

PARABREZZA  
ROTTO?

NON ASPETTARE



INSURANCE  
Daily

Oltre 160 centri  
in tutta Italia.

Scopri quello  
più vicino a te!

www.glassdrive.it **800 01 06 06**

GLASSDRIVE®  
Un marchio Saint-Gobain

● MARTEDÌ 17 SETTEMBRE 2019 N. 1601

PRIMO PIANO

## Rc auto, prosegue il calo

Non si arresta la discesa del premio medio Rc auto. Stando ai numeri dell'ultimo bollettino statistico Iper, pubblicato ieri dall'Ivass, nel secondo trimestre del 2019 gli automobilisti hanno pagato mediamente 405 euro la propria polizza auto. Il premio risulta in calo dell'1,5% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, con punte del 4% a Roma e del 4,5% in province come Enna, Caltanissetta, Catanzaro e Vibo Valentia: il Sud e le Isole, più in generale, registrano i principali ribassi.

Il 50% degli assicurati, continua l'indagine dell'Ivass, ha pagato meno di 362 euro. L'89% delle polizze è stato invece soggetto a uno sconto medio del 34%, che ha contribuito a far proseguire il trend decrescente del premio applicato alla copertura assicurativa. Le compagnie tradizionali, precisa quindi il rapporto, tendono a riconoscere sconti più elevanti a più ampie percentuali di clienti assicurati.

Cresce infine il numero di assicurati che decidono di installare la scatola nera all'interno della propria vettura. La diffusione sul territorio nazionale delle black box risulta ancora a macchia di leopardo, concentrandosi principalmente nelle regioni del Sud: a Caserta, per esempio, il 63% delle polizze è abbinato a una scatola nera.

Giacomo Corvi

COMPAGNIE

## I progetti di Axa e Mps in ambito salute

Ieri a Milano si è svolto il primo appuntamento di un ciclo di incontri ideati per raccontare nuove possibili risposte e nuovi servizi per i cittadini. Tra le iniziative presentate, le cabine mediche che la compagnia ha messo a disposizione dei clienti della banca, in via sperimentale, per eseguire 14 esami diagnostici

Stretti tra nuove esigenze di cura e un servizio sanitario nazionale sempre meno in grado di garantire tempistiche ragionevoli, gli italiani stanno guardando con sempre maggiore interesse al mondo assicurativo. Il settore è in crescita: la gran parte delle compagnie italiane ha indicato nel segmento salute uno dei pilastri attorno a cui costruire le proprie strategie.

È il caso di **Axa Italia** che ha recentemente lanciato un interessante esperimento in collaborazione con il suo storico partner di bancassurance, **Monte dei Paschi di Siena**. Nella filiale Mps di via Santa Margherita, a Milano, i clienti hanno a disposizione una cabina medica in grado di eseguire un primo screening del proprio stato di salute in autonomia, con ben 14 esami diagnostici, dalla pressione, all'esame della vista e dell'udito e molto altro, da condividere poi con il proprio medico di fiducia per eventuali approfondimenti.

L'iniziativa è stata presentata ieri a Milano, all'interno di un incontro dal titolo *La salute prima di tutto*. Si tratta del primo di una serie di appuntamenti (ci saranno altre due tappe, a Padova e a Bari) organizzati da Axa e Banca Mps per raccontare le nuove possibili risposte e i nuovi servizi dedicati alla salute e al benessere.

### COSA SIGNIFICA STARE BENE

Al centro dell'evento, il rapporto degli italiani con la salute e il benessere, partendo da un'indagine condotta dall'istituto di ricerca **Episteme**, che ha evidenziato i nuovi bisogni in ambito assistenza e prevenzione, ispirando così l'introduzione di nuovi servizi a valore aggiunto che vanno "oltre l'assicurazione".

La ricerca segnala tre trend chiave. Il primo consiste nella crescita dell'interesse degli italiani sul tema, con la necessità di nuovi punti di riferimento; il secondo riguarda il significato dell'essere in salute, tra aspettative di benessere e piena armonia psicofisica, ma anche con un approccio alla cronicità vista come *nuova normalità* da fronteggiare; infine, le nuove pratiche diffuse: dagli stili di vita orientati alla prevenzione (ad esempio l'attenzione al proprio peso), alla medicina naturale complementare, ma soprattutto il crescente interesse nei confronti dell'integrazione tra pubblico e privato per anticipare le tempistiche di accesso ai servizi.

Nel confronto tra le aree geografiche, la ricerca di Episteme ha rilevato nell'area del Nord-Ovest una grande attenzione per i tempi di attesa e la velocità di servizio: piace, ad esempio, la consegna dei farmaci a domicilio; altra priorità riguarda la disponibilità all'uso della tecnologia, ad esempio con il teleconsulto. Per quanto riguarda il Nord-Est, l'accento è stato posto dagli intervistati sulla centralità dei servizi per la famiglia, con un'attenzione alla personalizzazione (ad esempio alla scelta del medico). Al Sud riscontrano interesse la tecnologia indossabile, i programmi di benessere (fisici e psico-fisici), l'alimentazione e la possibilità di ricorrere a un secondo parere medico.

(continua a pag. 2)



Un momento dell'evento

PARABREZZA  
ROTTO?

NON ASPETTARE



INSURANCE  
Daily

Oltre 160 centri  
in tutta Italia.

Scopri quello  
più vicino a te!

www.glassdrive.it

GLASSDRIVE®

● MARTEDÌ 17 SETTEMBRE 2019

N. 1601

(continua da pag. 1)

### L'IMPORTANZA DEL FATTORE TEMPO

In particolare, gli abitanti di Milano risultano particolarmente virtuosi sul fronte della salute e della prevenzione: il 34,2% degli intervistati si prende cura della propria salute in maniera attiva e costante e il 53,7% sta attento a non ammalarsi. L'elemento cruciale nel rapporto con la salute è il fattore tempo, con un ruolo chiave assegnato alle assicurazioni: il 46% degli intervistati milanesi chiede un aiuto per l'abbattimento dei tempi di attesa per esami e interventi, e il 44,2%, servizi per la gestione delle malattie croniche (monitoraggio e assistenza).

Tra i dati più significativi vi è poi l'apertura verso nuovi servizi e le nuove tecnologie, come la possibilità di consultare un medico giorno e notte al telefono (40,1%) o in videochiamata (39,6%), il recapito diretto della ricetta in farmacia (34,5%), o la consegna del farmaco a domicilio (33,7%), fino alla richiesta da parte del 66,8% degli italiani di un robot per l'assistenza domestica di anziani o persone con problemi di mobilità e il 68,5% di interessati alla telemedicina.

"L'impegno che Axa, pioniere dell'innovazione tecnologica e sulla salute, mette in campo per essere partner del cliente in quest'area – ha spiegato **Domenico Martiello**, chief distribution e sales officer di Axa Italia – consiste nella capacità di andare a comprendere i fenomeni, studiando le esigenze dei propri clienti in tutto il mondo". Il gruppo francese finanzia ricerche per individuare le soluzioni tecnologiche, di processo e di servizio in ambito sanitario. "È ciò che stiamo facendo – ha proseguito – per dare alcune delle risposte alle esigenze che sono emerse nella ricerca. Lo stiamo facendo assieme a un partner come Mps che ha maturato una fortissima prossimità e un legame forte come la propria clientela". Secondo Martiello, la principale esigenza è quella di poter accedere in modo semplice a delle cure affidabili. "Ed è questo un servizio che abbiamo incominciato a offrire ai clienti. Con Mps da ottobre scorso abbiamo messo a punto una soluzione, Assistenza 360, lanciata un anno fa, che include i servizi di invio della ricetta medica in farmacia, il recapito a domicilio dei farmaci e il video consulto medico 24 ore su 24, oltre a servizi di assistenza personalizzati, come un fisioterapista o un infermiere a domicilio".



Domenico Martiello, chief distribution e sales officer di Axa Italia

### I PROGRAMMI PER IL FUTURO

Secondo **Maurizio Bai**, responsabile direzione rete di Banca Mps, "in un momento in cui cambiano i bisogni legati alla salute ed emergono con forza nuove esigenze sul fronte del benessere, Banca Mps vuole offrire ulteriori servizi di assistenza fortemente personalizzati che confermano l'impegno e l'attenzione verso i clienti – ha sottolineato –. Stiamo lavorando insieme al nostro partner storico Axa per progettare prodotti sempre più all'avanguardia a tutela del benessere delle famiglie, con l'obiettivo di promuovere una gestione della relazione completa e innovativa".

Per il futuro, il progetto di Axa e di Mps è quello di integrare il video consulto con le prestazioni specialistiche e nuovi servizi di assistenza come l'accompagnamento alle visite e alle terapie mediche. "Vogliamo continuare a sviluppare – ha rivelato Martiello – quei servizi che rispondono alle esigenze espresse nella ricerca: accesso rapido, affidabile, a un consulto medico, non solo generalista ma specialistico. Inoltre, sperimenteremo l'accompagnamento alle visite mediche specialistiche o alla fisioterapia: si pensi a quelle persone che sono impossibilitate a muoversi con facilità perché hanno una gamba ingessata".

Beniamino Musto



LEGGE SULL'OMICIDIO  
STRADALE:  
SCOPRI  
LE POLIZZE ARAG  
PER LA  
CIRCOLAZIONE.



PARABREZZA  
ROTTO?

NON ASPETTARE



INSURANCE  
Daily

Oltre 160 centri  
in tutta Italia.

Scopri quello  
più vicino a te!

www.glassdrive.it

GLASSDRIVE®  
Un marchio Saint-Gobain

● MARTEDÌ 17 SETTEMBRE 2019

N. 1601

EVENTI

## Al XVII Convegno Benpower, il futuro dei sinistri property

L'evoluzione del ramo e la centralità del claims management saranno i temi principali dell'evento in programma dal 17 al 20 ottobre sul Lago Maggiore. Insurance Connect è media partner

XVII CONVEGNO

Benpower

L'EVOLUZIONE  
DEL RAMO PROPERTY

LA CENTRALITÀ DELLA GESTIONE SINISTRI



Innovazione, evoluzione, rivoluzione: tre parole chiave per affrontare il tema del cambiamento nel mondo dei sinistri property.

Se ne parlerà diffusamente al XVII Convegno di Benpower, L'evoluzione del ramo property. La centralità della gestione sinistri, che quest'anno si svolgerà dal 17 al 20 ottobre, presso il Grand Hotel Dino (Baveno) sulle rive del Lago Maggiore. Insurance Connect è media

partner dell'iniziativa e **Maria Rosa Alaggio**, direttore di questa testata, coordinerà una delle tavole rotonde previste per venerdì 18.

L'innovazione nella gestione dei sinistri, sia nei modi sia nei processi, rappresenta un fattore critico di successo, una leva fondamentale per raggiungere importanti traguardi di business e di servizio. Ne deriva l'evoluzione negli obiettivi, con il passaggio dalla centralità delle polizze a una sempre maggiore attenzione della soddisfazione del cliente e la revisione delle metodologie, con la ricerca di nuovi strumenti di fidelizzazione dell'assicurato. Si giunge sino alla rivoluzione tecnologica, tramite app di gestione del sinistro, di connettività immediata e riduzione assoluta dei tempi e distanze.

Venerdì 18 ottobre tanti rappresentanti del settore assicurativo si confronteranno sui cambiamenti che il sistema sta vivendo oramai da anni. Nessun ruolo escluso: il futuro è per tutti un esercizio quotidiano.

Ogni anno Benpower offre ai propri partner sia un'esperienza che racchiuda il confronto su temi fondamentali inerenti al ramo property, sia un'occasione di incontro tra diverse figure del settore assicurativo: l'obiettivo è creare una rete di professionisti che condividano spirito innovativo e ricerca dell'eccellenza. L'azienda di bonifica si rende così portavoce di esperienze e professionalità differenti, necessariamente coesistenti, per creare un ponte tra prassi e strategia nella gestione dei danni da incendio, allagamento ed evento naturale.

Per scaricare l'agenda dei relatori che venerdì 18 ottobre parteciperanno alle quattro sessioni di conferenze e tavole rotonde, clicca qui.

Per scaricare l'intero programma, clicca qui.

La partecipazione è a invito.

Per maggiori informazioni, scrivere a [comunicazione@benpower.com](mailto:comunicazione@benpower.com)

COMPAGNIE

## Munich Re Italia: la nuova sede di Milano

Gli uffici sorgono in un palazzo riquilificato nel quartiere finanziario. Grande attenzione alla flessibilità interna e alla sostenibilità dei materiali

Una nuova sede nel cuore del business district milanese (via Pola 9), vicino alla stazione Centrale, ai quartieri di Garibaldi e Isola. Sono i nuovi uffici di **Munich Re Italia**, che dalla prossima settimana si trasferisce nella nuova location. Un palazzo riquilificato, con ampie superfici in vetro su tre piani.

Per il disegno dei nuovi spazi, fanno sapere dalla compagnia, sono stati coinvolti i dipendenti: l'interno si adatta alle esigenze dello staff e all'accoglienza dei clienti, all'insegna della flessibilità e della sostenibilità.

Gli spazi flessibili permetteranno così a team diversi di riunirsi, anche accogliendo colleghi da tutto il mondo per lo sviluppo di progetti per il mercato italiano. L'obiettivo è avere un luogo di lavoro che stimoli lo scambio tra i dipendenti e consolidi lo spirito aziendale. Ma non mancano anche aree progettate per attività individuali e aree di socializzazione, come tre terrazzi a disposizione dei dipendenti e per l'organizzazione di eventi con i clienti.

L'altro caposaldo è la sostenibilità: la nuova sede ha ricevuto la certificazione Leed per il risparmio energetico e idrico, la riduzione delle emissioni di CO2, il miglioramento della qualità ecologica degli interni, i materiali e le risorse impiegati, il progetto e la scelta del sito. Sarà molto limitato l'uso della carta e della plastica: ci saranno distributori d'acqua e borracce a disposizione dei dipendenti.

La scelta di materiali, per esempio per l'impiantistica idraulica, ottimizza i consumi energetici, mentre sensori regolano l'illuminazione in funzione dell'orario della giornata, della presenza dei dipendenti, evitando così gli sprechi.

Gli interni, infine, riprendono i colori aziendali, mentre le opere d'arte e le installazioni luminose sono utilizzate per rendere lo spazio più stimolante.

Fabrizio Aurilia

PARABREZZA  
ROTTO?

NON ASPETTARE



## TECNOLOGIE

### Data-driven, si può fare di più

Ne è convinto il 57% dei professionisti sentiti per l'ultimo white paper realizzato da Weborama, in collaborazione con Axionable



© MILANTE - iStock

Recenti discipline normative hanno imposto ai player tradizionali del settore bancario e assicurativo di dare accesso ai propri database. La novità, che si inserisce in un più ampio momento di trasformazione digitale, ha consentito alle start up del settore di sviluppare e proporre nuovi modelli di servizi, nativi digitali e data-driven, capaci di offrire una customer experience innovativa e accattivante.

Il mercato appare dunque in pieno fermento. E gli operatori tradizionali, nonostante l'ingente quantità di dati che hanno a disposizione, rischiano di rimanere indietro. Una mano, in questa direzione, arriva dal report *Banca e assicurazione: i dati, chiave del successo di oggi e domani*, white paper realizzato da **Weborama** in collaborazione con **Axionable**. Il quadro che ne emerge è quello di un settore che, per quanto in rapida trasformazione, potrebbe fare molto di più con i dati di cui dispone. Il 57% degli oltre 70 professionisti intervistati è convinto che il mercato possa fare decisamente meglio: il fronte dei soddisfatti si ferma soltanto al 20%.

L'82% del campione ritiene gli operatori tradizionali in ritardo rispetto ai nuovi player digitali in materia di data strategy. La strada della digitalizzazione sembra tuttavia segnata: il 56% dei professionisti intervistati annovera fra le principali aspettative dei clienti la possibilità di accedere a servizi bancario-assicurativi 24 ore su 24, sette giorni su sette. Opinioni diverse, invece, sul ruolo ricoperto dai dati nelle strategie globali dei grandi gruppi del settore: il 51% ritiene che godano già di una profonda considerazione, il 49% la ritiene ancora insufficiente. Campione diviso a metà anche per quanto riguarda il processo di disintermediazione: per il 52% non si arriverà mai verso una dematerializzazione totale, mentre il restante 48% prevede un progressivo diradamento delle strutture fisiche e una relazione totalmente online con il cliente.

G.C.

## INTERMEDIARI

### Officina del Sapere, online il nuovo sito

Design essenziale e contenuti innovativi per il portale della scuola di formazione di Acb



È online il nuovo sito web de *L'Officina del Sapere*, scuola di formazione fondata nel 2013 da **Acb** per favorire la diffusione della cultura assicurativa e la trasmissione di competenze tecniche e specialistiche fra i broker assicurativi. Sviluppato in modalità responsive per favorirne la consultazione anche tramite dispositivi mobile come smartphone o tablet, il portale presenta un design essenziale e una grafica accattivante che riprende i colori e le forme del logo. Rinnovata anche la struttura per offrire una navigazione più intuitiva e semplificare l'accesso e il dialogo con gli interlocutori. Cambia anche il menù, rinnovato nelle sue voci per presentare informazioni immediate e dettagliate sui diversi servizi che la scuola di formazione è in grado di offrire a tutti i potenziali interessati. Fra le novità, spicca in particolare la creazione di una sezione dedicata alle Faq sugli strumenti di formazione e aggiornamento professionale: la pagina, illustra un comunicato stampa, fornirà "un considerevole supporto e una descrizione dettagliata dei possibili quesiti che l'intermediario ha la necessità di porre e a cui viene fornita una risposta con la possibilità di beneficiare di una consulenza personalizzata".

G.C.

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)

Supplemento al 17 settembre di [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it) – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577

PARABREZZA  
ROTTO?

NON ASPETTARE



# INSURANCE Daily

Oltre 160 centri  
in tutta Italia.

Scopri quello  
più vicino a te!

www.glassdrive.it **800 01 06 06**

**GLASSDRIVE**  
Un marchio Saint-Gobain

● MARTEDÌ 17 SETTEMBRE 2019 N. 1601

Convegno



insuranceTrade®  
WWW.INSURANCETRADE.IT

8 OTTOBRE 2019

MILANO ■ 09.00 - 17.30 ■ Palazzo delle Stelline, Corso Magenta, 61

Chairman *Maria Rosa Alaggio*, direttore di *Insurance Review* e *Insurance Trade*

- 09.00 - 09.30 - Registrazione
- 09.30 - 09.50 - **Il ruolo degli agenti nella customer experience omnicanale**  
Presentazione dell'Osservatorio sulla Distribuzione assicurativa  
*Marco Barilli, sales director Italy & Greece di Toluna Italy*  
*Giorgio Lolli, manager mercato e finanza di Scs Consulting*
- 09.50 - 10.10 - **Risultati e programmi per la valorizzazione della rete agenziale**  
*Simone Salerni, direttore commerciale di Allianz*
- 10.10 - 10.30 - **Prodotto assicurativo e trasparenza nei comportamenti: come cambia il rapporto tra compagnie e intermediari?**  
*Carlo Galantini, Galantini & Partners studio associato*
- 10.30 - 10.50 - **Riorganizzare la professione di intermediario gestendo priorità, obblighi e responsabilità**  
*Andrea Dalla Villa, responsabile area sinistri di Cgpa Europe*
- 10.50 - 11.10 - **Professional Indemnity: mercato, opportunità e soluzioni**  
*Marcello Lombardini, direttore sviluppo commerciale di ArgoGlobal Assicurazioni*
- 11.10 - 11.30 - Coffee break
- 11.30 - 12.45 - **TAVOLA ROTONDA: L'evoluzione dell'intermediario professionista, tra problematiche e opportunità**  
*Vincenzo Cirasola, presidente di Anapa Rete ImpresAgenzia*  
*Stefano De Polis, segretario generale di Ivass*  
*Claudio Demozzi, presidente di Sna*  
*Luca Franzì De Luca, presidente di Aiba*  
*Vittorio Verdone, direttore corporate communication & media relation del gruppo Unipol*  
*Luigi Viganotti, presidente di Acb*  
*Ania (\*)*
- 12.45 - 13.00 - Q&A
- 13.00 - 14.00 - Pranzo
- 14.00 - 14.20 - **Tutelare il cliente valorizzando la sicurezza in auto**  
*Marco Lovisetto, general manager di Doctor Glass*
- 14.20 - 14.40 - **Business travel, analisi dei bisogni e direttrici di sviluppo**  
*Riccardo Torchio, chief marketing & communication officer di Europ Assistance Italia*
- 14.40 - 15.00 - **Il progetto di rappresentanza degli Agenti UnipolSai Associati (Aua)**  
*Angelo Colia, Paola Minini, Jean François Mossino, Nicola Picaro, Enzo Sivori, comitato dei presidenti di Aua, Agenti UnipolSai Associati*
- 15.00 - 15.20 - **Gli intermediari e il superamento del concetto di ripristino**  
*Stefano Sala, amministratore delegato del gruppo per*
- 15.20 - 15.40 - **Quando la rete agenziale è una leva competitiva**  
*Mario Guarnone, responsabile della distribuzione di Aviva Italia*
- 15.40 - 16.00 - **Il vantaggio di fare squadra per gestire la complessità e sostenere il cambiamento**  
*Lucia Mauro, docente Cineas del Master in management & leadership skills*
- 16.00 - 17.15 - **TAVOLA ROTONDA: L'agenzia del futuro, quali interventi sulla struttura organizzativa, l'operatività e la capacità di generare business?**  
*Roberto Conforti, presidente di Uea*  
*Marco Lamola, direttore distribuzione canali professionali di Cattolica*  
*Alessandro Lazzaro, responsabile della commissione distribuzione dell'Unione agenti Axa*  
*Donato Lucchetta, presidente del Gruppo agenti Cattolica*  
*Dario Piana, presidente del Gama e presidente del comitato dei gruppi aziendali di Sna*  
*Sebastiano Spada, presidente di Ulias*  
*Enrico Ulivieri, presidente del Gruppo agenti Zurich*
- 17.15 - 17.30 - Premiazione agenti

Main sponsor:



Official sponsor:



Iscriviti su [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it)  
Scarica il programma completo

(\*) invitato a partecipare