

PRIMO PIANO

L'assicurazione nel pallone

Può un'impresa assicurativa mandare nel pallone il calcio italiano? A quanto pare il rischio è davvero concreto. Soprattutto se la compagnia in questione, la Gable Insurance, con sede legale in Liechtenstein, è sull'orlo del fallimento, come denuncia un'inchiesta dell'Espresso. La compagnia, operativa in particolare nel ramo 15 (cauzione), nell'ambito del quale rientra il rilascio di polizze fideiussorie, ha fornito le garanzie necessarie a molte squadre professionistiche. Si tratta di quelle garanzie richieste dalla Federcalcio italiana per iscriversi al campionato: nel dettaglio sono circa 20 le squadre dell'ex Serie C che si sono avvalse delle polizze fideiussorie. Ma non solo, ad affidarsi a Gable ci sono anche squadre di Serie A e B come la Sampdoria e il Bari. La lista però potrebbe allungarsi nelle prossime ore. La Gable si è affrettata a far sapere che onorerà tutti i suoi impegni. Ma i dubbi restano: tanto che sulla questione è intervenuta anche l'Ivass che ha fatto scattare il divieto di concludere nuovi contratti e di disporre del proprio patrimonio nei confronti di Gable Insurance Ag. E anche l'autorità di vigilanza del Liechtenstein ha precisato che "il divieto è efficace dal 9 settembre 2016, riguarda tutti i rami assicurativi e tutti i Paesi Ue e si applica anche ai rinnovi e alle proroghe dei contratti in corso".

Renato Agalliu

INTERMEDIARI

Un grande cambiamento culturale

Le compagnie devono avere il coraggio di cambiare mentalità e strategia, disegnando nuove garanzie e contenuti. E coinvolgendo anche gli agenti, i quali, con la nuova normativa, potranno giocare un ruolo decisivo in termini di competenza e professionalità. Come ci spiega Sergio Sterbini, vice presidente del gruppo agenti Fata

Passare da una logica di business a quella di utilità sociale e protezione del cliente. È questo lo sforzo che le compagnie devono compiere per recuperare fette di mercato, per sé e per gli intermediari. Ne è convinto **Sergio Sterbini**, agente generale di **Fata** e vice presidente del gruppo agenti e di **Sna Roma**, che sottolinea il potenziale insito nel welfare aziendale e, in particolare nell'assistenza sanitaria integrativa, dove fondi e casse sanitarie, e una normativa lacunosa, rischiano di sottrarre spazi importanti alle imprese assicurative e agli agenti. La strada è quella del cambiamento culturale e del coinvolgimento della rete, la quale, con la normativa sull'intermediazione, potrà giocare con successo la carta della professionalità. E tornare a produrre, sviluppare e creare valore in accordo con la mandante.



Sergio Sterbini, agente Fata

Secondo la presidente Ania, Maria Bianca Farina, l'Italia sconta un ritardo importante rispetto a Paesi più avanzati. Scarsa diffusione per le persone, beni immobiliari e mobiliari. Crisi e deflazione incidono o sono scarse le offerte? Come affronta questa situazione nella sua agenzia?

La crisi, a mio avviso, influenza negativamente tutto il settore acuendo i tradizionali problemi del mercato, da sempre ingessato tra la scarsa cultura e l'indolenza nell'intraprendere percorsi innovativi. Negli ultimi anni, le compagnie si sono impegnate nella ricerca spasmodica di redditività, orientata quasi esclusivamente nella diminuzione dei prezzi Rc auto. Dall'altra parte gli intermediari, costretti dal calo dei premi, si sono sfiancati in una guerra fratricida a colpi di sconti commerciali, diminuendo il ricavo provvigionale e aumentando i costi di gestione. A questo, si aggiunge l'impatto dell'innovazione tecnologica che ha prodotto nuovi approcci al mercato da parte degli assicurati, convinti di poter fare a meno della consulenza di un professionista.

A mio avviso, i risultati di questi fenomeni hanno portato a un deterioramento generale sia dell'offerta sia dei rapporti. Per invertire questa tendenza, gli intermediari possono e devono sforzarsi maggiormente per tornare a essere i consulenti a cui affidare la sicurezza dell'utente.

Nella nostra agenzia abbiamo pensato che la politica del premio più basso non può rappresentare una strada a lungo percorribile, così abbiamo cercato di migliorare il servizio per renderlo sempre più efficiente e professionale. *(continua a pag. 2)*

INSURANCE REVIEW su TWITTER
Seguici cliccando qui



(continua da pag. 1)

Attraverso la formazione e l'aggiornamento lavoriamo ogni giorno allo scopo di rappresentare un'organizzazione di riferimento, in termini di comprensione dei rischi e scelta delle coperture assicurative più idonee. Questo impegno è mirato verso la clientela, che ha sempre bisogno di poter fare affidamento su una figura in grado di comprendere e gestire i rischi; verso la rete di collaboratori e broker, ai quali cerchiamo di offrire preparazione, serietà ed efficacia; e, non ultimo, verso la compagnia, alla quale presentiamo una più attenta selezione dei rischi, fondata su un rapporto di consulenza maturo e consapevole.



Questo scenario di trasformazione genera incertezza negli intermediari facendo emergere, giorno dopo giorno, timori per la sopravvivenza delle agenzie e, quindi, nuove esigenze di protezione. Lei, quale vice presidente di gruppo, quale strategia applica per affrontare questo stato di cose con la mandante?

Il nostro gruppo ha sempre privilegiato la politica del dialogo e del confronto con la mandante. Da quattro anni a questa parte, Fata è stata impegnata nei processi di integrazione, prima con **Generali Italia** e successivamente in **Cattolica**, e il reciproco impegno per l'adeguamento dei sistemi e delle strategie aziendali ha portato giocoforza a un sacrificio nelle relazioni industriali tra rete e direzione. Siamo sempre convinti che, per il bene comune, la reciproca capacità di ascolto e di dialogo sia fondamentale e crediamo che il coinvolgimento della rete, con le proprie esperienze e suggerimenti, sia essenziale per il raggiungimento di migliori risultati.

Certo, ci aspettiamo che l'impegno profuso, con grande collaborazione e spirito di appartenenza, sacrificando redditività e portafogli sull'altare dell'incorporazione, sia riconosciuto, e che presto possano essere messe in atto nuove iniziative e supporti per il recupero del terreno perduto. La rete è logorata da quattro anni di attesa e attende da tempo di riprendere l'attività che le è più consona: quella della produzione, dello sviluppo e della creazione di valore. Per questo sarà indispensabile trovare l'intesa su un nuovo accordo integrativo, moderno e funzionale, che consenta di investire e lavorare su basi solide e tranquille. Siamo consapevoli che la trattativa per un buon accordo, molte volte, passa anche attraverso momenti di tensione. La volontà deve essere reciproca.

Risulterebbe che gli italiani, l'anno scorso, abbiano speso, per ricorrere a cure mediche private, circa 1.400 euro di tasca propria. Altre persone, per mancanza di mezzi, hanno rinunciato. È difficile far comprendere all'utente l'importanza di questa garanzia, eventualmente rateizzata?

Sappiamo quanto ci sia ancora da lavorare per diffondere le polizze sanitarie tra le famiglie italiane e che il dato è da sempre nettamente inferiore rispetto agli altri Paesi europei. La crisi economica, la forte pressione fiscale e la scarsa conoscenza dei prodotti sono solo alcuni dei motivi. Ritengo che la maggior parte degli italiani pensi che la sanità pubblica possa ancora rispondere sufficientemente alle esigenze e, quindi, chi sottoscrive una polizza lo fa solo per accedere alle strutture private o per accorciare i tempi di attesa che nel pubblico sono ancora piuttosto lunghi.



Esistono gli incentivi di welfare aziendale che il Governo ha potenziato nelle agevolazioni fiscali. Una ricerca internazionale di Zurich, Income Protection Gap Study 2016, rileva che il 56% degli italiani, operanti nelle aziende, preferirebbero un pacchetto di benefit fatto con coperture assicurative. Stiamo lasciando, a suo parere, grandi vuoti a favore di altri competitori?

Le compagnie valutano il settore in una logica di business, più che di utilità sociale o protezione del cliente. I premi sono ancora troppo alti per molti ceti sociali. Le polizze sono più o meno le stesse da decenni. Per questo il settore dell'assistenza sanitaria integrativa sta trovando un'importante sviluppo con le adesioni a fondi o casse sanitarie, anche a seguito di contrattazione a livello nazionale o aziendale. Questi istituti approfittano anche di una normativa che presenta delle evidenti falle nella regolamentazione, troppo rigida verso gli intermediari assicurativi e incomprensibilmente leggera verso le reti di venditori non professionali, dei quali si avvalgono le mutue. Ritengo che, in questo momento, il settore attraversi una fase di stallo, stretto nella morsa della crisi economica, della ricerca del margine industriale, senza sottovalutare una normativa sempre più impegnativa e a tratti asfissiante. Penso che la lunga fase di studio e di analisi, seppure importante, debba finalmente essere tradotta in proposte concrete, ripensando con coraggio a nuove garanzie e aggiornando i contenuti alle necessità attuali. Occorre un grande cambiamento culturale che interessi le strategie delle compagnie e il coinvolgimento degli intermediari i quali, in questo settore, possono giocare un ruolo decisivo di competenza e professionalità, soprattutto se, come auspichiamo, la normativa sull'intermediazione sarà rispettata da tutti.

RICERCHE

Chi ha paura del cyber risk?

Più di 9 aziende su 10, in Europa, hanno subito una violazione della sicurezza informatica, ma solo il 42% pensa che l'evento possa ripetersi. Lo rivela un'indagine dei Lloyd's, secondo cui la normativa sulla protezione dei dati non è stata ancora compresa

Il 92% delle imprese europee ha subito un crimine informatico negli ultimi 5 anni. Un tema divenuto ormai esteso e rilevante tanto che, oggi, è seguito direttamente dai ceo, nel 54% dei casi. Questo il principale dato emerso dall'indagine, *Facing the Cyber Risk Challenge*, svolta dai Lloyd's per verificare come le aziende, in Europa, stanno affrontando la sfida dei rischi informatici, soprattutto in vista della norma Ue sulla protezione dei dati.

A tal proposito, la ricerca (che ha coinvolto i vertici di circa 350 fra le più grandi realtà europee con un fatturato di oltre 250 milioni di euro) rivela che ben il 57% delle aziende non ha compreso fino in fondo la nuova normativa.

Altro dato preoccupante riguarda la percezione del rischio: solo il 42% del campione intervistato ritiene probabile che si possa ripetere una violazione informatica in futuro e solo il 13% delle aziende intervistate pensa di poter avere una perdita di clientela a causa di questo, sottovalutando il potenziale impatto di un attacco informatico.

Minacce interne ed esterne

Tra le minacce interne identificate come possibili cause di una violazione dei dati vi sono: la perdita fisica di documenti o di altri strumenti non elettronici (42%), un dipendente interno che viola intenzionalmente le informazioni (42%), l'errore umano o rivelazioni non intenzionali (41%), la perdita, furto o scarto di un'apparecchiatura (41%).

Tra le minacce esterne identificate quali possibili cause di una violazione dei dati vi sono: le attività di hackers a scopo di lucro (51%), le attività di hackers per ragioni politiche (46%), le attività di hackers concorrenti (41%), le truffe online (39%), le richieste di riscatto (37%), il software per la diffusione di virus (32%).

Una norma ancora poco conosciuta

Con il recepimento del *Regolamento Generale per la Protezione dei Dati* (Gdpr), le organizzazioni che gestiscono dati di cittadini europei dovranno adeguarsi, entro il 2018, alla normativa per non incorrere in multe. Su questo, sebbene il 97% degli intervistati abbia sentito parlare del Gdpr, il 57% delle aziende conferma di saperne poco o nulla; solo il 7% del campione dichiara di conoscere bene tutte le implicazioni; il 42% degli intervistati teme una nuova violazione in futuro, circa il 50% delle aziende ritiene che la nuova normativa potrebbe avere conseguenze in termini di controlli da parte degli enti preposti (64%), sanzioni finanziarie (58%), impatto sul valore azionario (57%) e reputa-



zione (52%) e solo il 13% delle aziende pensa di poter perdere clienti in caso di una violazione.

Tra i settori esaminati, l'healthcare ha una percezione inferiore dei rischi cyber (32%) rispetto al settore bancario e finanziario (46%) e retail (42%), probabilmente perché, nei tre settori, le aziende che hanno avuto precedenti esperienze di gestione di violazione dei dati ritengono di avere meno probabilità di incorrere in nuove violazioni.

Un pericolo sottovalutato

"È rassicurante sapere - spiega **Inga Beale**, amministratore delegato dei Lloyd's - che la responsabilità per il rischio cyber è nelle mani dei vertici aziendali, ma risulta chiaro che troppe aziende sottovalutano i pericoli derivanti da una violazione informatica che potrebbero avere gravi conseguenze. Come dimostrato da eventi recenti, ottime reputazioni guadagnate con il lavoro di anni possono svanire in un secondo se non sono stati implementati piani adeguati di protezione".

Per quanto riguarda le imprese italiane, queste sono leggermente sotto la media europea relativamente alle violazioni informatiche negli ultimi 5 anni (l'80%) e al timore (33%) di un nuovo accadimento e ben il 23% delle aziende nostrane non sa che esistono prodotti assicurativi cyber che forniscono copertura e servizi alle compagnie che subiscono una violazione dei dati.

"Per affrontare efficacemente ogni minaccia - conclude **Vittorio Scala**, country manager & general representative **Lloyd's Italian Office** - è necessario che le imprese aggiornino costantemente il proprio sistema di protezione dei dati. Lo scenario è in continua evoluzione: la consapevolezza dei rischi cyber da parte delle aziende italiane aumenterà con il recepimento della nuova normativa europea (Gdpr)".

Laura Servidio

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

Convegno

COSÌ CAMBIA LA DISTRIBUZIONE ASSICURATIVA

5 OTTOBRE 2016

MILANO

Palazzo delle Stelline,
Corso Magenta, 61

9.00 - 17.30

Sponsor:

PROGRAMMA

Chairman Maria Rosa Alaggio *Direttore di Insurance Review e Insurance Daily*

09.00 - 09.30 - Registrazione

09.30 - 09.50 - Presentazione dell'Osservatorio sulla distribuzione assicurativa
Compagnie e intermediari, insieme per le sfide future della distribuzione assicurativa
Marco Lanzoni, responsabile divisione finance Scs Consulting
Giorgio Lolli, manager mercato finanza Scs Consulting

09.50 - 10.10 - **IDD2: così cambia la distribuzione assicurativa**
Chiara Cimorelli, legal director Dla Piper Studio legale e tributario

10.10 - 10.30 - **La centralità degli agenti (secondo Aviva Italia)**
Video - Phil Willcock, ceo Aviva Italia
Andrea Amadei, chief operating officer & retail director Aviva Italia
Pierangelo Colombo, presidente Gruppo agenti Aviva

10.30 - 10.50 - **Crescere con gli intermediari**

10.50 - 11.10 - **Il nostro punto di vista sull'assistenza, tutela legale e assicurazione viaggio per intermediari**
Stéphane Coulot, ceo AXA Assistance Italia

11.10 - 11.30 - Coffee break

11.30 - 13.00 - TAVOLA ROTONDA: **Obblighi, opportunità e prospettive della rete agenziale**
Maurizio Capiello, presidente Commissione Distribuzione Ania
Maria Luisa Cavina, responsabile servizi intermediari Ivass
Vincenzo Cirasola, presidente Anapa Rete ImpresAgenzia
Claudio Demozzi, presidente Sna
Stefano Gentili, chief marketing e distribution officer Generali Italia
Vittorio Verdone, direttore affari istituzionali gruppo Unipol e responsabile gestione normativa reti distributive UnipolSai

13.00 - 13.10 - Q&A

13.10 - 14.00 - Pranzo

14.00 - 15.00 - TAVOLA ROTONDA: **Gli intermediari tra direttive, tecnologia e proposte assicurative**
Alessandro De Felice, presidente Anra
Luca Franzini de Luca, presidente Aiba
Fabrizio Premuti, presidente Konsumer Italia
Luigi Viganotti, presidente Acb

15.00 - 15.20 - **Sinistri: come gestire l'emergenza e la fase di risanamento**
Stefano Sala, amministratore delegato gruppo per

15.20 - 15.40 - TAVOLA ROTONDA: **Creare valore per le agenzie: il ruolo dei gruppi agenti**
Umberto D'Andrea, presidente Associazione Agenti Allianz
Dario Piana, presidente comitato gruppi aziendali Sna
Enrico Ulivieri, presidente Gruppo agenti Zurich e vice presidente Anapa Rete ImpresAgenzia

15.40 - 16.00 - **L'importanza della specializzazione**
Antonio Sacchi, country manager per l'Italia di Liberty Specialty Markets

16.00 - 17.15 - TAVOLA ROTONDA: **Come sviluppare nuovo business per compagnie e canale agenziale**
Marco Lamola, direttore distribuzione e marketing gruppo Cattolica
Jean François Mossino, presidente Commissione agenti europei al Bipar
Marco Oddone, responsabile marketing & distribution Alleanza Assicurazioni
Marco Rossi, head of sales & marketing di Das
Federico Serrao, vice presidente Ga.Gi
Sergio Sorgi, vice presidente Progetica



IN CHIUSURA DEL CONVEGNO I PIÙ FORTUNATI TRA IL PUBBLICO VERRANNO SORTEGGIATI E RICEVERANNO UN PRESTIGIOSO PREMIO: UN RINGRAZIAMENTO PER LA COSTANTE ATTENZIONE CHE IL MONDO DEGLI INTERMEDIARI RISERVA ALL'ATTIVITÀ DI INSURANCE CONNECT

Iscriviti su www.insurancetrade.it
Scarica il programma completo