INSURANCE Daily

LUNEDÌ 26 LUGLIO 2021 N. 2005

PRIMO PIANO

Il settore assicurativo riparte

Il settore assicurativo globale è pronto a recuperare più rapidamente e con maggiore forza dalla pandemia rispetto alla risposta che aveva dato alla crisi finanziaria del 2008. Ne è convinto il capo economista di Swiss Re per la regione americana, Thomas Holzheu. A differenza della crisi precedente, la pandemia non ha indebolito la capitalizzazione complessiva o la forza finanziaria degli assicuratori, il che consente alle aziende di sottoscrivere nuove coperture e aumentare le entrate, ha detto l'economista.

Il processo di sottoscrizione è stato in effetti più difficile nel 2009 e nel 2010, quando gli assicuratori si stavano riprendendo dalle perdite di capitale, dalla crescita economica lenta e dalle difficoltà finanziarie profonde di aziende e individui. Oggi il contesto è diverso, argomentano da Swiss Re, grazie alla prontezza degli stimoli governativi e dei programmi di supporto, mentre c'è anche più consapevolezza presso la clientela della necessità di protezione contro i rischi.

Il riassicuratore prevede una crescita globale dei premi del 3,3% quest'anno e del 3,9% nel 2022, dopo la flessione dell'1,3% lo scorso anno. Nel 2008 il calo era stato del 3,7% e il rimbalzo più lento (+0,5% e +2,1% rispettivamente nel 2009 e nel 2010).

Fabrizio Aurilia

INTERMEDIARI

Gaz, Enrico Ulivieri resta presidente

Come previsto, gli agenti Zurich scelgono la linea della continuità e mantengono alla tolda di comando il vertice del gruppo. La conferma è arrivata venerdì scorso, al termine della due giorni dell'assemblea generale che ha visto la partecipazione anche di rappresentanti dei sindacati e della compagnia

Enrico Ulivieri e il nuovo comitato esecutivo del Gaz

Enrico Ulivieri resta presidente del **Gruppo agenti Zurich**. La nomina è arrivata venerdì mattina, al termine della due giorni indetta per la 28esima edizione dell'assemblea generale della rappresentanza: il gruppo agenti opta dunque per la continuità e conferma la linea del comitato esecutivo che ha guidato la rappresentanza negli ultimi anni. "Ringrazio tutti i colleghi per la fiducia che hanno voluto rinnovarmi", ha commentato Ulivieri subito dopo la proclamazione dei risultati. "Ci impegneremo per portare a termine il compito che ci è stato affidato: quello che ci attende – ha aggiunto – sarà un mandato molto impegnativo, caratterizzato dalle sfide della nostra professione e dalla necessità di sviluppare ulteriormente le relazioni con la nostra compagnia, per questo avremo bisogno dell'aiuto di tutti voi per creare un indispensabile spirito di collaborazione e fiducia".

Il comitato esecutivo risulta composto, oltre che da Ulivieri, da **Marco Manfredini, Bruno Corda, Fabio Vetrugno** e **Paola Bruno Magistri**. I delegati territoriali sono **Giuliano Richiedei**, **Luca Marusso**, **Fabrizio Viscillo** e **Luigi Masucci**. Al collegio dei probiviri sono stati invece eletti **Mario Quaglia**, **Alessandra Bertasi**, **Alberto Grendene** e **Massimiliano Neri**.

GLI INTERVENTI DELL'ASSEMBLEA

Tanti gli interventi che hanno animato la due giorni dell'assemblea, battezzata *Restart - #essereGaz2021* e svoltasi in un'inedita modalità online alla presenza di una media di circa 220 spettatori virtuali. Nella prima giornata, per esempio, sono intervenuti **Fabrizio Premuti** e **Massimo Treffiletti**, rispettivamente presidente e responsabile assicurazioni di **Konsumer Italia**. Treffiletti, in particolare, dopo essersi soffermato sul progetto *Agenzia Amica del Consumatore*, ha illustrato due proposte di legge volte a rinnovare il mercato assicurativo. La prima riguarda le catastrofi naturali e prevede l'obbligo di assicurazione per i proprietari di immobili privati. La seconda, realizzata anche con la collaborazione tecnica del Gaz, tocca invece il grande tema dell'Rc auto e contiene interventi in materia di risarcimento diretto e meccanismo bonus-malus.

Molto atteso è stato poi l'intervento riservato alle due principali rappresentanze nazionali. Con due contributi separati, sono dunque intervenuti **Vincenzo Cirasola**, presidente di **Anapa Rete ImpresAgenzia**, e **Claudio Demozzi**, presidente di **Sna**. Cirasola ha rimarcato il ruolo che può ricoprire una rappresentanza di primo livello, soffermandosi sui tanti dossier aperti e, in particolare, sul tavolo per il rinnovo dell'accordo nazionale agenti. "Credo che un sindacato sia co-essenziale ai gruppi agenti: per questo invito tutti a iscriversi a un sindacato, scegliendo quello che ritengono più efficace nel tutelare i propri diritti", ha commentato.

(continua a pag. 2)

INSURANCE Daily

LUNEDÌ 26 LUGLIO 2021 N. 2005

(continua da pag. 1)

Più agguerrito invece l'intervento di Demozzi, che ha attaccato frontalmente l'altra rappresentanza per sottolineare i traguardi raggiunti dallo Sna. "Il nostro sindacato non accetta compromessi quando si tratta di agenti: invitiamo i colleghi che hanno affidato il proprio futuro all'altra sigla sindacale – ha detto – a informarsi bene su quello che fanno".

Enrico Ulivieri, presidente del Gaz

LA RELAZIONE DEL PRESIDENTE

La conferma di Ulivieri, già praticamente certa alla vigilia dell'assemblea, è diventata scontata con l'approvazione all'unanimità della sua relazione. In questa occasione, il presidente ha avuto modo di ripercorrere gli anni del suo ultimo mandato, inaugurato con l'assemblea di Napoli del 2017, e di fissare i punti fondamentali del lavoro che attenderà il comitato esecutivo.

Ulivieri non ha nascosto le difficoltà di dialogo avute con la compagnia nei primi anni di mandato. "Già nel 2018 – ha commentato – abbiamo potuto constatare la posizione della nostra mandante: c'era un estremo controllo degli andamenti tecnici e un certo disinteresse alla nuova produzione". Le difficoltà di dialogo sono diventate palesi nella trattativa per l'accordo dati. "Abbiamo fatto le nostre richieste e atteso la bozza della compagnia: non siamo stati dunque noi a rifiutare l'accordo, molto più semplicemente non è arrivato nulla alla nostra segreteria", ha ricordato Ulivieri. La situazione pone dunque la necessità di aprirsi all'esterno, di muoversi autonomamente, di cercare da soli sul mercato soluzioni che possano sostenere il lavoro degli associati. È in questi anni, per esempio, che ha inizio il già citato sodalizio con Konsumer Italia.

Michele Colio, head of retail distribution di Zurich Italia

IN DIALOGO CON LA COMPAGNIA

La situazione cambia con l'arrivo del ceo **Alessandro Castellano** e, soprattutto, di **Michele Colio**. "Il cambio di management ci fa intravedere una luce diversa: dopo anni di semplice ricerca del risparmio, ecco che la compagnia ci mostra segnali importanti", ha osservato Ulivieri. Certo, i motivi di frizioni non mancano. È in quest'ottica, per esempio, che va letta la decisione, in assenza di una piattaforma emissiva auto, di lanciare *Gaz Auto* alla fine del 2019. "Sapevamo che la soluzione non era ancora pronta, qualcosa non ha sicuramente funzionato, però era importante fare questo passo per dare politicamente un segnale alla compagnia", ha commentato il presidente della rappresentanza.

Il confronto dà tuttavia i suoi risultati. All'inizio del 2020, con l'esplosione della pandemia di coronavirus, la compagnia mette a disposizione una serie di risorse per sostenere la rete distributiva in questa fase delicata e difficile. La spinta alla digitalizzazione data dall'emergenza sanitaria pone la necessità di raggiungere il tanto atteso accordo dati, che, ha ricordato Ulivieri, "viene condiviso in pochi mesi ed è stato attualmente sottoscritto da più dell'80% delle agenzie". Viene poi definita un aumento di un punto provvigionale per la tabella C. "Non lo considero un risultato storico perché è stato frutto di un'intensa trattativa, in cui abbiamo presentato le nostre esigenze alla compagnia sulla base di una serie di evidenze chiare e tangibili", ha commentato. Per Ulivieri è adesso il momento di proseguire lungo la strada intrapresa. "Abbiamo la grande occasione di condividere con la compagnia un percorso di crescita e di relativi investimenti, senza rinunciare ai servizi messi a disposizione dal gruppo per poter meglio soddisfare i bisogni dei nostri clienti, perché anche questo significa ripartire", ha osservato in chiusura Ulivieri.

PAROLA ALLA MANDANTE

La posizione della mandante è stata espressa da Michele Colio, head of retail distribution di **Zurich Italia**. Il manager ha inizialmente analizzato lo scenario di mercato e definito i tre pilastri della nuova strategia della compagnia: consulenza, digitalizzazione e hub, ossia un nuovo modello di agenzia che si apre al contributo di nuovi professionisti per dare visibilità e risorse all'attività. "Siamo partiti con un progetto pilota in Emilia-Romagna e Marche, stiamo partendo ora a Milano e Roma", ha commentato Colio facendo riferimento all'ultimo punto della strategia.

Il manager ha dunque confermato l'apertura al dialogo, sottolineando la necessità di una rappresentanza forte e coesa per definire insieme le iniziative migliori da adottare. "Abbiamo il bisogno di confrontarci con un gruppo agenti compatto, capace di rappresentare tutti gli agenti della nostra rete", ha osservato in chiusura Colio.

Giacomo Corvi

INSURANCE Daily

LUNEDÌ 26 LUGLIO 2021 N. 2005

RICERCHE

Le conseguenze delle alluvioni in Germania

L'ultimo brief di Coface fa il punto sui rischi economici e politici legati agli avvenimenti che stanno colpendo il Nord Europa

La settimana scorsa, la Germania occidentale e alcune aree dei Paesi Bassi e del Belgio sono stati investiti da forti piogge ed enormi inondazioni, travolgendo interi centri abitati e provocando almeno 180 morti, mentre 150 persone risultano disperse.

Come spiega l'ultimo brief di **Coface** relativo ai rischi economici e politici legati agli avvenimenti che stanno colpendo il Nord Europa, i danni economici e sociali di questi giorni non sono ancora molto chiari. L'ultimo evento simile nel 2002 è costato alla Germania più di otto miliardi di euro, ma la zona colpita al tempo, la Baviera, era molto più ampia e molto meno popolata. I costi diretti su case, beni e infrastrutture saranno notevoli, così come dal punto di vista industriale e dei trasporti. Le aree interessate producono insieme il 4,7% del Pil tedesco e alcune di queste sono ora completamente irraggiungibili. La **Deutsche Bahn**, società che gestisce la rete ferroviaria tedesca, ha annunciato che in Renania Settentrionale-Vestfalia, oltre 600 chilometri di binari sono fuori uso. Quadro simile per l'area della Ruhr, uno dei principali snodi industriali della Germania.

La situazione è particolarmente difficile anche in Belgio, dove diverse città sono state completamente allagate in seguito all'esondazione dei fiumi, mentre i danni economici nei Paesi Bassi dovrebbero essere limitati, grazie alle dighe di Maastricht. Anche dal punto di vista politico, le conseguenze saranno probabilmente limitate. Il governo aveva già stanziato 2,4 miliardi di euro per migliorare le pianure alluvionali dopo le inondazioni della Mosa nel 1993 e 1995.

In Germania gli avvenimenti potrebbero avere un peso differente, poiché in piena campagna elettorale e la loro gestione, dal punto di vista gestionale e comunicativo, potrebbe risultare il fattore discriminante nella scelta dei tedeschi del nuovo cancelliere. Le alluvioni del 2002 cambiarono interamente lo scenario politico e oggi, a due mesi dalle elezioni federali, le dinamiche elettorali sono forse già cambiate.

B.M.

Insurance Connect In collaborazione con: SCS CONSULTING

SONDAGGIO: Distribuzione Assicurativa 2021

Il sondaggio è dedicato ad Agenti e Collaboratori - sezioni A ed E del RUI

"PUNTI DI FORZA E DISTINTIVITÀ DELLA RETE AGENZIALE IN UN MONDO IN CAMBIAMENTO"

Per partecipare al sondaggio

CLICCA QUI

oppure utilizza il qr code

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

INSURANCE Daily

LUNEDÌ 26 LUGLIO 2021 N. 2005

INSURANCE CONNECT TV

Alleanza, una questione di stile

La pandemia ha solo accelerato le iniziative e i progetti delle compagnie a supporto della vicinanza e dell'interazione con il cliente. **Claudia Ghinfanti**, head of marketing & communication di **Alleanza Assicurazioni**, spiega come rendersi distintivi nella nuova era digitale. E come il Programma Nazionale di Educazione Finanziaria, lanciato dalla compagnia nel 2020, sia cruciale per la funzione dell'assicurazione nel nostro Paese.

GUARDA LA VIDEO INTERVISTA
SU WWW.INSURANCECONNECT.TV