguatezza e semplicità. Un processo di standardizzazione che Scognamillo considera inesorabile, anche se non avverrà in un tempo così ristretto come si crede. "I clienti hanno bisogno di semplicità e allo stesso tempo di assistenza di alto livello per bisogni specifici. Più che all'indennizzo bisogna puntare su prevenzione, riduzione del rischio e prestazioni sostitutive. Per questo i clienti sono disposti a pagare di più rispetto alla media del prezzo di mercato", spiega Scognamillo, che alla luce dell'evoluzione dell'offerta assicurativa indica la strategia per lo sviluppo del business di Amissima: un'alleanza con gli intermediari al fine di erogare rapidi servizi ad alto valore aggiunto.



Antonio Scognamillo, direttore commerciale di Amissima

### IMPOSSIBILE DISINTERMEDIARE

"Alla luce della Idd, sarebbe un suicidio non avere un personale adeguato, con un rapporto stabile con i clienti. Per questo remuneriamo gli agenti il 30% in più della media del mercato". Scognamillo crede che la standardizzazione e la digitalizzazione dell'offerta assicurativa non metterà a rischio gli intermediari. "È vero che ci sono prodotti che possono essere comprati direttamente dai clienti, ma gli italiani sono molto pigri, spesso per non entrare in rete preferiscono pagare di più passando per l'intermediario".

(continua a pag. 2)



### INSURANCE REVIEW su LINKEDIN

Seguici sulla pagina cliccando qui

(continua da pag. 1)

Il prossimo futuro non riserva quindi una rivoluzione nelle abitudini dei consumatori italiani. “Nelle intenzioni siamo pronti a passare al digitale, ma attualmente non vedo le condizioni più adatte a un vero salto di qualità, a partire dallo stato delle infrastrutture della rete in Italia”, spiega il direttore commerciale. “Se il principio di scelta della polizza è il prezzo più basso, le compagnie sono tutte in balia del mercato; in realtà sulla decisione del consumatore pesa il rapporto di fiducia con l’intermediario. Se interrompiamo il rapporto con l’agente, il rischio è perdere il cliente finale”. Scognamillo fa l’esempio della nuova tariffa auto disponibile dal 2018: “Tra febbraio e maggio 2018 avremo un vantaggio competitivo, che rischia però di essere annullato dalla competizione del mercato. A quel punto la forza di Amissima sarà data dai rapporti che i nostri intermediari hanno con i clienti”. Logica conseguenza: investire sugli intermediari per fornire un migliore servizio al cliente. “È finita l’epoca della subordinazione delle agenzie alle mandanti. Ora sono gli agenti che scelgono le compagnie. Per questo dobbiamo essere accattivanti, flessibili e attenti ai bisogni dell’intermediario”.



## SPAZIO AI COLLABORATORI

Scognamillo divide la rete degli intermediari di Amissima in due cluster. Una rete con un rapporto fidelizzato della clientela, con abitudini relazionali tradizionali e bassa capacità di adattarsi alla digitalizzazione e ai cambiamenti in atto. Nel secondo cluster, colloca invece due reti: la prima immessa dal 2013 al 2016, la seconda nata a gennaio 2017. “La prima rete aveva la necessità di risanare i conti. Una rincorsa alla raccolta premi, che non è stata della qualità sperata, ma ha mantenuto in piedi la compagnia, con un indice di rinnovo di portafoglio che supera il 90%, quando sul mercato un indice del 70% è già significativo. I colleghi agenti messi in rete da gennaio 2017 hanno un portafoglio più grande di sette volte in media rispetto agli agenti precedentemente immessi”. Il risultato complessivo è quello che Scognamillo chiama “un minimo sindacale” per una compagnia che vuole essere una eccellenza nel mercato: 2/3 motor e 1/3 rami elementari. “Per supportare questa trasformazione e accelerare i tempi di realizzazione – prosegue - la direzione commerciale ha semplificato la propria struttura interna e i propri processi, dando una decisa impronta digitale e utilizzando tecnologie come l’intelligenza artificiale per la gestione dei processi base a basso valore aggiunto, moltiplicando al tempo stesso la propria dedizione a rapporti umani che esaltino le diverse specificità di territori, organizzazioni e persone”. La presenza di agenti più anziani e meno flessibili nell’affrontare l’innovazione digitale sta spingendo la compagnia a investire in formazione che coinvolga anche la sottorete, fatta di giovani. “La rete di vendita è costituita da 5.300 risorse. Gli agenti sono 700, tra cui 300 storici. Con loro abbiamo condiviso di animare la rete dei collaboratori con un investimento in formazione che ci porta a cambiare l’agenzia senza cambiare gli agenti. Abbiamo già attivato 1.000 risorse. La sfida dall’anno prossimo è portarne in attività circa 2.500”. Importante l’apporto delle piattaforme digitali. “Utilizziamo i webinar a cui, una volta a settimana, si collega tutta la rete, con temi quali marketing digitale, la tecnicizzazione, la nuova regolamentazione del monte sconti nella rca, l’uso dei social network. C’è una chat che consente di fare domande e ricevere risposte. Poi tutto viene registrato e caricato in modo da essere utilizzato successivamente. Inoltre il prossimo anno, da marzo a dicembre, attiveremo master universitari di secondo livello, destinati alle migliori risorse che hanno già dato prova di efficienza sia nella formazione che nelle attività commerciali”.



Antonio Scognamillo incontra alcuni collaboratori di agenzia

## UN DIGITALE UMANIZZATO

Amissima non crede più nel Crm ma vuole offrire all’intermediario un modello di sviluppo crd (Customer relationship development), un ecosistema a forte componente umana supportato dalla tecnologia. Detto altrimenti, si punta sull’umanizzazione dello strumento digitale. “Se un agente ha il 75% del portafoglio fondato sull’auto, è evidente che non ha clienti ma fruitori di un prezzo. In futuro avremo meno auto da assicurare, con dinamiche che impongono a compagnie e intermediari di strutturarsi anche in altri ambiti di offerta”.

Per questo il punto focale dello sviluppo della compagnia è “un marketing a forte connotazione digitale che si avvicini sia all’intermediario sia al cliente finale nei luoghi che predilige, attraverso i social network, e con un linguaggio più semplice e amichevole”. Si punta così all’integrazione delle attività social dei clienti con i dati di portafoglio per conoscere i comportamenti dei clienti. “Puntiamo su Facebook perché è il canale social che ci consente di scoprire i comportamenti più naturali dei clienti”, conclude Scognamillo.

**Alessandro Giuseppe Porcari**

## Incendio: la complessa gestione del post sinistro

**Competenza e volontà di collaborazione tra le parti interessate sono sempre più necessarie per la ricostruzione di eventi in cui l'azione del fuoco ha determinato danni gravi. Quello dei periti rimane un ruolo chiave, con la dotazione di tecnologie che possono accelerare l'indagine e quindi i processi di liquidazione**

La chiarezza nei ruoli delle parti e la volontà di collaborazione sono elementi essenziali nel trattamento di un sinistro grave come quello da incendio. Un confronto sulle best practice per gestire simili casi ha avuto luogo nel corso del terzo convegno *Chimivigila*, organizzato di recente da **Edam** e rivolto a tutte le figure private e istituzionali che si occupano delle problematiche collegate alla produzione, manipolazione e trasporto di sostanze chimiche pericolose. Nella tavola rotonda dedicata più precisamente al tema dell'interazione tra le parti coinvolte - patrocinata da **Insurance Skills Jam, Anra e Cineas** -, si è parlato del ruolo dell'assicuratore, dei periti, del *fire investigator* e delle società di bonifica, figure che devono districarsi spesso in situazioni di grande complessità.

### Incendio, sinistro complesso

Le condizioni che scatenano un incendio si determinano spesso da una concomitanza di fattori derivanti il più delle volte da errori umani, non ultimo lo stoccaggio di sostanze chimiche pericolose in un contesto o con modalità non adeguate: il disastroso incendio avvenuto nel 2015 nel porto cinese di **Tianjin** fu causato dalla coesistenza ravvicinata di 8.000 tonnellate di nitrato di ammonio, nitrocellulosa, carburo, nitrato di sodio e di potassio, e di 12.000 autoveicoli pronti per la distribuzione nel mercato asiatico. La situazione fu peggiorata da un'opera di spegnimento inadeguata, in cui l'uso di grandi quantitativi di acqua diede luogo a reazioni



Giovanni Lercari, amministratore delegato di Lercari Srl

chimiche a catena. Illustrando il caso, il *fire expert* **Giovanni Cocchi**, ha evidenziato come non sia possibile comprendere la natura di un incendio se non dopo che se ne siano accertate le cause, e come nel caso in cui siano coinvolti prodotti chimici, l'assistenza di un ingegnere chimico può essere di grande aiuto al *fire investigator* nell'identificare i possibili scenari incidentali.

### Il ruolo chiave delle parti istituzionali

Ruolo chiave nell'attività di rendere chiara la dinamica degli eventi è quello del **Nucleo investigativo antincendi** del corpo nazionale dei **Vigili del fuoco**, che ha il compito di ricercare e analizzare le cause dell'evento fornendo un supporto agli organi di polizia giudiziaria per le attività investigative. **Armando De Rosa**, vice dirigente del Nucleo investigativo antincendi, ha sottolineato il ruolo centrale della polizia giudiziaria per l'attività investigativa e quindi, quale elemento di supporto all'attività di tutte le parti: "senza le attività svolte nell'immediatezza dei fatti dalla polizia giudiziaria operante, si rischia di compromettere l'acquisizione di fonti di prova e con esse l'accertamento dei fatti accaduti". A sostegno di questo ruolo è stata sviluppata una specifica app sull'investigazione delle cause d'incendio ed esplosione, dotata di funzioni finalizzate all'acquisizione di dati raccolti sullo scenario dell'incidente, tra cui rilievi video e fotografici, testimonianze, raccolta di annotazioni di servizio e informative di reato.

(continua a pag. 4)



Sergio Ginocchietti, dirigente liquidazione property di UnipolSai

(continua da pag. 3)

La necessità di una fattiva interazione tra le parti istituzionali (V.V.FF., autorità di polizia giudiziaria e magistratura) e private (impresa, periti, fire investigator e bonificatori) interessate è stata sottolineata da **Sergio Ginocchietti**, dirigente liquidazione property di **UnipolSai**, per il quale “esistono aree di sicuro miglioramento, in modo particolare rispetto al contenuto delle verbalizzazioni riguardanti le attività investigative sulle cause che avrebbero generato il sinistro”, informazioni essenziali per la ricostruzione dei fatti e delle responsabilità dalle quali le compagnie assicurative non possono prescindere.

#### Chiarezza di mandato per i periti

L'intervento di **Giovanni Lercari**, che con i fratelli **Gian Luigi** e **Alessandro** rappresenta la quinta generazione dell'omonimo gruppo peritale, è stato esplicativo del valore del coordinamento tra tutte le forze interessate, in particolare forze dell'ordine e magistratura, per la corretta definizione del sinistro e quindi anche per quanto riguarda il processo liquidativo e l'eventuale azione di rivalsa: “la tempestività di azione attraverso un team specialistico

è essenziale sia per fornire all'assicurato un pronto intervento su salvataggio, bonifica e *stop corrosion*, sia per porsi a fianco del fire expert e fornirgli un supporto documentale e informativo all'indagine”. Giovanni Lercari ha poi ricordato come il suo gruppo abbia scelto di intervenire solo per conto di imprese assicuratrici e non di privati, pur nella disponibilità ad interagire con le figure peritali di parte incaricate dai danneggiati: “è per noi un fattore chiave disporre di un'adeguata organizzazione e agire con tempestività nel rigoroso rispetto del mandato peritale”. È in quest'ottica che il gruppo Lercari si applica nell'innovazione tecnologica, mettendo a disposizione l'utilizzo dei droni e di termo camere, sistemi di georeferenziazione e video perizia.

L'aspetto della chiarezza del mandato peritale è stato sottolineato anche da **Claudio Masini**, amministratore delegato di **Masini & C.**, specializzata nelle perizie di parte per le aziende, mentre **Matteo Bistoletti** di Edam si è soffermato sul complesso equilibrio nel rapporto fra società di bonifica e l'azienda sinistrata, soprattutto in relazione al regime di “cessione di credito”.

Maria Moro



**SOCIETÀ E RISCHIO**  
L'INFORMAZIONE PER UN MONDO CHE CAMBIA

RIVISTA ON LINE DI CULTURA  
DEL RISCHIO E CULTURA ASSICURATIVA

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

[www.societaerischio.it](http://www.societaerischio.it)



#### Insurance Daily

**Direttore responsabile:** Maria Rosa Alaggio [alaggio@insuranceconnect.it](mailto:alaggio@insuranceconnect.it)

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

**T:** 02.36768000 **E-mail:** [redazione@insuranceconnect.it](mailto:redazione@insuranceconnect.it)

Per inserzioni pubblicitarie contattare [info@insuranceconnect.it](mailto:info@insuranceconnect.it)