

PRIMO PIANO

Cedu, ok ai detective privati

Gli assicuratori possono far ricorso a investigatori privati per verificare l'entità di eventuali sinistri. La Corte europea dei diritti dell'uomo ha giudicato infondato il ricorso presentato da una coppia svizzera che era stata sorvegliata da un detective per conto di una compagnia: secondo i giudici, la sfera privata non era stata violata.

Nel 2001 l'uomo era stato vittima di un incidente stradale e, in qualità di passeggero, aveva avviato un'azione di risarcimento per un totale di 1,8 milioni di franchi. La compagnia aveva dunque assoldato un detective per verificare l'adeguatezza della richiesta: dopo quattro giorni di sorveglianza in luoghi pubblici, era emerso che l'uomo era in grado di alzare pesi, fare la spesa, passare l'aspirapolvere e lavare l'auto. La moglie, seppur difficilmente identificabile, era apparsa in alcune immagini.

La coppia aveva inizialmente fatto appello al tribunale federale per presunte azioni illecite contro la personalità, ricevendo un rifiuto e decidendo quindi di far ricorso alla Cedu. I giudici di Strasburgo hanno affermato che la sorveglianza, avvenuta in luoghi pubblici, era stata effettuata al solo fine di preservare l'interesse dell'assicuratore. Inoltre, ha aggiunto la Corte, le informazioni sulla moglie sono state raccolte casualmente e non possono configurare come una sorveglianza sistematica.

Giacomo Corvi

INNOVAZIONE

Scenari di condivisione delle relazioni

Il modello di business rappresentato dalle piattaforme è oggi al contempo la più grande opportunità e la più grande minaccia per gli operatori assicurativi tradizionali. Comprenderne i meccanismi di funzionamento e di generazione del valore è un passo imprescindibile per ogni assicuratore

Le piattaforme hanno già cambiato le nostre vite come cittadini, consumatori, dipendenti o executive; e hanno tutti i requisiti per portare ulteriori importanti cambiamenti. La cosa più rilevante in merito alle piattaforme non è tanto chiedersi se una realtà come **Amazon** entrerà nel comparto assicurativo, quanto comprendere le dinamiche e l'enorme e repentino impatto che queste stanno avendo nella maggior parte dei settori industriali. A prescindere da quali attori potranno essere protagonisti, è difficile immaginare che un settore come quello assicurativo non venga anch'esso coinvolto, o travolto, da questi nuovi modelli.

È importante comprendere come il business delle piattaforme, si pensi ad **Uber** o **Airbnb**, abbia potuto generare una *disruption* e in alcuni casi dominare ampi settori tradizionali in pochi anni. Interessante è anche comprendere come le piattaforme possano prosperare con l'impiego di pochissimi dipendenti se paragonate agli incumbent.

I risultati delle piattaforme sono incredibili, e assolutamente inattesi se paragonati ad altri modelli di business. Si pensi ad **Uber** che in cinque anni dal lancio nel 2009 è stato valorizzato 50 miliardi di dollari, o il gigante cinese del retail **Alibaba** che gestisce quasi un miliardo di prodotti senza avere un magazzino con un singolo articolo. Oppure **Facebook** che, con oltre un miliardo e mezzo di utenti regolari che guardano notizie, immagini, è la più grande media company al mondo senza che produca un singolo contenuto.

L'INFORMAZIONE COME VALORE

Com'è possibile che importanti settori siano stati conquistati mese dopo mese da nuovi business che non dispongono di quelle che tradizionalmente sono considerate le risorse chiave per avere successo? Come è possibile che questa dinamica stia interessando un settore dopo l'altro? (continua a pag. 2)



INSURANCE CONNECT È SU LINKEDIN

Iscriviti al gruppo Segui la pagina

 

(continua da pag. 1) La risposta sta nelle piattaforme: sono un nuovo modello di business che utilizza la tecnologia per connettere persone, organizzazioni e risorse in un ecosistema nel quale incredibili quantità di valore sono create e scambiate. Altri esempi di piattaforme sono **YouTube, eBay, Wikipedia, iPhone, Twitter, Instagram, Pinterest** e tante altre ancora; numerose altre trasformazioni di questo tipo stanno per emergere.

Dove le piattaforme trovano terreno fertile per aver successo? Lo trovano in tutti quei settori dove le informazioni hanno un valore fondamentale: in questi casi le piattaforme possono giocare un ruolo.

Già nel 2014 tre delle cinque più grandi aziende per capitalizzazione, **Apple, Google e Microsoft**, utilizzavano il modello di business della piattaforma. Attualmente molti incumbent stanno faticosamente cercando di avvicinarsi a questo modello di business.

Volendo fornire una definizione di piattaforma, possiamo dire che si tratta di un business che permette la generazione di valore attraverso la relazione tra produttori esterni e consumatori. Le piattaforme forniscono una infrastruttura aperta e partecipativa a supporto di queste interazioni e definiscono le impostazioni di governance. Le piattaforme facilitano lo scambio di beni servizi o una moneta sociale, permettendo la creazione di valore per tutti i partecipanti.

Le piattaforme di oggi sono supportate da sofisticata tecnologia software per connettere produttori e consumatori con assoluta precisione, velocità e facilità, producendo dei risultati che hanno quasi del miracoloso.

UNO SPAZIO PER L'ASSICURAZIONE

Per avere successo nelle piattaforme, gli assicuratori dovranno esaminare attentamente i loro ruoli tradizionali e i loro modelli di business e valutare le opportunità di collaborare con attori di altri settori. Adottare una mentalità nuova sarà una difficile sfida per molti assicuratori, ma chi comprende questo scenario in evoluzione può muovere i primi passi verso la generazione di nuove fonti di entrate.

Gli assicuratori possono svolgere più ruoli in una piattaforma. Ad esempio, la piattaforma di mobilità personale offre una serie di opportunità per espandersi in aree quali l'acquisto di veicoli e gestione della manutenzione, condivisione del viaggio, connettività del veicolo e parcheggio. Di conseguenza, gli assicuratori hanno una serie di opportunità per espandere i loro ruoli.

Poiché le piattaforme consentono e richiedono un focus sulla prevenzione dei rischi, la creazione di partnership sarà una priorità fondamentale.

L'ascesa delle piattaforme coinvolge più imprese che si uniscono in relazioni simbiotiche per ottenere un valore maggiore per se stesse di quanto non possano acquisire da sole. Ad esempio, nel suo tentativo di partecipare alla piattaforma della salute, Apple ha lanciato la piattaforma aperta *Healthkit*, che offre agli utenti dei dispositivi Apple la possibilità di condividere i propri dati di salute e attività su applicazioni affiliate sui loro smartphone. Questa integrazione consente agli utenti e ai partecipanti del mondo della medicina, inclusi medici, ricercatori, ospedali e sviluppatori di applicazioni sanitarie e di fitness, di accedere a dati preziosi per l'assistenza al paziente, studi di ricerca, marketing e sviluppo del prodotto.

INTERAGIRE CON IL CLIENTE

I nativi digitali hanno dimostrato con successo che la proprietà della relazione con il cliente è un trampolino di lancio per un ruolo ecosistemico, di piattaforma. Il cuore del settore assicurativo è altamente regolamentato, il che conferisce agli assicuratori un vantaggio competitivo grazie alle loro competenze normative e ai loro enormi capitali gestiti.

Gli assicuratori possono sfruttare l'adozione di IoT da parte dei consumatori per creare opportunità per interazioni migliori e più frequenti con i clienti (ad esempio attraverso dispositivi indossabili) e migliorare l'efficienza attraverso l'automazione basata su sensori.

OPPORTUNITÀ DA COGLIERE

Una strategia orientata alle piattaforme può facilitare l'espansione degli assicuratori in aree di attività adiacenti e completamente nuove, utilizzando servizi complementari. Le opzioni includono l'offerta di soluzioni ibride, innovative nell'assicurazione e offerte di servizi con partner di altri settori (ad esempio, manutenzione predittiva, parcheggio intelligente e assistenza preventiva).

L'avvento delle piattaforme è allo stesso tempo una delle maggiori opportunità, e una delle più grandi minacce legate alla digitalizzazione. Non tutti i settori e i giocatori sono ugualmente adatti a perseguire questa opportunità; i grandi assicuratori sono in linea di massima i più adatti a evolversi in orchestratori di piattaforme.



Paolo Meciani,
fondatore di Bime Consulting,
coordinatore Insurtech presso AssoFintech

INTERMEDIARI

Serrao: la trattativa sull'Ana va ripresa al più presto

Il vicepresidente del Ga-Gi (e membro della giunta di Anapa) illustra a Insurance Daily il suo punto di vista sul vecchio accordo: diversi elementi andrebbero ammodernati, a partire dai profili di esclusiva fino alle indennità di fine rapporto

Riprendere la trattativa tra intermediari e imprese per il rinnovo dell'Accordo imprese agenti (Ana), scaduto da oltre 15 anni. È uno degli obiettivi prioritari di **Anapa Rete ImpresAgentzia**, come ricorda **Federico Serrao**, componente della giunta esecutiva dell'associazione presieduta da **Vincenzo Cirasola**. Già presidente del **Gruppo Agenti Augusta** e attualmente vice presidente del **Ga-Gi** (Gruppo Agenti Generali Italia), Serrao spiega a *Insurance Daily* il suo punto di vista in merito alla necessità di modificare alcuni istituti presenti nell'accordo: sia da un punto di vista normativo (ad esempio gli articoli riguardanti i regimi e i profili di esclusiva) sia sotto l'aspetto economico, per quanto concerne le indennità di fine rapporto e le rivalse conseguenti.

Agli agenti, oggi, si richiede molto più impegno rispetto al passato: i nuovi regolamenti esigono professionalità, tempo,

attenzione. Come concilia la sua attività associativa, che svolge sia nel Ga-Gi, sia in Anapa, con i suoi impegni professionali?

Negli ultimi 10 anni, dai decreti Bersani in avanti, è stato un susseguirsi di innovazioni legislative e regolamentari che hanno radicalmente, seppur in modo graduale, cambiato la nostra professione. Negli ultimi due anni, il combinato disposto della direttiva Idd, con introduzioni particolarmente rilevanti quali la Pog, e del regolamento Gdpr hanno richiesto da parte dei gruppi agenti, ma ancora di più alle associazioni di categoria, un impegno profondo. Noi come Anapa sui nuovi regolamenti **Ivass** abbiamo presentato una serie nutrita di emendamenti, alcuni dei quali di vitale importanza, quali ad esempio la **hard disclosure**.

(continua a pag. 4)

POLIZZA RC PROFESSIONALE
**INTERMEDIARI
ASSICURATIVI**

www.polizzaRCintermediari.it
POLIZZA RESPONSABILITÀ CIVILE 2019

INTERMEDIARI ASSICURATIVI

Iscritti alle Sezioni A - B del RUI

MASSIMALE PER ANNO SINISTRO	FRANCHIGIA ZERO	FRANCHIGIA 1.000	FRANCHIGIA 5.000	FRANCHIGIA 10.000	FRANCHIGIA 25.000
1.875.927	€ 472,50	€ 425,25	€ 350,00	€ 297,50	€ 245,00
2.500.000	€ 519,75	€ 467,78	€ 385,00	€ 327,25	€ 269,50
3.000.000	€ 590,63	€ 531,56	€ 437,50	€ 371,88	€ 306,25
4.000.000	€ 637,88	€ 574,09	€ 472,50	€ 401,63	€ 330,75
5.000.000	€ 685,13	€ 616,61	€ 507,50	€ 431,38	€ 355,25

Gli importi indicati corrispondono al premio minimo. Il premio della polizza sarà conteggiato sul fatturato 2017

Condizioni operanti:

- ✓ Responsabilità solidale Legge 221/2012
- ✓ Rivalsa Fondo di Garanzia per iscritti Sez. B) del RUI

- ✓ Retroattività dalla data di iscrizione al RUI
- ✓ Attività relative a forme pensionistiche complementari

www.polizzarcintermediari.it è gestito da ASSIMEDICI Srl

20123 Milano, Viale di Porta Vercellina 20 - Tel. 02.91.98.33.11 - Fax 02.87.18.10.98

www.polizzarcintermediari.it E-mail info@polizzarcintermediari.it PEC info@assimedici.eu

Partita Iva 07626850965 - Iscr. RUI B000401406 del 12.12.2011 Cap. Soc. 50.000,00





Federico Serrao

(continua da pag. 3)

Non entro nel merito perché non me ne sono occupato direttamente, avendo un'altra delega, ossia quella relativa al Ccnl dei dipendenti, ma come tutti i componenti di giunta ho dato il mio contributo. Comunque il lato positivo di partecipare attivamente alla vita politico-sindacale risiede nel riflesso positivo di dover essere sempre sufficientemente preparati per rappresentare al meglio gli interessi della nostra categoria.

Lei è vice presidente del Ga-Gi da circa due anni. Come valuta questa esperienza? È stato difficile integrarsi, considerata la diversa provenienza?

Sto vivendo un'esperienza positiva. Sia in giunta che in consiglio direttivo, ma anche nel rapporto con i colleghi semplicemente associati, ho ricevuto un'accoglienza calorosa tanto dal punto di vista professionale quanto da quello umano.

Anch'io ho cercato di fare del mio meglio, mettendo al servizio dei colleghi i 15 anni di esperienza di vita associativa, di cui gli ultimi sei alla guida di un gruppo agenti. Pur facendo le debite proporzioni, tra il Gruppo Agenti Augusta da cui provenigo, e il Gruppo Agenti **Generali Italia**, con il quale ci siamo uniti nel 2016 e che ritengo possa definirsi il più importante gruppo agenti italiano, l'aver gestito per molto tempo in prima linea problematiche simili, pur se non identiche e in particolare tutta l'integrazione in Generali Italia, mi ha consentito di essere sufficientemente forgiato a livello mentale.

Infine, per quanto riguarda le diverse provenienze, mi sento di dire che la diversità ha arricchito entrambi.

Lo scorso novembre si è svolto a Roma il congresso nazionale di Anapa Rete ImpresAgenzia. Ci può fare una sintesi degli obiettivi futuri dell'associazione?

Il congresso di Roma del 14 novembre è stato ricco per temi trattati e personaggi di grande spessore intervenuti. Così come anche è stata ricca la partecipazione dei colleghi. Per quanto riguarda gli obiettivi del prossimo triennio, tra le priorità non può che esserci la ripresa della trattativa per il rinnovo dell'Accordo imprese agenti scaduto da oltre 15 anni. A neanche un

mese dal congresso, Anapa è stata ricevuta da rappresentanti del Governo e del Parlamento, con lo scopo di sensibilizzare anche la classe politica sul tema.

All'**Ania** e alla presidente **Maria Bianca Farina**, abbiamo già scritto e richiesto l'apertura di un tavolo di trattativa.

Francamente, non è più concepibile che alcuni istituti trovino ancora spazio all'interno del nostro accordo: sia da un punto di vista normativo (si pensi ad esempio agli obsoleti articoli riguardanti i regimi e i profili di esclusiva), sia dal più che noto aspetto economico, riguardante le indennità di fine rapporto e le rivalse conseguenti, è doveroso comprendere che le compagnie non possono più esimersi dal tenere, a proprio carico, una quota parte dell'indennità legata all'anzianità dell'agente uscente. E ancora: che senso ha trattare gli scorpori di portafoglio senza focalizzare l'attenzione sul tema certamente più attuale degli accorpamenti? Sono solo alcuni tra i punti che andrebbero modificati. Spero vivamente che la trattativa riprenda in fretta, con la partecipazione fattiva di tutte le sigle sindacali.

All'interno della giunta e del consiglio direttivo di Anapa figurano molti volti nuovi. Si tratta di un segnale di cambiamento?

Il ricambio e l'ingresso, laddove possibile, di colleghi più giovani a ricoprire cariche ufficiali (vedi i rappresentanti regionali di Lombardia, Piemonte, Emilia Romagna, Toscana e Sicilia) è risultato essere più che un semplice intento pre-elettorale. Aggiungiamo, tra le new entry, tre donne nel consiglio direttivo e una in giunta nazionale. Una parte importante dei programmi futuri risiede proprio nel tentativo attraverso le singole attività regionali di attrarre più colleghi a partecipare attivamente alla vita associativa. Abbiamo l'intenzione di far crescere Anapa: non dimentichiamo che il partito maggiore tra noi agenti risulta essere ancora quello dei non iscritti a nessuna sigla sindacale.

All'orizzonte potrebbero esserci in futuro ulteriori fusioni all'interno della galassia delle rappresentanze che fanno capo a Generali Italia. Ritiene che tale prospettiva sia concretamente attuabile?

Non sono a conoscenza di progetti in questa direzione, ma auspico che nel momento in cui si deciderà di affrontare il problema, gli sforzi saranno compiuti per dare vita a un'unica rappresentanza unitaria.

Carla Barin

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

Supplemento al 18 gennaio di www.insurancetrade.it – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577