

PRIMO PIANO

Munich Re stime riviste al ribasso

Munich Re, il secondo player mondiale nella riassicurazione, chiude in frenata il primo trimestre del 2016. L'utile netto scende a quota 436 milioni euro, facendo registrare un calo rispetto al trimestre dello scorso anno (790 milioni). Il gruppo tedesco, in una nota, ha annunciato una revisione al ribasso dei target per quest'anno, con una nuova stima dell'utile netto che scende a 2,3 miliardi rispetto al range di 2,3-2,8 miliardi indicato in precedenza. Jörg Schneider, chief financial officer di Munich Re, ha ammesso che il risultato del primo trimestre è stato inferiore alle attese, e che il gruppo ha dovuto far fronte a tensioni significative nei risultati degli investimenti. "La diminuzione dei profitti nel primo trimestre ha smorzato il nostro ottimismo per quanto riguarda il risultato d'esercizio", ha affermato Schneider, che si attende costi elevati anche per l'attuazione del programma strategico di Ergo, la compagnia assicurativa di proprietà del gruppo bavarese. "L'ammontare non è ancora definitivo, ma è improbabile che Ergo vedrà un risultato di esercizio positivo per quest'anno. In considerazione di queste difficoltà, prevediamo un risultato consolidato di 2,3 miliardi di euro, che è il livello più basso delle nostre stime sugli utili attesi". I dettagli del programma strategico di Ergo verranno diffusi nel mese di giugno.

Beniamino Musto

INTERMEDIARI

Diversificare, fidelizzando

Non solo tecnologia, ma anche offerta diversificata e capacità di presidio nella relazione con il cliente, puntando su un rapporto privilegiato che solo l'agente può coltivare. Questa è l'unica strategia possibile, secondo Filianoti, delegato regionale Uaa della Calabria, per resistere alla crisi e alla concorrenza.

Coperture personalizzate, un modello di agenzia strutturata, settorizzata e all'avanguardia con la tecnologia e una maggiore diversificazione dell'attività di intermediazione. Questo, secondo **Vittorio Filianoti**, agente **Axa** e delegato regionale dell'**Uaa** di Axa della regione Calabria, consentirà di stare al passo con i tempi, per non rischiare la fine di realtà che, non riuscendo ad adeguarsi all'evoluzione tecnologica, sono sparite dal mercato. E, sulla legge che vorrebbe abolire il tacito rinnovo nei rami elementari, avverte il pericolo di lasciare gli assicurati privi di copertura.

Lei ha l'agenzia a Reggio Calabria, dove l'ambiente socio-economico non è dei migliori. Come gestisce la crisi e la concorrenza dei cosiddetti canali alternativi?

L'ambiente della mia città, sicuramente, non è dei migliori sotto l'aspetto socio economico ma, sicuramente, non è il peggiore. Oggi, secondo il mio punto di vista, l'unica soluzione per contrastare sia il pessimo periodo di crisi nel quale verte il nostro paese, sia la sempre più accesa concorrenza posta dai canali alternativi, sta nella diversificazione dello svolgimento della propria professione, ovvero il non concentrare gli sforzi nel solo settore Rca, che sta creando una perdita di redditività delle agenzie, dovuto alla sempre continua diminuzione del premio medio. Cercare di sviluppare altri settori come il vita e soprattutto concentrarsi sul settore delle Pmi. Il tutto, poi, associato ad una costante e continua fidelizzazione della clientela, attraverso il rapporto interpersonale che, al contrario di altre zone del nostro paese, ancora da noi, al Sud, viene tenuto molto in seria considerazione.

Qual è la sua opinione sulla legge che vorrebbe abolire il tacito rinnovo nei rami Re, in discussione in Parlamento?

Secondo me, si creerà molto scompiglio nella gestione di tale settore in quanto, soprattutto nelle aziende o ancora di più nelle polizze sanitarie, si potrebbe correre il rischio di lasciare questi ultimi assicurati privi di copertura assicurativa, senza alcun periodo di comporto, oltre ad incentivare ma dal mio punto di vista, peggiorare la gestione della libera concorrenza tra professionisti. Il tutto a danno dei clienti. *(continua a pag. 2)*



INSURANCE REVIEW su FACEBOOK
Seguici sulla pagina cliccando qui

(continua da pag. 1)

Tutto parrebbe cambiato, nel settore dell'intermediazione. Cosa andrebbe modificato, a suo parere, per non continuare a retrocedere sul piano normativo ed economico?

Su questo argomento preferisco essere molto breve e non esprimere commenti, in quanto se andiamo ad analizzare tutto ciò che è stato attuato, dall'entrata in vigore del regolamento 5 **Isvap** ad oggi, è servito e servirà a far perdere l'immagine della nostra professionalità, ossia sempre di più quella dell'agente generale. Per poter contrastare questo, l'unica soluzione sarebbe una profonda riflessione da parte di tutta la categoria con una reazione massiva (cosa molto difficile). Basti pensare che, se le compagnie oggi fatturano volumi impressionanti, è solo dovuto ad una storia creata negli anni dall'agente di assicurazione.

Offrire una proposta assicurativa personalizzata al cliente è il frutto della vera competenza di un intermediario. E' ancora di molti agenti, a suo parere, questa capacità?

Anche su questa domanda mi limito, in quanto, anche se è ancora presente questa caratteristica, sta via via scemando. Premetto che sono nato nel settore assicurativo nel 1993 quando, per poter effettuare la quotazione di un rischio, anche per una semplice polizza abitazione, si procedeva con il tariffario cartaceo e calcolatrice, aggiungendo garanzia su garanzia, quindi, tale circostanza ti induceva a dover conoscere garanzie, tassi, oltre a tutto il contesto per poter offrire un prodotto adeguato, personalizzato, per ogni tipologia di clientela. Oggi, con questi pacchetti preconfezionati da parte delle compagnie, (c.d. prodotti retail) non si fa altro che limitare, anche se non per tutti, la capacità di proporre personalizzate coperture, sia sotto l'aspetto tecnico che professionale.

Si parla tanto di nuovi modelli d'agenzia: dall'uso incondizionato del web, a una totale innovazione dei processi agenziali e organizzativi. Come applicherebbe questo nuovo modello nella sua agenzia?

E' vitale cambiare modello di agenzia, cioè avere un'agenzia strutturata, settorizzata, all'avanguardia con la tecnologia, alla quale nessuno, purtroppo, può sottrarsi. Stare al passo con i tempi e con l'evoluzione è fondamentale. Attualmente, è indispensabile avere un sito web, una pagina facebook, una comunicazione tecnologicamente evoluta, altrimenti si rischia di fare la fine, ad esempio della Kodak, la quale non riuscendo ad adeguarsi all'evoluzione tecnologica, forse addirittura cercò di contrastarla, è sparita dal mercato.

Carla Barin

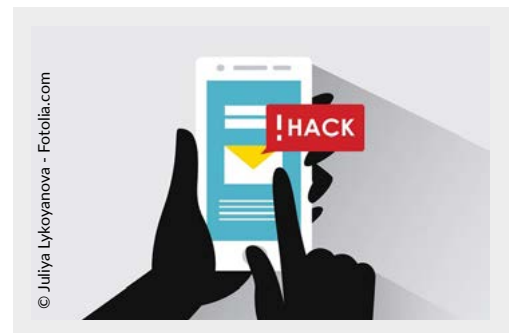
INIZIATIVE

Cyber risk, maggio è il mese della consapevolezza

Marsh lancia un'iniziativa per fare il punto sulla resilienza informatica di aziende e organizzazioni

Pillole sulla sicurezza informatica, piccoli consigli, aggiornamenti e suggerimenti sui rischi. Con queste premesse **Marsh** lancia il mese della consapevolezza sui rischi cyber e sta, contestualmente, predisponendo anche una guida per favorire la comunicazione e l'interazione tra le due figure che in azienda si occupano di minacce informatiche: i risk manager e gli It manager.

Se da un lato, infatti, il rischio cyber è un tema sempre più attuale e dibattuto, dall'altro le aziende faticano a gestire le conseguenze di un attacco cyber o di violazioni o furti di dati, individuando con chiarezza le soluzioni *non tecnologiche* che le aiutino a mitigare le conseguenze economiche di questi eventi. In questo senso si spiega l'iniziativa di Marsh, con cui si impegna a dare vita a una serie di proposte per aiutare le aziende ad avvicinarsi a questo tema, e affrontarlo propriamente.



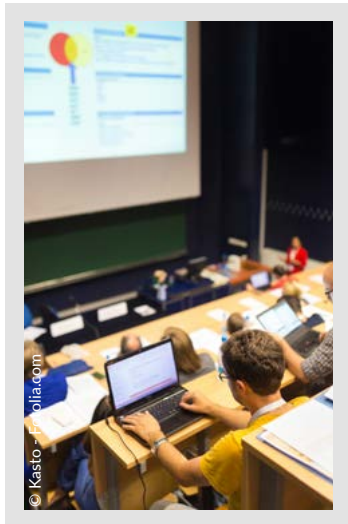
Per partire con il piede giusto sul sito www.marsh-stresstest.eu è possibile effettuare gratuitamente un *self-assessment*, ovvero un'autovalutazione preliminare del livello di rischio della propria azienda, sulla base di due variabili legate a complessità e impatto finanziario del cyber risk. Al termine del questionario, si potrà scegliere se ricevere i risultati della survey o il questionario per ottenere una quotazione personalizzata per una polizza assicurativa contro i rischi cyber. Maggio sarà anche il *kick-off* di una serie di eventi sul territorio per sensibilizzare sul tema, perché il rischio cyber riguarda tutti: gli individui, le aziende, ma anche gli enti pubblici che, con la crescita delle smart city, sono sempre più attenti all'evoluzione tecnologica.

Renato Agalliu

EVENTI

La tutela degli agenti: workshop di Anapa

L'appuntamento è in programma a Roma il prossimo 13 maggio



È in programma il prossimo 13 maggio a Roma il primo di una serie di workshop di formazione, organizzati da **Anapa Rete ImpresaAgenzia**, dal titolo *La tutela degli agenti*.

L'appuntamento formativo, aperto a tutti gli agenti professionisti, fino a esaurimento posti disponibili, si svolgerà presso il centro congressi *Cavour*, dalle ore 14 alle 18.

Il programma dei lavori

I lavori saranno coordinati da **Paolo Iurasek**, vice presidente di Anapa e conclusi dal presidente dell'associazione, **Vincenzo Cirasola**.

Il panel dei relatori vedrà alternarsi **Maria Luisa Cavina**, (responsabile

servizio vigilanza intermediari assicurativi dell'Ivass), **David Morganti** (avvocato e consulente di Anapa Rete ImpresaAgenzia) **Elda Rusich** (esperta di audit imprese) e **Raffaele Gargano** (avvocato e consulente di Anapa Rete ImpresaAgenzia). Gli esperti approfondiranno il tema della tutela dal punto di vista dell'Ivass, delle imprese e dei subagenti, con l'obiettivo di sensibilizzare gli intermediari su tutte le aree in cui devono essere attivate le tutele di cui dispongono a salvaguardia della professione.

In una nota, il presidente dell'associazione, Vincenzo Cirasola, sottolinea che l'intento di questa iniziativa è quello di "dimostrare ancora una volta di essere attenti alle esigenze della categoria e di voler prestare agli associati tutto il *know how* per permettere ai professionisti del mercato di prepararsi al meglio alle nuove sfide che verranno". Come ha precisato **Pasquale Laera**, componente di giunta, responsabile della formazione dell'associazione, "Anapa Rete ImpresaAgenzia intende, con una serie d'incontri su tematiche specifiche, contribuire a fornire agli agenti alcuni strumenti utili alla migliore espressione della propria professionalità. Questo workshop è il primo di una serie di incontri su tematiche specifiche con cui Anapa Rete ImpresaAgenzia spera di contribuire alla crescita della categoria".

Per confermare la partecipazione, basterà scrivere il proprio nominativo all'indirizzo segreteria@anapaweb.it

B.M.

PRODOTTI

Nasce "Valore Salute più"

Il nuovo piano sanitario realizzato da Unipol Banca in collaborazione con UniSalute

Visite specialistiche senza tempi d'attesa, indennità giornaliera, prestazioni diagnostiche e odontoiatriche particolari, sindrome metabolica, assistenza domiciliare e assistenza medico-sanitaria 24 ore su 24. Sono alcuni dei servizi previsti dalla copertura sanitaria messa a punto da **Unipol Banca** in collaborazione con **UniSalute**.



Aderendo al piano, denominato *Valore Salute più*, il contraente accede a una rete capillare di strutture sanitarie convenzionate per usufruire di un'ampia gamma di prestazioni specialistiche, potendo contare su tempi di attesa brevissimi, tra prenotazione e prestazione sanitaria. Può inoltre accedere a un servizio di consulenza telefonica per informazioni e pareri medici immediati.

Al piano sanitario, che si rivolge al correntista Unipol Banca che intende sottoscrivere il piano per sé e per uno o più componenti del nucleo familiare, purché di età inferiore ai 75 anni, è abbinabile l'omonimo conto corrente che, a un canone mensile di cinque euro, offre un pacchetto *all inclusive* di servizi pensati per ogni esigenza bancaria. *Conto Valore Salute più*, inoltre, consente di accedere a una serie di sconti su polizze **UnipolSai Assicurazioni**, rateizzazione a tasso zero della polizza Rc auto UnipolSai, sconti sui soggiorni presso le strutture alberghiere **ATAhotels** e sull'acquisto di vini di **Tenute del Cerro**.

R.A.

Insurance Review

Strategie
e innovazione per
il settore assicurativo

La rivista che rende l'informazione specialistica
dinamica e immediata.
Uno strumento di aggiornamento e approfondimento
dedicato ai professionisti del settore.

#33
aprile 2016

INSURANCE
REVIEW

Strategie e innovazione per
il settore assicurativo

Abbonati su
www.insurancetrade.it/abbonamenti
Abbonamento annuale € 80,00 (10 numeri)

Puoi sottoscrivere l'abbonamento annuale nelle seguenti modalità:

- Compilando il form on line all'indirizzo www.insurancetrade.it/abbonamenti
- Inviando un'email a abbonamenti@insuranceconnect.it

Modalità di pagamento:

- On line con Carta di Credito all'indirizzo www.insurancetrade.it/abbonamenti
- Bonifico bancario Antonveneta IBAN IT 94 U 01030 12301 0000 0158 0865

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