



PRIMO PIANO

È uscito Insurance Review

Siamo pronti per Solvency II? Le compagnie, e più in generale il settore assicurativo italiano, sapranno affrontare l'entrata in vigore della normativa? È questo il tema di copertina del numero di settembre di *Insurance Review*, ora in distribuzione. La rivista mensile dedicata al settore assicurativo e a tutto ciò che ruota intorno alla gestione del rischio, è giunta al settimo appuntamento e dopo la pausa estiva torna con il consueto mix di news e approfondimento.

Interviste ai protagonisti del settore: dai manager di compagnia, agli intermediari, ai responsabili delle Authority di vigilanza. Questo mese lo speciale è dedicato a una classifica ragionata e commentata delle compagnie dirette: quanto stanno crescendo, quanto fanno paura a quelle tradizionali e agli intermediari, quanto davvero convengono ai clienti? E poi opinioni, idee e commenti sul marketing, sui regolamenti e sulla normativa.

Insurance Review propone tutti i contenuti attraverso una grafica nuova, dinamica, colorata che concilia estetica e informazione: infografiche con dati ed elementi che accompagnano la lettura rendendola varia e altamente fruibile. Disponibile tramite abbonamento, scrivendo ad abbonamenti@insuranceconnect.it, oppure accedendo direttamente alla pagina di Insurancetrade.it, cliccando qui.

INTERMEDIARI

Gaat, al via ieri a Torino il 56° congresso

La quattro giorni è stata inaugurata dal discorso di apertura del presidente Roberto Salvi, che ha ricordato i risultati ottenuti nel confronto, a tratti duro, avuto con Generali. Nel pomeriggio, spazio agli interventi di alcuni manager di primo piano della compagnia, che hanno spiegato agli agenti gli obiettivi. In corso oggi la presentazione delle prospettive della società di intermediazione Gaat Service

Il 56° congresso del **gruppo agenti di assicurazione Toro** (Gaat) si è aperto ieri a Torino all'insegna dell'orgoglio per l'appartenenza a un marchio forte di 180 anni di attività. Il presidente del Gaat, **Roberto Salvi**, ha anticipato la convocazione del congresso rispetto alla sua scadenza naturale, ritenendo necessaria un'analisi collegiale della situazione e degli indirizzi politici, con particolare riferimento all'attività di **Gaat Service**, la società a capitale diffuso attraverso cui gli agenti Toro potranno gestire anche un'autonoma attività di intermediazione, sulla base delle nuove norme che permettono la libera collaborazione tra intermediari. I lavori sono iniziati con la proiezione di un video in cui si ricordava che "Toro esiste dal 1833: cancellare questa storia significa assumersi una grande responsabilità". Sul palco, alla grande statua di un toro a dimensione naturale, è stato affiancato un cartellone per mettere in chiaro la prima rivendicazione degli agenti: mantenere all'interno di **Generali Italia**, oltre al nome, anche lo storico marchio.



Roberto Salvi, presidente Gaat

LA FORZA DEL BRAND

Salvi ha ricordato quanto il Gaat abbia "sempre combattuto per avere una propria forza contrattuale, in grado di garantire un futuro professionale libero". *(continua a pag.2)*

NEWS DA WWW.INSURANCETRADE.IT

Itas presenta la sua scuola di scrittura creativa

Itas Assicurazioni mette gratuitamente a disposizione delle scuole secondarie, inferiori e superiori, dieci corsi indirizzati ai docenti. "La compagnia - sottolinea **Ermanno Grassi**, direttore generale - vuole favorire lo sviluppo di un'importante competenza dei giovani, come quella della scrittura, fondamentale per la loro crescita come persone capaci di affrontare le sfide del mondo moderno". I docenti che parteciperanno alle lezioni di Lorenzo Carpanè, professore all'Università di Verona e Bolzano e formatore di Palestra della Scrittura di Milano, e che si terranno nelle scuole interessate, saranno guidati a identificare i mezzi per catturare l'attenzione degli studenti. I professori impareranno a far costruire storie di diversi generi letterari. Le scuole che vorranno partecipare possono fare richiesta contattando Itas attraverso la mail comunicazione@gruppoitas.it, o il telefono 0461.891884.



**Seguici anche su
Facebook alla
pagina di
Insurance Connect
e su Twitter
@insurancetrade**



Bruno Scaroni, chief distribution officer Generali Italia

(continua da pag. 1) Il presidente ha citato alcuni episodi di questa “dura battaglia” portata avanti con il Leone, tra cui, “la lettera di diffida ricevuta da Generali, contenente la minaccia di revoca del mandato”. La vicenda si è poi conclusa con un chiarimento tra le due parti, e con “una lettera - ha precisato il presidente del Gaat - che la compagnia mi ha inviato, e attraverso la quale giudicava ‘superato’ l’episodio”. Salvi ha voluto evidenziare “la grande determinazione e la forte capacità di coesione dimostrata dal Gaat in tutti questi mesi”, che hanno permesso di raggiungere risultati come quello del *co-branding* (che affiancherà il nome Toro a quello di Generali), il mantenimento dei mandati attuali, così come dei capitolati provvisori a essi connessi, e degli schemi incentivanti in essere, almeno per i prossimi due o tre anni. L'altra vittoria che Salvi ha sottolineato è quella di aver ottenuto la garanzia che tutte le attuali realtà agenziali saranno preservate nel rispetto degli accordi collettivi. Per questi ultimi si valuterà l'opportunità di un aggiornamento nel corso dei prossimi 12-24 mesi, ma al momento ne è confermata la piena operatività.

IL FUTURO È NEL GAAT SERVICE

“Un’iniziativa di grande impatto, che in questo momento rappresenta la mia *mission* per il prossimo futuro”. Così Salvi ha introdotto il tema del Gaat Service, argomento che occuperà i lavori del congresso per tutto il corso della giornata odierna. La società di intermediazione costituita dal gruppo agenti Toro è una società a capitale diffuso con *governance* controllata attraverso un *voting trust*. La volontà degli agenti Gaat è quella di renderla operativa al più presto, permettendo ai circa 400 intermediari, che hanno già sottoscritto quote della società, di gestire in autonomia la propria attività professionale. Nel programma di sviluppo della società, è prevista l'apertura di punti vendita Gaat, fra loro affiliati, a garanzia e promozione di un'unica identità, sotto il marchio **Gaat Assicurazioni**: gli agenti aderenti potranno quindi offrire ai propri clienti un'ampia gamma di prodotti e di servizi offerti dalle compagnie partner, oltre alle soluzioni Generali. Sono già stati avviati contatti, tra gli altri, con un importante player, come Uca Assicurazioni.

IL PROGETTO GENERALI ITALIA SPIEGATO DAI MANAGER DEL LEONE

Nel pomeriggio, alcuni manager di Generali (era atteso Raffaele Agrusti, ma ha dovuto dare *forfait*) hanno spiegato alla platea del Gaat quali saranno le linee guida del progetto Generali Italia. **Manlio Lostuzzi**, chief insurance officer della neonata compagnia, ha esortato gli intermediari a “lavorare da subito tutti insieme. Non possiamo aspettare il 2015. Abbiamo la più grande gamma di prodotti sul mercato - ha spiegato - e pertanto è necessario ampliare il più possibile le competenze sull'offerta da proporre al cliente. Per questo sarà fondamentale anche investire su una formazione adeguata”.

Il chief distribution officer **Bruno Scaroni**, ha sottolineato gli obiettivi della nuova compagnia: rafforzamento della rete, miglior livello di servizio, aggiornamento e ampliamento dell'offerta prodotti, semplificazione e investimenti sul *brand*. Il manager ha inoltre ripercorso con gli agenti i vari step su cui il progetto verrà articolato: una prima fase di integrazione “virtuale” e di operazioni commerciali, una seconda di integrazione tecnica e operativa, e una terza fase che vedrà la vera e propria integrazione commerciale.

Infine, **Fabio Carsenzuola**, responsabile pianificazione commerciale di Generali Italia, ha voluto sottolineare la disponibilità della compagnia verso le richieste del Gaat: “Generali Italia si fonda sul mantenimento del modello di agenzia Toro”. Il manager ha ricordato l'importanza che verrà data alla sede di Torino, che diventerà il presidio territoriale della nuova compagnia per il Nord Ovest, nonché per tutto il *business* auto. Carsenzuola ha voluto poi elencare “i vantaggi e le opportunità per la rete Toro, come quella di una capacità assuntiva unica sul mercato, di un catalogo prodotti aggiornato e innovato con frequenza, di un sistema informatico moderno, e di nuove azioni commerciali”.



Seguici anche su Facebook alla pagina di Insurance Connect e su Twitter @insurancetrade

Beniamino Musto



EVENTI

Al premio Assiteca 2013, i campioni della compliance

Il riconoscimento dedicato alla gestione del rischio giunge alla sua quarta edizione. Nel corso della premiazione di fine novembre a Milano, le aziende vincitrici del concorso sveleranno le proprie best practice



Un concorso aperto alle aziende che vogliono misurare il proprio livello di *compliance* normativa, gestionale e di processo. Questo il tema della quarta edizione del **Premio Assiteca**, *Politiche e procedure per garantire la compliance aziendale*. C'è ancora tempo per le iscrizioni: chi voles-

se partecipare potrà ancora ricevere il questionario.

Appuntamento per tutti, comunque, il prossimo 28 novembre, a Milano, nell'ambito dell'*Annual Economia & Finanza* del **gruppo 24Ore**, quando il player specializzato nel brokeraggio assicurativo premierà le aziende vincitrici. L'obiettivo del premio è anche quello di diffondere la cultura della gestione del rischio tra le imprese, attraverso soluzioni organizzative riconosciute e condivise da tutta l'azienda. Una buona gestione della compliance può prevenire ricadute negative sul bilancio, sull'immagine e sulla reputazione presso l'opinione pubblica, la comunità finanziaria e gli *stakeholder*.

Nel corso della giornata finale del concorso, saranno presentati i risultati dell'indagine e le *best practice* delle aziende vincitrici, premiate sulla base del voto dei partecipanti e del giudizio espresso dai membri del comitato tecnico scientifico.

Il comitato presieduto da **Bruno Giuffrè**, avvocato e presidente dell'associazione dei componenti degli organismi di vigilanza ex d.lgs 231/2001 (**Aodv**²³¹) comprende: **Alberto Floreani**, professore associato presso la facoltà di Scienze Bancarie Finanziarie e Assicuratrici dell'**Università Cattolica del Sacro Cuore** di Milano; **Federica Seganti** direttore del **Master Mib - school of management** e docente di Finanza aziendale; **Paolo Rubini** presidente dell'associazione nazionale *risk manager* (**Anra**) e responsabile delle assicurazioni aziendali; **Giancarlo Veltroni**, vice presidente dell'associazione nazionale direttori amministrativi e finanziari (**Andaf**), sezione Lombardia, e cfo di **Randstadgroup Italia**; **Renato Gazzola**, presidente e co-fondatore di **Sernet**, società specializzata nella consulenza sui temi del governo aziendale; **Fabio Pavesi**, caposervizio Finanza de **Il Sole 24 Ore**; **Maria Rosa Alaggio**, direttore di tutte le testate di informazione targate **Insurance Connect** ed **Edmondo Tettamanzi**, partner di **Assiteca**.

Per ulteriori informazioni: clicca qui

Fabrizio Aurilia

FORMAZIONE

Dalla slide all'apprendimento

La preparazione di un evento formativo passa attraverso delle regole ben precise. Come per fare un dolce si parte dalla ricetta, così nelle attività di formazione il cliente deve dichiarare l'obiettivo che si prefigge, e la strada che pensa di voler seguire per raggiungerla. Il trainer, se non conosce bene l'argomento, si documenta, altrimenti comincia la stesura delle slide, in ordine casuale e secondo l'ispirazione del momento. A questa fase di solito si dedica circa una settimana. Una volta create le slide principali, ci si concentra su quelle di raccordo per dare alla presentazione una sequenza logica nel rispetto del *file rouge* definito dal committente.

Finita questa fase, inizia la *tosatura* che comprende l'eliminazione delle slide ridondanti e l'asciugatura di quelle troppo scritte.

Il semilavorato così ottenuto, viene lasciato riposare un paio di giorni. Passato questo tempo ci si dedica ai supporti multimediali, immagini, filmati, musiche e quant'altro. Qualche gioco d'aula e finalmente arriviamo alla fase di *abbellimento* che si ottiene scegliendo il format giusto, se non vincolati dall'azienda ed inserendo, fate bene attenzione, un solo effetto di animazione.

Prima di *servire* il prodotto, vanno provati i tempi di erogazione del prodotto formativo.

Ancora un paio di giorni di sedimentazione del tutto per poi essere pronti ad andare in aula e presentare le slide secondo le proprie modalità di docenza.

Per quanto mi riguarda, prediligo l'uso delle slide esclusivamente come supporto al lavoro nei miei laboratori, ragione per cui non le consegno né prima né alla fine degli incontri, ma insegno ai partecipanti a prendere appunti e a costruirsi la *loro verità*. Attraverso il *mind mapping* li metto in condizione di poter portare a casa tanti elementi, ma soprattutto di ricordare i contenuti illustrati. Il documento finale non sarà quindi un raccogliitore o una presentazione powerpoint, bensì il lavoro fatto in aula da tutti i partecipanti, con una forte caratterizzazione di quanto realmente *scoperto, sperimentato e assimilato*.

Leonardo Alberti,
trainer scuola di Palo Alto,
consulente di direzione strategica in ambito assicurativo,
docente vendite e management





insurance Trade®
WWW.INSURANCETRADE.IT

INSURANCE
REVIEW®

INTERMEDIAZIONE ASSICURATIVA: *gli intermediari oltre la crisi*

Milano, 3 ottobre 2013

9.00 - 17.00

StarHotel Business Palace,
Via Gaggia 3

Iscriviti su www.insuranceconnect.it

La partecipazione è riservata ad agenti, broker e compagnie

Scarica il programma completo



Insurance Daily

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio alaggio@insuranceconnect.it

Editore e Redazione: Insurance Connect Srl, Via Montepulciano 21, 20124 Milano 02.36768000 redazione@insuranceconnect.it

Per inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.it

Supplemento al 13 settembre di www.insurancetrade.it

Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012