



PRIMO PIANO

## Una vita da francescano

Denaro frutto di un'eredità. Secondo Giovanni Berneschi, ex numero uno di Carige, i soldi portati in Svizzera e rientrati in Italia grazie allo scudo fiscale non sarebbero provenienti da una truffa ai danni di Carige Vita Nuova, ma il risultato di buoni investimenti. Venerdì scorso, durante l'interrogatorio davanti ai pm Nicola Piacente e Silvio Franz, Berneschi ha parlato per sei ore, spiegando la propria versione dei fatti: quei soldi sarebbero il frutto dei risparmi di un'intera vita, vissuta, per altro, "da francescano, come un qualsiasi impiegato". La linea difensiva dell'ex dominus di Carige è chiara: nessuna truffa ai danni della Carige e nessun riciclaggio. I soldi fatti rientrare in Italia sarebbero stati portati oltre confine nel 1993, prima dunque delle operazioni contestate: non plusvalenze illecite, ma interessi maturati. L'interrogatorio tuttavia è stato sospeso, e proseguirà domani, giorno che, tra l'altro, è cruciale per il futuro di Carige: la Fondazione, che ha ancora il 29,8% della banca, dovrà chiudere la cessione di circa il 10% della propria quota. Un passaggio che, assieme alla cessione delle due compagnie assicurative, è fondamentale per il riassetto del gruppo, in vista dell'aumento di capitale da 800 milioni di euro indispensabile per rimettere in sesto l'istituto.

**B.M.**

INTERMEDIARI

## Agenti Groupama al fianco delle nuove generazioni

**Si è tenuta a fine maggio l'iniziativa di Agit dedicata agli under 35, con l'obiettivo di trasmettere ai giovani, attraverso un confronto basato sul dialogo e la condivisione, il valore dell'associazione ed il patrimonio dell'unità**

*Generazionando* torna, a distanza di dieci anni dalla prima edizione, ancora più ricco e coinvolgente.

L'iniziativa di **Agit**, il gruppo agenti *Groupama Italia*, ha riscosso un grande successo tra gli *under 35* cui era dedicata. Tre giorni (dal 28 al 30 maggio, a Marina di Grosseto) per parlare di un domani che è già oggi, del quale cultura assicurativa, consulenza, etica, formazione, capacità gestionali e manageriali, attenzione verso il cliente, rappresentano componenti fondamentali. Tre giorni per confrontarsi, condividere, socializzare. Per dare e per ricevere.

Figli di agenti, neo iscritti alla sezione A del Rui o in attesa di dare l'esame per l'iscrizione al Registro Unico; già inseriti nel quotidiano di agenzia o ancora incerti sulla strada professionale da intraprendere; esuberanti o riflessivi; ottimisti o preoccupati; realisti o sognatori; alla prima o alla seconda esperienza di *Generazionando*. Tutti però accomunati da quell'età d'oro in cui la vita è all'apice, al massimo delle aspettative, delle potenzialità, del vigore; e anche dall'entusiasmo e dall'interesse verso un progetto del quale sono stati resi i soli protagonisti.



### IL DOVERE DELLA PROATTIVITÀ

Organizzare un evento del genere, in un momento come questo, assume un significato del tutto particolare; va letto come il tentativo di invertire derive e tendenze.

In un momento nel quale la professione dell'agente d'assicurazione appare messa a rischio da una contingenza economica di grande difficoltà, da un mercato sempre più competitivo che vede i canali diretti acquisire lentamente (ma costantemente) quote di mercato, da crescenti oneri gestionali e amministrativi, Agit sceglie di sottolineare le opportunità strettamente connesse alla necessità di rinnovamento.

Se il *trend* generale sembra essere quello di una certa disaffezione degli intermediari agenziali rispetto all'associativismo, il gruppo agenti *Groupama Italia*, fortemente sindacalizzato, peraltro, punta a trasmettere alle nuove generazioni professionali il valore dell'associazione ed il patrimonio dell'unità.

Il presidente **Piero Melis** ha ripetutamente, e in momenti diversi, esortato i giovani a non chiedere spazio, ma ad occuparlo; a non chiedere spunti, ma ad offrirne; ad essere disposti a imparare, ma anche a insegnare.

### LA CONDIVISIONE DEI VALORI CON LA COMPAGNIA

Questo viaggio verso il futuro degli agenti **Groupama Italia** avviene in armonia con il management il quale, intervenendo durante i lavori per bocca del direttore commerciale **Roberto Terrotoli** e del direttore marketing **Stefano Cecchini**, ha ribadito la ferma intenzione di attuare un adeguamento tattico in collaborazione con le agenzie, volto a individuare opportunità di sviluppo. Affermazioni coerenti con la realtà di *Groupama* che, in controtendenza rispetto al mercato, vende incrementare il numero degli agenti dal 2008 a oggi. Le relazioni digitali devono essere valorizzate, senza che ciò equivalga a una disintermediazione bensì alla possibilità per gli agenti di entrare in contatto con i clienti anche attraverso gli strumenti offerti dalle attuali tecnologie.

*(continua a pag.2)*



Jean François Mossino

(continua da pag. 1) Azienda e gruppo agenti condividono la necessità di evolvere verso un ruolo di consulenza rispetto al cliente, aumentandone il livello di *customer satisfaction*; Groupama ha l'obiettivo di creare una rete d'eccellenza, da disegnarsi però grazie alle indicazioni della rete stessa, nella consapevolezza che un agente forte è un agente solido, in grado e condizioni di fare sviluppo e contribuire in maniera fondamentale alla crescita della compagnia con cui collaborano.

### CAVALCARE IL CAMBIAMENTO

Dal canto loro, quelli che affettuosamente vogliamo chiamare *ragazzi*, pur sapendo perfettamente che a trent'anni si è ormai uomini e donne (e talora anche prima, se a questo ci costringono le esperienze della vita), hanno accolto l'invito a braccia aperte.

Senza mai dare segni di stanchezza, o di noia, hanno ascoltato tutti i relatori che si sono alternati al microfono nel corso dell'evento.

**Jean François Mossino** ha raccontato cos'è il Bipar e ha spiegato quanto sia peculiare la figura dell'agente d'assicurazione italiano rispetto alle altre realtà distributive europee, rammentando che la formazione deve essere intesa come un tratto distintivo di questa professione, non come un mero obbligo cui adempiere tramite il conseguimento di un certo numero di ore formative; le compagnie per prime hanno bisogno di comprendere ed interpretare correttamente l'evoluzione in atto, per capire come attrezzarsi, come trovare il giusto equilibrio tra virtuale e fisico, integrando le nuove abitudini di un cliente ormai avvezzo a comparare in qualsiasi campo, con la necessità di quel "viso di riferimento" al quale non intende rinunciare.

**Domenico Fumagalli**, consulente Sna, ha parlato di contrattazione di primo e secondo livello, e quindi delle differenze tra gli accordi nazionali e gli accordi aziendali.

**Enea Dallaglio**, managing director di Innovation Team, ha offerto un quadro complessivo della crisi che appare permanente ormai da anni: intervallata da momenti di stagnazione, è caratterizzata da alcuni nodi che non potranno essere risolti in breve tempo, coinvolgendo in varia misura tutto l'Occidente, e comportando una redistribuzione della ricchezza. In questo contesto, l'Italia presenta delle debolezze strutturali che ne aggravano la situazione. Tuttavia, anche in un quadro così turbolento vi sono realtà che continuano a prosperare. Ma attenzione: tutte le imprese che hanno successo nella crisi sono profondamente innovative sotto ogni profilo, non solo in quello dei prodotti. Anche i settori tradizionali debbono pensare a una totale riconfigurazione del business. E questo è un monito per le agenzie assicurative, la cui redditività è diminuita del 27% tra il 2007 e il 2012 e il cui numero è calato di 5-600 unità l'anno tra il 1997 ed il 2013. Cosa devono fare le imprese-agenzie che vogliono cavalcare il cambiamento e non subirlo? Recuperare efficienza sui costi gestionali e segmentare in modo nuovo i clienti, assecondandone la propensione alla comparazione, ristrutturare il mix di portafoglio riducendo la dipendenza dalla Rc auto, individuare il modello distributivo vincente per la propria realtà; e, soprattutto pianificare strategie valide per un medio termine (almeno a due o tre anni).

Cosa hanno riportato a casa (o, per meglio dire, in agenzia) i giovani che hanno partecipato a *Generazionando*? Lo abbiamo chiesto direttamente a loro, che hanno risposto senza esitare. Spunti di riflessione, indicazioni concrete, un rinnovato sentimento di unità e coesione, fiducia nelle proprie capacità e possibilità, molti nuovi amici, speranza, voglia di rilanciare una professione così difficile eppure così bella. E, soprattutto, la sensazione di non essere soli. Come alberi, con le radici ben affondate nella terra e i rami protesi verso il cielo.

**Alessandra Schofield**

DA SEMPRE, NEL MONDO,  
SPECIALISTI IN RESPONSABILITÀ.



DUAL è specialista nelle assicurazioni contro i rischi di responsabilità civile.

- RC Professionali
- RC Patrimoniali Dipendenti Enti Pubblici
- D&O

DUAL Italia "La Migliore RC Professionale" per Milano Finanza Insurance & Previdenza Awards 2014.



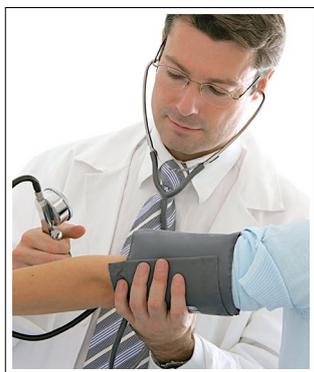
**DUAL Italia S.p.a.**

Via Edmondo De Amicis, 51 - 20123 Milano  
Tel. +39 02 72080597 - Fax +39 02 72080592  
reception@dualitalia.com - www.dualitalia.com



## Assistenza sanitaria senza muoversi da casa

Filo diretto ha da poco lanciato Home care, un servizio indirizzato a quanti, dalla propria abitazione, necessitano di mantenere sotto controllo alcuni parametri vitali, o che desiderano contare su un contatto medico 24 ore su 24



La popolazione italiana, tra le più vecchie al mondo, attualmente presenta una percentuale di ultra sessantacinquenni pari al 21% del totale. Un *trend* che, se da un lato riflette la nostra longevità (e la diminuzione delle nascite), dall'altro si associa spesso all'insorgenza di patologie croniche: si stima che in Italia ne soffra il 40% della popolazione, con un picco del 77% tra chi ha oltrepassato la soglia dei 65

anni. Gestire problematiche di questo tipo può, alla lunga, diventare un pesante carico sociale ed economico per le famiglie. Osservando e analizzando questo contesto, il gruppo **Filo diretto** ha trovato lo spunto per realizzare *Home care*, un servizio di assistenza rivolto a tutti coloro che, dalla propria abitazione, necessitano di poter monitorare alcuni parametri vitali, magari anche solo per brevi periodi, ma anche per tutte le persone che desiderano contare su un'assistenza medica 24 ore su 24. Tra i principali servizi che *Home care* offre, c'è la possibilità di attivare la video-chiamata con un medico, di programmare video-consulti con specialisti come psicologi o pediatri, e di tenere sotto osservazione i propri parametri vitali, archiviandoli automaticamente in una cartella medica sempre disponibile via web.

### Consulti medici in video conferenza

Una volta stipulata la polizza e attivato il servizio, l'assicurato riceverà a casa un kit, che comprende un tablet e alcuni dispositivi medicali certificati. Il kit è composto sulla base delle patologie del cliente, in modo da poter misurare, ad esempio, parametri come la glicemia, la pressione, la saturazione dell'ossigeno nel sangue, o la frequenza cardiaca e respiratoria. L'installazione del kit è effettuata da tecnici specializzati, incaricati anche di illustrare al cliente il corretto utilizzo di ogni dispositivo. Ogni *device medicale* è collegato con il tablet via *bluetooth*, in maniera da registrare in automatico le misurazioni rilevate per poi salvarle nello storico, fornendo anche una visualizzazione grafica. Attraverso la connessione internet (che può essere quella del cliente, ma che, se necessario, è offerta all'interno del kit), tutte le misurazioni sono

automaticamente trasferite alla centrale operativa di Filo diretto, dove sono messe a disposizione dei medici e registrate nella cartella clinica on line del cliente (*Medical passport*). È lo stesso cliente che può indicare i limiti dei propri parametri vitali oltre i quali impostare degli *alert*, in modo tale che, nel caso di superamento della soglia di allarme, il servizio medico possa intervenire contattando direttamente il cliente o inviando sul posto, nei casi più gravi, un medico, un infermiere o un'ambulanza. Un ulteriore servizio offerto dal prodotto è, come accennato in precedenza, quello di poter parlare in videochiamata con medici generici e specialisti. L'obiettivo è dunque quello di offrire al cliente un'assistenza medica continua e di facile accesso, utilizzabile sia dagli anziani, dai malati cronici e dai non autosufficienti, dalle persone reduci da un ricovero ospedaliero, dalle donne in gravidanza o dalle famiglie con bambini piccoli. Il modello su cui si basa l'offerta è modulabile. Alla versione *full option*, quella descritta fino a qui, sono affiancate due versioni *light*, in cui le misurazioni dei propri parametri vitali possono essere effettuate con i device già a disposizione del cliente. I consulti specialistici, inoltre, possono anche essere acquistati singolarmente *on demand*.

**Beniamino Musto**

INTERMEDIARI

## Partito il giro d'Italia del gruppo agenti Zurich

È partito da Napoli lo scorso **5 giugno** il giro d'Italia del gruppo agenti **Zurich** (Gaz), che, dopo essere passato da Firenze venerdì scorso, approderà ad Alessandria l'11 giugno, per poi concludersi a Padova il giorno successivo. Al centro degli incontri, la prossima assemblea elettiva (in programma dal 19 al 21 settembre), che per la prima volta si svolgerà nella città di casa del gruppo elvetico: a Zurigo. In quella sede, spiega una nota del Gaz, gli agenti discuteranno del proprio futuro, rivendicando "la centralità delle agenzie" e del proprio ruolo. "Non meri venditori, ma professionisti al servizio del cliente affiancati da una grande compagnia".

### 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 02.36768000 [redazione@insuranceconnect.it](mailto:redazione@insuranceconnect.it)

Per inserzioni pubblicitarie contattare [info@insuranceconnect.it](mailto:info@insuranceconnect.it)

Supplemento al x giugno di [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it)

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



con il patrocinio di:



Regione Lombardia



Provincia di Milano



**ASSEPRIM**  
ASSOCIAZIONE NAZIONALE SERVIZI  
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE



ANIA  
Associazione Nazionale  
fra le Imprese Assicuratrici



ANRA  
Associazione Nazionale dei Risk Manager  
e Responsabili Assicuratori Aziendali



CINEAS  
PER UNA CULTURA DEL RISCHIO



UGARI®  
Unione dei Gruppi Assicuratori e Rassicuratori Italiani

## LE AZIENDE E IL RISCHIO

Minacce emergenti e soluzioni possibili

Milano, 17 giugno 2014 (9.00 - 17.00)  
Palazzo delle Stelline, Corso Magenta 61

### PROGRAMMA

Chairman **Maria Rosa Alaggio**, *Direttore di Insurance Review e Insurance Magazine*

09.00 - 09.30 - **Registrazione**

09.30 - 11.00 - **TAVOLA ROTONDA: I rischi per le aziende italiane: conoscenza, prevenzione e capacità di gestione**

*rappresentante Ania;*

*Carlo Marietti Andreani, presidente Aiba;*

*Adolfo Bertani, presidente Cineas;*

*Francesco Saverio Losito, coordinatore settore assicurativo Asseprim-Confcommercio;*

*Paolo Panarelli, direttore generale Consap*

*Paolo Rubini, presidente Anra;*

11.10 - 11.30 - **Coffee break**

11.30 - 11.50 - **Come affrontare la sfida dell'internazionalizzazione**

11.50 - 12.10 - **Credito e pmi: dalla sofferenza alla sicurezza**

*Antonella Vona, direttore marketing e comunicazione Coface Italia*

12.10 - 12.30 - **Calamità naturali: come gestire la crisi e prepararsi all'emergenza**

*Filippo Emanuelli, amministratore delegato Belfor Italia Srl*

12.30 - 13.00 - **Q&A**

13.00 - 14.00 - **Lunch**

14.20 - 14.40 - **Le responsabilità di manager e amministratori**

*Maurizio Ghiliosso, amministratore delegato Dual Italia*

14.40 - 15.45 - **TAVOLA ROTONDA: Rischi senza frontiere, dal rischio informatico al cyber crime**

*Luca Bolognini, presidente Istituto Italiano Privacy, partner ICT Legal Consulting*

*Umberto Rapetto, Generale (r) Guardia di Finanza - Cyber Security Advisor*

*Marco Rossi, head of sales & marketing di Das Italia*

*Testimonianza di un Risk Manager*

15.45 - 16.45 - **Le priorità nella scelta della polizza assicurativa**

*Arnaldo Bergamasco, presidente Brokers Italiani*

*Francesco Cincotti, vice presidente Ugari*

*Alessandro De Felice, chief risk officer Prysmian Group*

*Domenico Floro, head of business development & finance Erg Supply & Trading*

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

main sponsor:



**BELFOR**

**BROKERS  
italiani**

**coface**



official sponsor:

