

PRIMO PIANO

Concorrenza, Ania pensa al ricorso Ue

Se la prima stesura del ddl Concorrenza "andava nella giusta direzione di rafforzare il meccanismo concorrenziale, di contrastare le frodi e porre le condizioni per una riduzione dei prezzi", con le modifiche apportate alla Camera, "il suo impianto è stato in larga misura stravolto". Non usa mezzi termini l'Ania nell'esprimere il proprio disappunto per l'introduzione di norme "che presentano chiari profili di incompatibilità con il diritto comunitario" e che espongono l'Italia al rischio di infrazione.

In assenza di interventi significativi nel testo in esame, l'Ania reputa "inevitabile" un ricorso alla Commissione Ue. L'associazione si riferisce, in particolare, all'articolo 3 del documento, con il quale si prevede uno sconto minimo obbligatorio in base al quale le compagnie sono obbligate ad applicare di fatto premi uniformi a situazioni di rischio territorialmente differenti. Secondo il presidente Aldo Minucci, intervenuto in audizione al Senato, "tale norma limita il principio di libertà tariffaria, sancito dalle norme comunitarie, negando il peso della rischiosità specifica del territorio nella costruzione della tariffa, cosa che è assolutamente prevista in tutti i Paesi europei". Per leggere la news completa, clicca [qui](#).

Beniamino Musto

RICERCHE

Italiani diffidenti, cresce il bisogno assicurativo

Zurich ha presentato i risultati della ricerca di Swg sulla necessità di protezione avvertita dalla popolazione



© Monkey Business - Fotolia.com

Cresce il senso di diffidenza che porta alla necessità di proteggersi. Tradotto in cifre, il 56% degli italiani sente il bisogno di tutelarsi verso danni arrecati a terzi.

È quanto emerge dai risultati presentati da Zurich in Italia che si fondano sulla ricerca, realizzata da Swg, sul bisogno assicurativo degli italiani, effettuata su un campione di 1.200 intervistati. L'analisi condotta evidenzia come negli ultimi sette anni sia aumentato sempre più il senso di dif-

fidenza e la consapevolezza di come sia necessario provvedere all'autoprotezione.

Questi dati, si scontrano però con il quadro generale del Paese: secondo le ultime stime dell'Ania, gli italiani sono sottoassicurati sulla responsabilità civile e poco protetti in auto dove, malgrado gli obblighi, il Paese convive con quattro milioni di veicoli che circolano senza assicurazione. Inevitabilmente sono poco tutelati anche fuori dalle automobili, dove la polizza Rc non è obbligatoria. Nello specifico, la percezione del bisogno di protezione assicurativa tende ad aumentare con l'avanzare dell'età ed è una necessità maggiormente avvertita nel sud Italia e nelle isole. Fra le categorie di lavoratori più sensibili al tema risultano in primo luogo gli insegnanti delle scuole materne e primarie e gli operai. D'altro canto, quasi il 60% del campione ritiene che non vi siano, rispetto al passato, strumenti capaci di offrire protezione, senza contare invece che una normale assicurazione Rc, il più delle volte, si dimostra un valido strumento di tutela. In particolare, a non ritenere di disporre di maggiori strumenti rispetto a un tempo sono le persone meno abbienti, quelle che vivono in uno stato di povertà e i disoccupati. Mentre tra coloro che avvertono un maggior bisogno di protezione e tutela, solo il 48% ritiene di disporre oggi di maggiori strumenti per far valere i propri diritti.

Secondo **Camillo Candia**, country ceo di Zurich Italia, a fronte di questo scenario ci sono "ampi margini di crescita per le assicurazioni Rc diverse dall'auto". Tanto a livello personale, quanto a livello aziendale. Si tratta di un cambiamento di atteggiamento nelle dinamiche della società civile che riguarda anche gli acquisti e le forniture: "il 22% ha preso in considerazione di chiedere danni a un'azienda o esercizio commerciale", ha evidenziato Candia. *(continua a pag. 2)*



INSURANCE CONNECT su TWITTER

Seguici cliccando qui

(continua da pag. 1)

UN ITALIANO SU DUE PENSA DI FARE CAUSA PER DANNI

La maggiore necessità di copertura sembra poi trovare un riscontro nella maggiore propensione presente in Italia a chiedere danni o risarcimenti attraverso vie legali.

Una persona su due ha pensato di chiedere danni o risarcimenti, e il 33% ha valutato l'idea, salvo poi rinunciarvi. Quasi il 30% ha ritenuto di chiedere risarcimento a un privato o vicino di casa, mentre il 28% a un datore di lavoro.

Dalla survey emerge, inoltre, che il 22% del campione ha pensato di chiedere danni a un'azienda o esercizio commerciale, mentre il 21% a professionisti, quali per esempio medici e commercialisti.

I tempi della burocrazia e la sfiducia nella giustizia risultano essere le principali motivazioni (33% del panel) che spingono gli italiani a non chiedere danni e risarcimenti per vie legali.

A queste si aggiungono motivazioni economiche (21% del campione) e la mancanza di strumenti e professionalità in grado di aiutare i cittadini (8% del campione).

In definitiva, considerato che un'importante fetta della popolazione risulta sottoassicurata, occorre far fronte alla necessità di protezione trasformando il rischio in valore.

E qui la strada da percorrere è ancora lunga.

Renato Agalliu



INSIEME
PER IL NOSTRO FUTURO

GIOVEDÌ	ROMA
19	Centro Congressi Radisson Blu es. Hotel
NOVEMBRE	Via Filippo Turati, 171
2015	6 minuti a piedi dalla stazione Termini

**CLICCA QUI PER
REGISTRARTI**

**CLICCA QUI PER
SCARICARE IL PROGRAMMA**



ANAPA
1° Congresso Ordinario Nazionale

INTERMEDIARI

Dalla rivoluzione digitale l'agente uscirà vincitore

Nonostante questo passaggio abbia portato alcune difficoltà, l'evoluzione informatica dei processi che stanno attuando le compagnie è di grande aiuto per ridurre molti dei costi della rete di vendita. Ne è convinto Alberto Zoccatelli, ex presidente del gruppo aziendale di Antonveneta, oggi in Allianz

Non solo grandi fusioni, accorpamenti e ristrutturazioni sono traumatici per gli agenti: i cambiamenti possono essere complessi anche in contesti più ristretti, con background e modalità operative comuni. È il caso di **Antonveneta Assicurazioni** che è stata assorbita da **Allianz**.

Alberto Zoccatelli, ex presidente del gruppo aziendale di Antonveneta, spiega come è avvenuto il passaggio completo ad Allianz. Un processo inevitabile e di cui non si pente di certo, ma che ha comportato anche una certa perdita di portafoglio e compromesso il rapporto con alcuni broker, che hanno preferito riallocare i contratti altrove, invece che rimetterli.

L'agente di Verona può vantare un grosso portafoglio, utili importanti e una media provvigionale dell'8%.



Alberto Zoccatelli, ex presidente del gruppo aziendale di Antonveneta

Lei è stato il presidente del gruppo aziendale Antonveneta, assorbito da Allianz. Ci può spiegare quali sono state le difficoltà, o le piacevoli sorprese, del cambiamento?

Non è stato un passaggio traumatico: Antonveneta Assicurazioni era già gestita da Allianz, da molto tempo, con uguali regole assuntive. Tutti gli agenti erano già mandatari di Allianz ben prima della fusione. Tuttavia, non è stato nemmeno un passaggio indolore. Allianz ci ha obbligato a rimettere quasi tutte le polizze in portafoglio nel nuovo sistema digital, annullando parecchi contratti. Questo processo ha comportato perdita di portafoglio e messo in crisi il nostro rapporto con i broker che, dovendo rimettere i contratti, hanno preferito riallocarli altrove.

Allianz non ci ha liquidato: abbiamo ricevuto un indennizzo di molto inferiore a quanto previsto dall'Ana 2003. Una prima tranche subito, e il saldo al raggiungimento del trasferimento in Al-

lianzenze delle polizze ex Antonveneta. Non era l'obiettivo delle nostre trattative, ma abbiamo privilegiato la continuità del rapporto con Allianz.

La dematerializzazione porterà a meno contatti con l'assicurato? Ritieni che queste nuove disposizioni possano ostacolare lo svolgimento della sua professione?

Argomento centrato: è proprio qui che ci giochiamo il nostro futuro. Sono certo che dell'agente ci sarà sempre bisogno. La digitalizzazione dei processi che stanno attuando le compagnie è di grande aiuto per ridurre molti dei nostri costi. Cambia lo strumento a nostra disposizione: non andremo più dal cliente, a casa o in azienda, con carte e preventivi, raccogliendo un centinaio di firme per un contratto. Andremo con l'iPad o con il telefono, invieremo la polizza per mail e raccoglieremo una sola firma digitale. Ma dell'agente ci sarà ancora bisogno perché sarà il consulente che guiderà le scelte assicurative con strumenti moderni, sia per le famiglie e ancor più per i professionisti e le imprese.

La rivoluzione digitale ha interessato tutti i settori. Le professioni che le hanno sfruttate al meglio, senza pregiudizi, sono risultate vincenti. Un esempio: si possono comprare fondi e azioni direttamente dal proprio computer e senza intermediari. Eppure, in questi ultimi anni, la raccolta dei promotori finanziari è cresciuta: nel 2014 del 15,7%, con record storico del patrimonio in gestione. Sarà così anche per noi. Certo che chi vive solo degli incassi Rca non ha futuro.

Come riesce a essere compliant rispetto alle normative Ivass? Come valuta, su queste materie, formazione e aggiornamento di Allianz?

Il rispetto delle normative è assoluto da parte mia, dei miei collaboratori e dei miei colleghi agenti. La professionalità di tutti è molto cresciuta. I nuovi agenti sono ben preparati sia sul piano tecnico sia su quello giuridico. Nel mio caso ritengo di essere avvantaggiato dalla scelta del monomandato. Allianz ci fornisce un'ottima assistenza nella formazione, anche riguardo alle nuove disposizioni. La mia agenzia è certificata Iso, così da avere un controllo periodico sui processi aziendali, assuntivi e di servizio ai clienti, in modo da garantirne la qualità. È stata una scelta certamente onerosa, ma se intrapresa con la giusta convinzione, è da consigliare ai colleghi: ci presentiamo come professionisti con processi certificati, con un ritorno di immagine verso i clienti e di identità dei collaboratori che ne comprendono l'importanza. *(continua a pag. 4)*



(continua da pag. 3)

Le normative di legge sull'antiriciclaggio, dal 2008 a oggi sono state modificate cinque volte. L'Irap maggiorata perché il Governo insiste sul presupposto che l'agenzia sia assimilabile alla compagnia. Nessuno, né Ania né i sindacati, si è fatto carico di far notare questa grave anomalia. I gruppi aziendali potrebbero avere un ruolo nell'ammodernamento dell'impianto tributario e sanzionatorio?

È un intervento auspicabile e necessario. Il legislatore, per superficialità o scientemente, confonde l'agenzia con la compagnia. Così è anche nell'opinione pubblica: siamo tutti assicuratori. Noi agenti non siamo mai riusciti a spiegare che il nostro ruolo è diverso da quello delle compagnie, e che per svolgerlo agiamo in completa autonomia: di spazi, di personale e di scelte aziendali.

Anche in questa occasione abbiamo fallito. Se poi a interloquire con il governo dovessero accreditarsi tutti i gruppi aziendali sarebbe il fallimento dell'immagine della nostra categoria, non solo dello Sna. È un ruolo che spetta a Sna, non ai gruppi aziendali.

Siamo già in ritardo: quando un provvedimento è confermato nell'iter parlamentare è difficile da modificare perché frutto di accordi ed equilibri politici che stanno a monte. Ci siamo riusciti quando abbiamo vinto la battaglia sulla collaborazione A con A: ma tutti hanno lavorato nella stessa direzione e con una grande mobilitazione che non sto riscontrando in questa occasione.

Come giudica le iniziative adottate da Sna nelle trattative per il salvataggio di Fpa?

Sna ha ragione. Ha la mia piena approvazione sia nei modi sia nei contenuti. È una scelta forte, ma il ricorso al Presidente della Repubblica indica la volontà degli agenti di rifiutare soluzioni frettolose non concordate. L'ipotesi non ci sono soldi, prenderete meno non va accettata.

Il lavoro dei nostri rappresentanti è delicato: non si possono sempre fare delle azioni eclatanti per qualsiasi richiesta. Se, però, da una parte non si deve sempre alzare l'asticella, dall'altra non si deve permettere che sia posta sotto un livello minimo che impedisca di lavorare con la professionalità e l'attenzione necessaria a salvaguardare le esigenze del cliente e delle compagnie.

Non abbiamo ridotto le nostre richieste nel già citato successo della collaborazione A con A, cui va aggiunto il successo del rinnovo del Ccnl, che Sna ha ottenuto per garantire la sopravvivenza alle molte agenzie in difficoltà. Anche per Fpa non dobbiamo permettere che si abbassi l'asticella.

Carla Barin

NEWS

È in distribuzione Insurance Review #29

Su questo numero: il convegno di Insurance Connect sull'intermediazione assicurativa, uno sguardo sull'Europa dei risarcimenti, e uno speciale su Solvency II

È in distribuzione da oggi il numero di novembre di **Insurance Review**, la rivista mensile dedicata al settore assicurativo e a tutto ciò che ruota intorno alla gestione dei rischi. La copertina è dedicata al convegno, **Intermediari nell'era della selezione**, organizzato da **Insurance Connect**, editore anche di **Insurance Daily** e del sito **InsuranceTrade.it**. L'evento sulla distribuzione assicurativa, giunto al terzo anno, ha rappresentato un'occasione di incontro unica tra tutti gli stakeholder del settore: compagnie, agenti, broker, istituzioni e società che si occupano di servizi. Sulla rivista si trova il resoconto completo di tutti gli interventi, delle tavole rotonde e dei dibattiti che hanno animato una giornata intensa, partecipata da oltre 300 addetti ai lavori.

Ma **Review** è, ovviamente, anche molto altro. Si parla tanto di Europa in questo numero: dall'attualità del dibattito continentale sul risk management ai confronti con i sistemi risarcitori dei nostri vicini francesi, tedeschi, spagnoli, inglesi e anche portoghesi. Non mancano le news, le rubriche e uno **Speciale** su Solvency II, in cui parlano **Europa, Insurance Connect, Ania** e i consulenti strategici.

Per ricevere il mensile è necessario abbonarsi, scrivendo ad abbonamenti@insuranceconnect.it, oppure accedendo alla pagina Abbonamenti di InsuranceTrade.it, 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