

PRIMO PIANO

Amissima rinnova l'integrativo

Amissima e il Gruppo agenti assicurativi Amissima hanno rinnovato l'accordo integrativo. Le nuove disposizioni entreranno in vigore il primo gennaio 2021, con scadenza a fine 2022. La nota della compagnia parla di proroga o prolungamento dell'accordo che garantirà "un periodo di stabilità e continuità per tutta la rete di vendita, anche in vista dell'ingresso del nuovo azionista, Hdi Assicurazioni", precisa il direttore commerciale Antonio Scognamillo. La proroga si aggiunge al pacchetto di misure straordinarie, chiamato Covid 2, a supporto del cliente finale e delle agenzie, varato da Amissima per mitigare le conseguenze della seconda ondata pandemica, nonché alla deroga economica straordinaria, "che modifica a favore delle agenzie uno dei punti fondamentali dell'accordo integrativo vigente e in scadenza a fine dicembre", si legge nel comunicato. L'estensione dell'accordo, fanno sapere dalla compagnia, arriva dopo un intenso periodo di confronto e negoziazione, "reso particolarmente delicato dal concomitante processo di ricerca di un partner industriale di lungo periodo", terminato con l'ingresso di Hdi Assicurazioni, compagnia del gruppo Talanx. "L'intesa è stata raggiunta in un clima di assoluta collaborazione e fiducia reciproca", ha concluso Scognamillo.

Fabrizio Aurilia

INTERMEDIARI

Gli stati generali degli agenti

Il proseguimento delle attività durante la pandemia, lo spauracchio della disintermediazione, gli accordi integrativi dei gruppi aziendali, il rinnovo dell'Ana e la novità del contratto base per l'Rc auto: tanti argomenti al centro dell'evento online organizzato ieri da Sna

L'anno che verrà sarà particolarmente impegnativo per gli intermediari assicurativi. Tante, in questo finale di uno stancante 2020, sono infatti le questioni rimaste aperte sul tavolo di agenti e broker. E moltissime sono le questioni che attendono ancora una risposta definitiva. Il proseguimento delle attività durante la pandemia di coronavirus, gli accordi integrativi dei gruppi aziendali, il rinnovo dell'Ana e la novità (in realtà attesa da otto anni) del contratto base per l'Rc auto. Il tutto senza dimenticare lo spauracchio della disintermediazione. Tanti argomenti che sono stati al centro ieri mattina dell'evento online *Gli stati generali degli agenti di assicurazione*, organizzato dallo Sna.

Per **Claudio Demozzi**, presidente del sindacato, il momento è particolarmente critico. "Stiamo rischiando l'estinzione come categoria professionale", ha affermato senza mezzi termini nelle battute iniziali del suo intervento. E per prevenire ogni rischio, ha proseguito, è necessario innanzitutto "assumere una nuova consapevolezza". A partire dal ruolo che gli intermediari, come ha dimostrato anche l'esperienza del lockdown, possono ricoprire nel mercato. "Gli agenti detengono più del 70% della raccolta premi complessiva", ha osservato. Gli altri canali restano parecchio distanziati. "Neppure il lockdown e lo smart working hanno permesso il boom della distribuzione online che molti si aspettavano", ha aggiunto soffermandosi sul caso della vendita diretta.

DATI CONTRO LA DISINTERMEDIAZIONE

Tutto bene, dunque? Non proprio, perché il settore delle compagnie assicurative, a detta di Demozzi, mostra una gran voglia di disintermediazione. "Le imprese hanno investito cifre enormi nelle insurtech e il ritorno di questi investimenti passa dalla disintermediazione agenziale", ha affermato. Demozzi, a tal proposito, vede "un attacco tecnologico alle nostre posizioni", dettato "non dalle mutate esigenze della clientela, ma dall'ambizione delle compagnie". Standardizzazione di prodotto, digitalizzazione dei pagamenti sul conto delle mandanti, trasformazione dei contratti in semplici abbonamenti attivabili con un clic: sono questi, secondo il presidente dello Sna, i primi passi di "una marcia di avvicinamento delle imprese verso i nostri clienti, con l'obiettivo di appropriarsene".

Nella visione del sindacato, l'unica arma nelle mani degli agenti per fronteggiare questa offensiva è data dalla titolarità dei dati della clientela. È per questo che la rappresentanza agenziale, come ha ricordato Demozzi, ha avviato negli ultimi anni "un'impegnativa opera di informazione e sensibilizzazione della categoria". Il risultato, ha chiosato, è che oggi "centinaia di agenzie si sono dotate di una propria banca dati e hanno assunto la posizione di titolare autonomo del trattamento dei dati dei clienti".

(continua a pag. 2)



Claudio Demozzi

(continua da pag. 1)

ATTENZIONE AGLI ACCORDI INTEGRATIVI

Non sempre però l'invito del sindacato è stato accolto. Secondo Demozzi, "a livello di contrattazione aziendale sono proliferati accordi integrativi che limitano l'utilizzo che gli agenti possono fare dei dati dei clienti. Non è mai opportuno – ha sottolineato – cedere alla compagnia diritti che ci spettano per legge in cambio di poche decine di euro". Anche perché, così facendo, si va a "costituire un precedente che arreca un grave pregiudizio all'intera categoria".

Sul tema si è soffermato anche **Dario Piana**, presidente del comitato gruppi agenti di Sna. "Non c'è compagnia che non abbia accelerato questi processi di disintermediazione", ha affermato. Ecco perché, ha aggiunto, "dobbiamo comprendere tutti quanti la gravità della situazione e lavorare insieme per darci delle regole, trovare principi comuni e raggiungere un'unità d'intenti per distogliere le imprese dai loro propositi". Del resto, ha concluso, "abbiamo dei punti di forza che possiamo sfruttare: restiamo stabilmente il primo canale distributivo e possiamo far valere la capacità di resistenza che, a differenza di quello che potevano aspettarsi le compagnie, abbiamo dimostrato durante il lockdown".

Per **Salvatore Palma**, vice presidente del comitato, "la disintermediazione si nutre anche dei dati che cediamo alle compagnie". Compagnie che, ha subito aggiunto, "hanno sfruttato la pandemia per disintermediare il rapporto assicurativo". L'unico modo per contrastare questa tendenza, secondo Palma, "è lavorare tutti insieme per essere titolari dei dati dei nostri clienti: molti colleghi all'interno dei gruppi agenti sono vicini a questo pensiero e dobbiamo essere ancor più in grado di lavorare insieme per essere capaci di condizionare le scelte dei nostri interlocutori".

AL TAVOLO DELL'ANA

La questione della titolarità dei dati arriverà probabilmente anche sul tavolo per il rinnovo dell'Ana. Come ha illustrato **Sergio Sterbini**, vice presidente di Sna con delega al rinnovo dell'accordo nazionale e ai rapporti con i gruppi agenti, il sindacato è al lavoro con le compagnie per riscrivere le norme che regolano il rapporto fra agenti e compagnie. "Il confronto è molto serrato, soprattutto sui primi due articoli, quelli che regolano il contratto di agenzia, perché la definizione di questi aspetti si rifletterà sulla professione di agente. Non nego – ha affermato – che si tratta di un confronto duro che ha già generato qualche momento di tensione, ma il clima generale è caratterizzato da estrema correttezza e rispetto reciproco, cosa che mi spinge a essere fiducioso sulla possibilità di trovare un punto di incontro fra agenti e compagnie che vada alla fine a vantaggio della clientela". La responsabilità, ha osservato, "è grande perché siamo consapevoli che un accordo di primo livello è fondamentale per avere un'adeguata contrattazione aziendale: dobbiamo avere un contratto nazionale perché altrimenti non ci sarà nessun accordo".

Alla contrattazione sta partecipando anche l'avvocato **Gianluigi Malandrino**, consulente legale di Sna. Il giurista ha confermato che la discussione è al momento concentrata sui primi articoli e, in particolare, sulla disposizione dell'articolo 2 che prevede la derogabilità dell'accordo in presenza di accordi aziendali più favorevoli agli agenti. "Per noi è fondamentale che quella riga rimanga così com'è", ha detto. Pertanto, ha aggiunto, "consiglio ai gruppi aziendali, in caso di revisione della contrattazione di secondo livello, di inserire al primo articolo una disposizione che ricordi come il contratto nazionale non possa essere derogato in presenza di condizioni peggiorative per gli agenti".

DUBBI SUL CONTRATTO BASE

In questo scenario sono arrivate anche le condizioni per il contratto base per l'Rc auto. Quasi nessuno ormai se le aspettava più, visto che lo strumento era stato introdotto nel 2012. E secondo **Domenico Fumagalli**, consulente di Sna, la novità (se così si può definire) si tradurrà in un sostanziale nulla di fatto. "Una comparazione di questo tipo non porta vantaggi economici al consumatore e comporta costi esorbitanti per gli intermediari", ha commentato. Il risultato, ha aggiunto, "è che, di fronte alla richiesta di una polizza, gli agenti, soprattutto quelli plurimandatari, dovranno elaborare decine di preventivi per un cliente che chiede invece soltanto un contratto semplice e veloce".

Il nuovo strumento, a detta di Fumagalli, si inserisce in una più ampia tendenza alla standardizzazione di prodotto e, di conseguenza, all'eliminazione del ruolo consulenziale degli agenti assicurativi. "Penso che alla fine – ha concluso – il contratto base sia soltanto un modo per scombussolare ulteriormente il mercato dell'Rc auto, portando avanti un concetto che non serve ai consumatori: il sindacato è compatto di fronte a questa novità, sta lavorando in maniera seria e spero che, con l'aiuto di tutti, potremmo presto uscire dalla suggestione di un'idea inutile e morta in partenza".



WeSportUp, innovazione per sport e salute

Nasce il primo programma di accelerazione dedicato a start up e Pmi che lavorano su performance e benessere degli atleti, engagement dei tifosi e gestione di eventi sportivi

È stato presentato lo scorso 3 dicembre WeSportUp, primo programma di accelerazione per start up e Pmi dedicato al mondo dello sport e della salute. Il progetto si propone di coinvolgere in tre anni circa 30 realtà che operino nell'ambito delle performance e del benessere degli atleti, nell'engagement dei tifosi, nella gestione di organizzazioni sportive, nella tecnologia per gli stadi e per le infrastrutture sportive, negli esports e nella sostenibilità.

Gestito a Roma da **Sport e Salute** insieme a **StartupBo-otcamp**, il fondo avrà una dotazione iniziale di 1,2 milioni di euro interamente sottoscritti, attraverso il Fondo Acceleratori, da **Cdp Venture Capital Sgr**. Stando al *Global Sportstech VC Report 2019*, il settore dello sport & tech ha attratto negli ultimi tre anni investimenti per circa 13 miliardi di dollari. Nella sola Italia, più nello specifico, il mercato dello sport e della salute ha totalizzato un fatturato di circa 17 miliardi di euro, frutto dell'attività di 12 milioni di tesserati, 120 società e

assicurazioni sportive, quasi 40mila imprese attive e 330mila addetti.

Il lancio del programma di accelerazione rientra nella più ampia strategia di Cdp Venture Capital Sgr, volta a creare una rete di 20 acceleratori fisici sul territorio nazionale. Il primo passo è stato *Motor Valley Accelerator*, programma dedicato al settore automotive e localizzato nel distretto di Modena, nato lo scorso novembre e in predica di aprire le porte alle start up nei primi mesi del 2021. A ciò va poi aggiunta la creazione di percorsi di formazione professionale digitali attraverso la piattaforma *Digital Xcelerator*, un programma suddiviso in oltre 120 moduli di e-learning gratuiti a cui, a un mese dal lancio avvenuto a fine ottobre, hanno già aderito oltre 600 start up.

G.C.

POLIZZA RC PROFESSIONALE
**INTERMEDIARI
ASSICURATIVI**



www.polizzaRCintermediari.it
POLIZZA RESPONSABILITÀ CIVILE 2021

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
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 2020

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



RICERCHE

I concessionari auto e la nuova mobilità

Secondo uno studio, due rivenditori su tre oggi offrono già veicoli elettrici. Per il 41% l'ibrido rappresenta il 5% delle vendite, ma nel prossimo anno si attende una crescita fino al 30%

Il Regno Unito ha fatto una scelta chiara: si appresta a mettere al bando la vendita di qualsiasi nuova automobile diesel o a benzina entro il 2030 (e proroga limitata al 2035 per i modelli ibridi di futura generazione), in modo da rendere spedita come in nessun altro grande Paese sviluppato la transizione verso un parco nazionale di veicoli esclusivamente elettrici. In Italia l'ibrido e l'elettrico rappresentano invece ancora una nicchia, che comunque pian piano sta trovando sempre più spazio. Nel nostro Paese due concessionari auto su tre offrono nel proprio salone la possibilità di acquistare veicoli elettrici. Per il 41% l'ibrido rappresenta il 5% del totale vendite, ma nel prossimo anno si attende una crescita delle vendite fino al 30%. Dati che emergono dalla ricerca **Concessionari e nuova mobilità**, promossa dalla rivista **Fleet Magazine**, che ha preso in considerazione un campione di oltre 40 dealer di grandi (oltre 10.000 veicoli venduti), medie (tra i 5.000 e i 10.000) e piccole (sotto i 5.000) dimensioni, con una flotta complessiva di 450mila veicoli e 312 sedi rappresentate.

Per quanto riguarda il futuro, la maggior parte dei concessionari è cauta e prevede una crescita realistica dell'ibrido tra il 10% e il 30% nei prossimi 12 mesi. Da segnalare, però, anche alcuni dealer molto più confidenti e prevedono un raddoppio delle vendite (soprattutto grazie al plug-in). Per l'elettrico ci si attende, invece, un tasso di crescita marginale.

Per la maggior parte dei concessionari intervistati (il 71%) la pandemia non ha prodotto alcun impatto negativo sulle vendite di auto elettriche e ibride. Il 10% del campione ha addirittura confidato che il processo di elettrificazione ha subito un'accelerazione. L'installazione delle infrastrutture di ricarica è oggi una delle sfide strategiche per i concessionari. Chi ave-



va avviato progetti non li ha abbandonati, visto che il 91% dei dealer non ha registrato rallentamenti nell'elettrificazione o addirittura ha visto un'accelerazione.

L'infrastruttura elettrica si amplia, soprattutto nel Nord Italia: il 91% degli intervistati dichiara di aver installato colonnine di ricarica presso il proprio store. Merito, in particolare, degli accordi tra le case madri e le utility dell'energia. La stragrande maggioranza dei dealer non si occupa, invece, dell'installazione delle wall-box presso il cliente e un buon 40% lascia l'incombenza al provider di energia. Un punto che, in futuro, potrebbe diventare centrale per aumentare la fidelizzazione del cliente.

B.M.

INSURANCE CONNECT È SU TWITTER

Seguici cliccando qui



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 10 dicembre di www.insurancetrade.it – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577