

PRIMO PIANO

Ania/OoSs, passi avanti

Hanno prodotto “un avanzamento del quadro negoziale” le ultime due giornate di trattativa (21 e 22 luglio) tra l’Ania e le rappresentanze sindacali di First Cisl, Fisac Cgil, Fna, Snfia e Uilca per il rinnovo del contratto nazionale. In comunicato congiunto i sindacati hanno ripercorso le varie fasi che hanno caratterizzato, in questi mesi, il complicato confronto. La trattativa si è rivelata “più lunga del previsto anche per il complesso scenario generale”, contraddistinto dai bassi tassi di interesse e dai problemi del ramo vita tradizionale “che non è più in grado di raggiungere i risultati attesi”. Ciò aveva spinto l’Ania a iniziare il confronto con i sindacati ponendo “pregiudiziali pesanti”, che dopo “ben nove mesi e la mobilitazione dell’intera categoria” sono state rimosse. Nel corso della trattativa sono stati vari gli incontri in cui ci sono stati forti contrasti fra le posizioni sindacali e datoriali che non hanno consentito di trovare un sufficiente livello di mediazione. Gli incontri proseguiranno il 19 e 20 settembre a Roma. Prima dell’inizio della trattativa con Ania, le OoSs hanno incontrato la responsabile delle relazioni sindacali di Direct Line che ha confermato “la volontà aziendale di trovare una soluzione condivisa alla grave crisi occupazionale aperta in azienda”.

Beniamino Musto

MERCATO

Internet of things: a che punto siamo?

Efma ha pubblicato uno studio che mette insieme i dati raccolti dalle ricerche più significative dell’ultimo periodo, tracciando un quadro ragionato di uno dei trend principali, a livello mondiale, del settore assicurativo. Ecco tutte le implicazioni

“È probabile che i premi si ridurranno in modo significativo e che ci saranno conseguenze importanti in termini di gestione dei dati, *privacy* e sicurezza. Gli assicuratori dovranno agire in fretta al fine di evitare il pericolo, molto concreto, di essere disintermediati”.

Questo sembra essere l’inizio di un messaggio d’allerta per il settore assicurativo: un esordio che non lascia presagire nulla di buono. Invece, sono le basi da cui partire “per creare un nuovo modello di business, più redditizio, che sfrutti i dati per creare un’offerta più personalizzata e, a sua volta, faciliti una migliore relazione con i clienti”. Il nuovo business per le assicurazioni è l’*internet of things* e a credere nelle nuove possibilità dello sviluppo di quest’offerta è **Vincent Bastid**, ceo di **Efma**, che ha commentato l’ultimo studio, pubblicato dall’organizzazione che riunisce oltre 3000 istituzioni finanziarie nel mondo, dal titolo *The internet of things: disrupting insurance models*.

L’*internet delle cose* (IoT) non è una novità e le indagini sull’argomento sono ormai molto diffuse. Efma, per questo, ha cercato di metterne insieme alcune delle più recenti, nel tentativo di aiutare il mercato a capire meglio le implicazioni della crescita dell’IoT nel settore.

La società di analisi **Gartner** ha previsto che 20,8 miliardi di oggetti saranno collegati a internet entro il 2020; **Munich Re**, in uno studio dal titolo *The internet of things and life-Living benefits insurance*, ha calcolato che questo dato equivale a circa sei dispositivi a testa a livello globale.

GIÀ TANTI I PRODOTTI E I SERVIZI

Ma già oggi, come sappiamo, i numeri stanno correndo: anche in assicurazione. La cosiddetta *connected insurance* è uno dei settori a più rapida crescita nel business delle *personal line*, sostiene Efma, citando **Accenture**, secondo cui negli ultimi 12 mesi, gli assicuratori di tutto il mondo hanno lanciato un enorme numero di prodotti e servizi che sfruttano le connessioni on line.

La ricerca mostra che per il 45% degli assicuratori questa tendenza sarà uno dei principali motori di crescita nei prossimi tre anni. Quasi la metà delle 300 compagnie considerate dallo studio di Accenture, citato da Efma, hanno soluzioni telematiche già sul mercato o in fase di sviluppo. Più di un terzo degli oltre 100 assicuratori vita intervistati offrono, o li offriranno presto, ai propri clienti prodotti IoT tramite dispositivi indossabili.

(continua a pag. 2)



INSURANCE REVIEW su LINKEDIN
Seguici sulla pagina cliccando qui

(continua da pag. 1)

Ed effettivamente i casi concreti, alcuni anche di grande successo e in continua espansione, cominciano a essere tanti. Il report di Efma ne cita alcuni, spiegandone le peculiarità. Alcuni, come **BNP Paribas Cardif**, **Europ Assistance** e **Desjardins Assurances Generales** (una compagnia canadese) utilizzano la telematica per fornire un approccio proattivo nelle polizze casa, salute e auto. Altri assicuratori, invece, hanno sviluppato assistenti virtuali intelligenti, come l'americana **Usaa**, il cui sistema fornisce risposte intuitive alle richieste dei clienti, e **Crédit Agricole**, che ha sfruttato le tecnologie di geolocalizzazione e tracking per consentire ai clienti di richiedere assistenza in caso di un incidente stradale o di guasto. Oppure ancora **Allianz France**, che utilizza i droni per valutare in modo rapido e sicuro i danni alle strutture di grandi dimensioni.



IL RISCHIO DISINTERMEDIAZIONE È ALTO

Tra le grandi possibilità si annidano, senza nemmeno nascondersi più di tanto, i grandi rischi. La minaccia maggiore, secondo Efma, è la disintermediazione. I giganti **Google**, **Amazon** e **Rakuten** (uno dei più famosi shop on line in Giappone), hanno già fatto progressi nel campo assicurativo, seppur con qualche impaccio: e promettono di non fermarsi. Secondo il *World Insurance Report* di **Capgemini**, tra tutte le possibili minacce, gli assicuratori temono soprattutto Google (40,8% degli intervistati), seguito dall'autoassicurazione per fabbricati e prodotti e poi Amazon.

Efma, riprendendo uno studio di **Oliver Wyman**, ha spiegato che le aziende come **Google**, **Apple**, **Facebook** e **Amazon** sono in grado di raccogliere dati in modo sempre più raffinato, generarne a loro volta di nuovi e, in ultima analisi, estrarne esattamente ciò che necessitano per sviluppare i loro modelli di business in tempo reale. In questo scenario, è chiaro che gli assicuratori perderebbero il controllo dei prezzi e sarebbero relegati al ruolo di detentori di rischi a basso valore aggiunto.

L'ASSICURAZIONE È ON DEMAND

Quindi, che fare? Gli assicuratori, secondo Efma, devono ripensare accuratamente la loro proposta per tener conto delle perturbazioni senza precedenti che l'internet of things causerà al settore. Ma la *value proposition* non comprende solo prodotti e servizi, su cui le compagnie sono già a buon punto, ma anche l'esperienza del cliente deve essere cambiata radicalmente: occorre migrare verso servizi personalizzati, *on demand*, che dovranno essere il *core business* dell'assicuratore.

Un report pubblicato dalla società di consulenza **A.T. Kearney** ha suggerito che per ottenere un successo a lungo termine, gli assicuratori dovranno sfruttare le proprie capacità nel differenziarsi in un mercato sempre più di *commodity*: IoT è proprio un modo per raggiungere tale differenziazione.

I *business plan* vincenti dovranno definire un percorso complessivo per tutti i comparti (vita, salute, danni, auto) ma consentendo approcci differenziati: dovranno essere flessibili alle possibilità di essere modificati o regolati. Le compagnie, infine, devono essere consapevoli di operare in un orizzonte nuovo e sempre in evoluzione, perché i business model cambieranno continuamente durante il lungo viaggio verso l'innovazione.

Fabrizio Aurilia



In collaborazione con:



SONDAGGIO: Distribuzione Assicurativa 2016

Sei un Agente o un Collaboratore (sezioni A ed E del RUI)?

Per partecipare al sondaggio

[clicca qui](#)

RICERCHE

I turisti americani preferiscono l'Europa

Il vecchio continente rimane la meta più ambita del turismo statunitense: è quanto emerge dal Monitor Allianz Global Assistance



Gli ultimi episodi di terrore e violenza di cui è stata vittima l'Europa non sembrano aver minato l'appeal turistico del Vecchio Continente. Anzi, le presenze dei turisti statunitensi in Europa, durante l'estate 2016, saranno superiori a quelle dello stesso periodo dello scorso anno: si registra infatti un aumento delle prenotazioni effettuate dagli Stati Uniti, tra gennaio e aprile, pari al 9,3%, con un numero di presenze passate da 471.823 nel 2015 a 515.676 nel 2016. Un dato positivo, all'interno del quale emerge però il forte calo registrato da Istanbul (-43,7% rispetto al 2015) e Bruxelles (-30,4%). Resiste invece Parigi, che riporta addirittura un leggero rialzo pari allo 0,6% e si conferma al secondo posto (50.301 turisti in arrivo) tra le città europee più visitate dagli americani dopo Londra (74.057). E questo il quadro tracciato dal **Monitor Allianz Global Assistance**. Il sondaggio rileva dei buoni dati per l'Italia: Roma si conferma al terzo posto in Europa con 46.437 viaggiatori americani (+14,9%), mentre Venezia registra 14.779 prenotazioni (+18%) e scavalca al decimo posto Milano, che riporta invece un calo di arrivi (14.626; -6,2%) rispetto all'anno scorso, in cui la città aveva registrato un incremento significativo di turisti stranieri dovuto anche all'effetto Expo. Queste le altre città che hanno maggiormente beneficiato dell'aumento di presenze americane, e della loro ridistribuzione: Dublino e Shannon in Irlanda, cresciute rispettivamente del 42,8% e del 46,5%, Atene con un +42,7%, Lisbona che ha visto un aumento del 42,3%, e Amsterdam che ha registrato un +34,5%.

Renato Agalliu

RISK MANAGEMENT

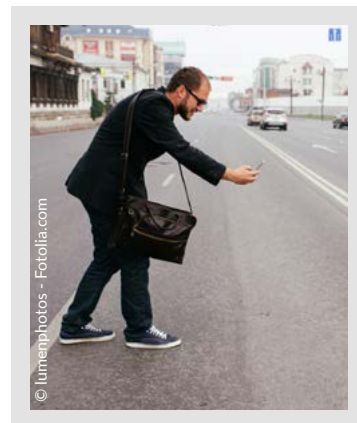
Pokemon Go, quando il divertimento diventa un rischio

Konsumer Italia esprime preoccupazione sui pericoli per automobilisti e pedoni connessi all'utilizzo della app durante la guida o l'incauto attraversamento della strada

La caccia ai Pokèmon, che sta in questi giorni coinvolgendo migliaia di giocatori, può rappresentare un alto fattore di rischio a causa del significativo fattore di distrazione. E infatti, dopo la diciottenne incinta travolta negli Stati Uniti mentre era impegnata nel catturare un mostriattolo virtuale, un altro simile episodio è avvenuto anche in Italia: in Abruzzo un ragazzino 14 enne in sella alla sua bici è stato investito da un'auto, perché distratto dal cellulare nell'intento di catturare un Pokemon.

I dati **Acilstat** 2015 pubblicati nei giorni scorsi hanno già evidenziato un aumento del numero di incidenti stradali dovuti all'utilizzo del cellulare alla guida. Così sul nuovo fenomeno sociale legato all'applicazione è intervenuto anche il presidente di **Konsumer Italia**, **Fabrizio Premuti**. "Non vogliamo demonizzare il gioco, ma tutelare tutti i cittadini da eventuali pericoli", ha evidenziato, aggiungendo: "figuriamoci cosa può accadere adesso, con centinaia di persone in cerca di mostriattoli virtuali mentre circolano in auto, in bicicletta o a piedi, senza prestare attenzione a ciò che accade attorno a loro". Konsumer sottolinea anche un altro aspetto legato al Pokèmon Go, ovvero l'improvviso aumento di persone in luoghi sensibili. La caccia ha portato i giocatori agli Uffizi di Firenze e a Palazzo Madama di Torino, e per ora non sembrano essere stati messi limiti ai posti in cui la caccia può essere svolta.

"Non vogliamo lanciarsi in analisi sociologiche che non ci competono - osserva Premuti - ma invitiamo gli organi deputati a considerare un'implementazione dei controlli, là dove necessario, per tutelare cittadini, monumenti e opere d'arte dalla diminuzione della sicurezza". Premuti, inoltre, richiama anche l'attenzione su eventuali problemi legati alla geolocalizzazione obbligatoria per giocare, e quindi alla privacy: "ci chiediamo se in qualche modo la partecipazione alla ricerca dei Pokèmon possa aumentare, per i bambini, il rischio di entrare in contatto con adulti pedofili". A questo proposito, Konsumer intende monitorare attentamente l'evolversi della situazione, e vigilare affinché quello che dovrebbe essere solo ed esclusivamente un mezzo di divertimento non assuma i connotati di pericolosità.



R.A.

INTERMEDIARI

Solo gli agenti proteggono gli assicurati

Essere intermediario, oggi, significa anche recuperare il proprio ruolo sociale, costruito nel tempo sulla fiducia: occorre far percepire il valore della relazione umana in contrasto con le compagnie dirette.

Ne è convinto Guido Graffino, storico intermediario di Allianz a Cuneo e, dal 1984, presidente della provinciale di Sna

Solo gli agenti sono in grado di difendere i diritti degli assicurati. Nelle dinamiche dei sinistri, è importante che l'intermediario stia accanto ai soggetti più deboli, che magari non hanno le possibilità di saper far valere le proprie ragioni. Anche in questo modo si recupera la fiducia tra mondo assicurativo e clienti, si fa crescere la cultura della protezione e, in ultima analisi, si sviluppa il mercato. Ecco perché stupisce ancora di più l'assenza degli agenti nel primo discorso all'assemblea dell'Ania della neo presidente, **Maria Bianca Farina**.

Assenza ingombrante, notata da molti agenti, come anche da **Guido Graffino**, storico intermediario di **Allianz** a Cuneo, e dal 1984, presidente della provinciale di **Sna**, ruolo che lascerà a scadenza di mandato per raggiunti limiti di età.

Graffino è professionista dell'assicurazione da tanto tempo: nel 1963 **Acli** e **Ras** avevano creato la nuova compagnia, la **Lavoro & Sicurezza**: fu in quel momento che Graffino, dirigente provinciale **Acli**, diventò agente, totalmente senza portafoglio. Nel 1980 venne eletto presidente nazionale del gruppo agenti, succedendo a **Gino Catania**. Rimase in carica quattro anni, prima di essere eletto presidente della provincia di Cuneo per **Sna**.

Dopo aver ascoltato l'intera relazione della presidente dell'Ania, **Maria Bianca Farina**, molti agenti non hanno nascosto il loro malumore, in quanto non è stato fatto alcun cenno all'intermediazione italiana. In una relazione a tutto campo, non sono stati sfiorati nodi salienti come l'accordo **Ana**, scaduto nel 2003, né, tantomeno il **Fondo pensioni agenti**, reciprocamente gestito da **Sna** e **Ania**. La sua opinione?

Farina aveva cominciato bene, dichiarando che avrebbe riallacciato il rapporto con i rappresentanti degli agenti con un importante riferimento all'istituto della rivalsa. Evidentemente i tentacoli della lobby l'hanno avviluppata. In fondo, in qualche modo, il rap-

porto con gli agenti l'Ania ce l'ha, visto che sembra abbia contribuito a creare una certa associazione di intermediari...

Quale è la sua opinione sulla vicenda relativa al Fondo pensione agenti?

Purtroppo i tempi di Roma sono gli stessi in tutti i campi. Mi stupisce il fatto che i ripetuti avanzi di gestione del fondo non incidano positivamente, provocando una riduzione dei tagli alle pensioni. Secondo me lo **Sna** sul tema si è mosso bene. Purtroppo non ci resta che aspettare.

La Cassazione ha deliberato che un passeggero trasportato deve provare di essere stato sul veicolo al momento dell'incidente automobilistico. Sarà un vantaggio per l'assicurato o per le imprese?

Sono convinto che sarà un vantaggio per le imprese. Non tutti hanno le capacità necessarie per tutelare i propri diritti; sarà importante, al riguardo, il sostegno degli agenti, a dispetto di coloro che hanno scelto compagnie telefoniche, banche e comparatori.

Entro un anno diverrà obbligatoria la Rc professionale degli avvocati. Sarà un vantaggio per il cliente del professionista, oppure la possibilità di un errore potrebbe frenare la capacità della difesa?

Credo che sarà un vantaggio per il cliente. L'avvocato dovrà stare molto più attento, perché eventuali denunce di sinistri rischieranno di far lievitare il costo della polizza.

Nel nostro Paese il numero di polizze malattia, rapportato alla popolazione attiva, è molto basso. A suo parere la situazione è tale perché costano troppo, perché hanno condizioni capestro (disdette al primo sinistro), oppure perché non si sanno vendere?

La possibilità di disdettare i contratti dopo il primo sinistro è sicuramente un deterrente. La crisi economica ha ridotto le entrate delle categorie potenzialmente più interessate: professionisti, commercianti, artigiani, funzionari di alto livello. Però penso che in parte dipenda anche dagli agenti; così come per le polizze di tutela legale. C'è chi cerca di operare e chi, addirittura, dimentica di proporre il prodotto.

Carla Barin

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