

PRIMO PIANO

Ania/OsSs, c'è l'accordo

L'accordo c'è. Dopo una lunga e complicata trattativa è stata trovata la quadra anche sui punti di maggiore rigidità: finalmente l'Ania e i sindacati dei lavoratori del settore assicurativo hanno sottoscritto un impegno formale per il rinnovo del contratto collettivo. L'intesa è arrivata nella serata di martedì 22 febbraio, a Roma, ed è stata sottoscritta da First Cisl, Fisac Cgil, Fna, Snfia e Uilca. L'impegno firmato, comunque, al momento resta un'ipotesi di accordo per il rinnovo del Ccnl. I punti significativi dell'intesa riguardano la salvaguardia e l'allargamento dell'area contrattuale; le misure a favore dei dipendenti di compagnie poste in liquidazione coatta amministrativa (Lca); l'incremento economico pari a 103 euro a regime quarto livello settima classe; la limitazione delle flessibilità dell'orario di lavoro in mancanza di accordo aziendale; le aree dei call center e dei funzionari. Nei prossimi giorni uscirà un comunicato dettagliato sull'intera ipotesi d'accordo e si avvierà la programmazione delle assemblee in tutte le imprese assicurative. In una nota congiunta, le OoSs sottolineano che "la forte coesione unitaria delle organizzazioni sindacali e il sostegno della categoria hanno consentito questo importante risultato in un contesto di profondi cambiamenti del settore e in una situazione economica segnata da una lunga crisi".

Beniamino Musto

INTERMEDIARI

Preoccupazioni, ma anche opportunità di sviluppo

I rumors che vedono il gruppo Generali in veste di preda di altre grandi entità finanziarie hanno diffuso molta inquietudine tra gli agenti del Leone. Gli intermediari, tuttavia, hanno dalla loro parte una grande coesione di gruppo e un forte spirito di appartenenza. Questo il pensiero di Carlo Bracci, agente Generali a Macerata Feltria



Carlo Bracci, agente a Macerata Feltria

Prima la profonda trasformazione arrivata con la creazione di **Generali Italia**. Ora i continui rumors di cui è protagonista il gruppo Generali, che in toto o a blocchi, sarebbe nel mirino di potenziali acquirenti: si parla di **Intesa Sanpaolo, Axa, Allianz**. Negli ultimi anni per gli agenti Generali non sono certo mancate le fonti di ansia e di preoccupazione. Tuttavia, spiega **Carlo Bracci**, agente a Macerata Feltria, gli intermediari del Leone sono in grado di farsi forza grazie a un coeso spirito di appartenenza che li ha sempre contraddistinti.

Bracci è approdato nella compagnia del Leone a 22 anni come dipendente esterno addetto alla produzione, per poi essere nominato agente nel 1995. È stato componente del consiglio direttivo, della giunta e vice presidente del gruppo agenti Generali sino al 2016; ha abbandonato la sezione provinciale **Sna** nel 2012, per poi entrare, come regionale Marche, in **Anapa**. Parlando con *Insurance Daily*, Bracci si dice convinto che il gruppo agenti Generali Italia (GaGi) sia forte e coeso, ed è certo che la giunta esecutiva ben tuteli il background di tutta la rete, il valore degli intermediari e la loro storia.

È preoccupato per i rumors di mercato sulla possibilità che Generali sia acquisita?

Sì, sono preoccupato, come lo sono del resto tutti gli agenti Generali che, come me, sono nati e cresciuti all'interno della compagnia, e che hanno consapevolezza del successo del modello agenziale che rappresentiamo. Ci preoccupa lo scenario disegnato, e ci auguriamo che il gruppo mantenga la propria indipendenza.

(continua a pag. 2)



(continua da pag. 1)

Su queste voci, il presidente del gruppo agenti Generali Italia, Vincenzo Cirasola, ha espresso il proprio dissenso ai vertici della compagnia: un gesto accompagnato dal plauso di molti che vi hanno visto la capacità di tutelare i propri iscritti. Qual è il suo pensiero?

Il presidente del GaGi, **Vincenzo Cirasola**, ha palesato il pensiero di tutti noi agenti storici di Generali. Vogliamo capire che cosa ci riserverà il futuro, dopo le tante voci riportate dalla stampa. Credo che, palesando i suoi timori, il presidente abbia espresso il pensiero e il sentimento di tutti noi. La sua presenza sulla stampa è una ulteriore conferma del fatto che il nostro è un gruppo ben rappresentato, e che la nostra voce ha una risonanza. Siamo una delle compagnie italiane storiche: prima abbiamo vissuto una profonda trasformazione con la creazione di Generali Italia e oggi siamo alle prese con nuove ansie. Ci facciamo forza, grazie al coeso spirito di appartenenza che ci ha sempre contraddistinto e che non vorremmo veder sfumare per delle operazioni finanziarie incomprensibili, perlomeno a noi agenti.



Generali, Procuratie Vecchie a Venezia

Lo sviluppo del settore assicurativo in Italia procede lentamente, sia nella parte assicurativa vera e propria, sia nei fondi pensione. Quali evoluzioni del mercato prevede nel prossimo futuro?

L'Italia ancora oggi presenta un livello di sottoassicurazione molto elevato, pertanto possiamo dirci fiduciosi sul futuro del mercato assicurativo. Nonostante la crisi economica abbia comunque creato molte difficoltà, esistono alcuni rami che possiamo e dobbiamo riuscire a sviluppare nel prossimo futuro. Penso, ad esempio, al ramo salute, alla protezione della casa, ai danni catastrofali, alle coperture per le Pmi. Tutti settori che presentano spazi di crescita interessanti. Aggiungo anche che, se alcuni di questi settori potessero contare su agevolazioni fiscali e deducibilità, si potrebbe avere un maggiore slancio. E, indubbiamente, ciò potrebbe riguardare anche la previdenza complementare. Oggi, i fondi pensione sono strumenti apprezzati e sempre più acquistati dalla clientela, così come le polizze di investimento a premio unico, per le quali si sta assistendo al passaggio dalle gestioni separate a prodotti ibridi con la presenza anche di linee multicomparto, gestite dalle migliori società del mondo. E poi ci sono i prodotti vita tradizionali, che hanno molti vantaggi come l'esenzione dalle tasse di successione e la possibilità di designare beneficiari anche al di fuori dall'asse ereditario. Prodotti che, sulla scia dei recentissimi casi di cronaca politica, sono ormai diventati noti a tutti.

Generali Italia e il ministero del Lavoro hanno firmato un protocollo finalizzato al sostegno dell'occupazione giovanile. Alcuni giovani disoccupati o inoccupati potrebbero avere l'opportunità di essere formati con stage presso le agenzie, con la prospettiva di essere inseriti nell'organico. Come valuta questa iniziativa?

Sicuramente è un'iniziativa lodevole, anche se al momento è destinata solo all'inserimento come dipendenti amministrativi assunti direttamente da Generali Italia. Ci auguriamo che presto possa essere attivata anche per rafforzare ancor di più l'attività di reclutamento dei giovani nelle nostre agenzie, per il percorso di collaborazione commerciale, per poi essere assunti dalla direzione come ispettori di produzione: una peculiare figura che esiste da decenni solo in Generali, e che ci distingue da tutti i competitor assicurativi presenti nel mercato. Quasi tutti gli agenti storici delle Generali sono stati assunti come dipendenti addetti alla produzione e sono cresciuti all'interno degli appalti.

In un recente report, l'autorità europea sulle assicurazioni e i fondi pensione, Eiopa, ha fotografato lo stato dell'arte nei rami danni e vita. Per i rami elementari si evidenzia la crescente richiesta di prodotti personalizzati, grazie anche ai big data; il ramo vita sembra puntare a crescere con l'ausilio della digitalizzazione. Secondo lei, la costante innovazione nel comparto porterà vantaggi effettivi alla clientela?

Io credo che gli strumenti informatici evoluti, la digitalizzazione, la firma grafometrica siano sempre di più un supporto efficace all'attività di vendita, in quanto permettono di semplificare e rendere più agevole parte della nostra attività. Gli agenti liberati dagli oneri amministrativi possono dedicare maggior tempo a realizzare prodotti personalizzati per i propri clienti e a soddisfare le loro richieste. I dati sugli assicurati, se ben organizzati, ci permettono di avere maggiori informazioni sui nostri utenti, e quindi individuare potenziali clienti laddove pensavamo non ce ne fossero.

Carla Barin

RICERCHE

Aziende poco pronte alla cyber insurance

Tra le imprese medio-grandi del Nord Est il rischio cyber è ben conosciuto ma le misure per la corretta gestione non sono attuate in modo completo. I risultati di una ricerca evidenziano la necessità di accompagnare le aziende in un percorso di strutturazione che porti, anche, al trasferimento assicurativo

Quanto sono preparate le aziende al rischio cyber? La domanda è stata alla base di una ricerca svolta da **Via Virtuosa**, in collaborazione con **Margas**, i cui risultati sono stati commentati da **Cesare Burei**, ceo di Margas, nel corso di un recente webinar organizzato da **The Innovation group**. La ricerca ha cercato di indagare l'approccio delle imprese verso la *cyber insurance* intervistando un campione di risk manager e cio di 63 aziende del Nord Est, per l'80% sopra i 100 dipendenti e per il 70% con una classe di fatturato superiore ai 20 milioni di euro.

I risultati dell'indagine hanno definito un panorama di imprese molto permeate dall'utilizzo delle tecnologie, in cui il rischio cyber impatta fortemente sul rischio di business. In generale, è problematica comune del campione lo scarso coinvolgimento del board aziendale, con la consapevolezza del rischio cyber limitata ai settori It. Questo *scollamento* è alla base di investimenti insufficienti per quanto riguarda la cyber security, la gestione del rischio e in genere l'awareness. Inoltre, si evidenzia la carenza di una misurazione oggettiva del rischio cyber, necessaria per un corretto trattamento. La mancanza di una visione completa del problema risulta ancor più evidente se si considera che il 39,7% degli intervistati dichiara di aver subito un sinistro cyber negli ultimi 5 anni (in prevalenza *ransomeware*, per i quali sono stati pagati riscatti anche di decine di migliaia di euro).

Poco coinvolti i settori It

La ricerca ha avuto come obiettivo la valutazione degli elementi che possono evidenziare un approccio di sistema verso il rischio cyber e quindi la capacità di mettere in atto un corretto trasferimento assicurativo. Secondo l'indagine, solo poco più del 60% delle compagnie ha coinvolto il responsabile Ict in tavoli di gestione della sicurezza generale: eppure, l'impatto di un fermo dei servizi informatici sulle attività aziendali è evidente per gli intervistati, che tra le aree potenzialmente coinvolte hanno elencato in maniera massiccia tutti i settori, *in primis* quello amministrativo e la logistica.

Alla domanda se gli intervistati, a diverso titolo responsabili della sicurezza informatica, abbiano mai chiesto di conoscere le coperture e le esclusioni delle polizze assicurative attive in azienda, circa il 63% ha dato risposta negativa, percentuale formata in buona parte dalle aziende meno dimensionate. Nell'indicare quali polizze tra alcune elencate fossero presenti in azienda, sono state più citate le coperture per responsabilità civile (presenti nel 56% delle aziende), seguite da D&O (45%), polizze elettroniche (30%), Rc professionale Ict (19%), una sola impresa ha sottoscritto polizze cyber e ben il 13% ha dichiarato di non

avere nessuna delle coperture citate. La polizza elettronica può essere annoverata tra i *falsi positivi*, considerando che si tratta di un prodotto creato negli anni Novanta per coprire i danni diretti e materiali sugli strumenti, non è quindi indicata per una copertura sufficiente in un sistema di comunicazione basato sui servizi web.

Manca la misura delle conseguenze

Rispetto alle conseguenze di un sinistro tecnologico, il 59% delle aziende del panel prevede un piano di *disaster recovery* e il 56% di business continuity (nessun piano, invece, nel 18% dei casi). Ma il fatto che al 60% dei casi non sia mai stato chiesto di quantificare i costi che possono derivare da un sinistro cyber, dimostra che le disposizioni della norma 27001 sui sistemi di gestione della sicurezza delle informazioni sono state recepite senza l'ulteriore passaggio dell'impatto economico di un eventuale sinistro.

Nell'operatività, le procedure di sicurezza It non sono formalizzate nel 28% delle aziende, mentre il 57% monitora le vulnerabilità e solo il 13% ha in atto sistemi di modellazione delle minacce. Le richieste in merito alla gestione della sicurezza Ict pervengono ai responsabili non solo, come naturale, dall'interno della struttura (70%) o dagli auditor (26%), ma anche dai clienti (24%), dai fornitori in generale (7%, in particolare le multinazionali) e di It in particolare (24%).

Le domande per le aziende

Secondo Burei, emerge una difficoltà di confronto interno all'azienda sui temi del rischio cyber: è necessario ricercare una maggiore consapevolezza e un linguaggio comune per giungere alla completa conoscenza del rischio, e da qui definire una strategia di gestione che includa il trasferimento assicurativo.

Per questo nel webinar sono state suggerite alcune domande che le aziende si devono porre per meglio definire il proprio perimetro attuale di rischio in relazione alle coperture assicurative attive, a partire dalla verifica della corretta descrizione dell'attività aziendale nella polizza Rc generale. In particolare, va verificata la presenza di coperture sulla business interruption per comprendere se includono l'ipotesi di non funzionamento del sistema informatico, con quali limiti, e se il massimale previsto è in linea con i centri di costo e i ricavi. Nelle polizze attive va inoltre verificato quali costi collegati a un danno cyber possono essere risarciti (ad esempio, consulenza, intervento e difesa legale).

Maria Moro

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

15 MARZO 2017

MILANO

| 9.00 - 17.00

| Palazzo delle Stelline, Corso Magenta, 61

INNOVAZIONE: DALLA FORMA AI CONTENUTI

Chairman Maria Rosa Alaggio

Direttore di Insurance Review e Insurance Trade

09.00 - 09.30 - Registrazione

09.30 - 10.00 - **Le nuove frontiere della tecnologia: come cambierà il mondo?**

Andrea Cerroni, associate professor of Sociology and communication of knowledge, head of Master in Science communication and sustainable Innovation Dpt. of Sociology and Social research Università degli studi Milano-Bicocca

10.00 - 10.20 - **Insurtech: problematiche e prospettive per compagnie e clienti**

Cristiano Mastrantoni, research manager di Cetif

10.20 - 10.40 - **Il futuro dei modelli assicurativi**

10.40 - 11.00 - **Usare i dati storici per prevedere il futuro. I predictive analytics per migliorare l'assunzione del rischio e la gestione dei sinistri**

Marco Burattino, italian sales director di Guidewire

11.00 - 11.30 - Coffee break

11.30 - 11.50 - **Intelligenza artificiale, IoT e blockchain per essere più vicini al cliente**

Natalia Antongiovanni, business development officer di Icg

11.50 - 12.45 - **TAVOLA ROTONDA: Dall'innovazione alla crescita: le strategie delle compagnie**

*Emanuele Costa, partner e managing director di Boston Consulting
Ruggero Frecchiami, direttore generale di Assimoco
Roberto Grasso, amministratore e direttore generale di Das
Francesco La Gioia, amministratore delegato di Helvetia Italia
Davide Passero, amministratore delegato di Alleanza Assicurazioni (*)
Andrea Pezzi, direttore innovation & new business solution di Unipolsai*

12.45 - 13.00 - Q&A

13.00 - 14.00 - Pranzo

14.00 - 14.20 - **Tecnologia ed evoluzione dei profili giuridici**

Claudio Perrella, partner di Ls LexJus Sinacta

14.20 - 14.40 - **L'innovazione a servizio degli assicurati: leva di fidelizzazione per gli intermediari**

*Guido Dell'Omo, responsabile retail di Axa Assistance
Mirko Formica, responsabile corporate di Axa Assistance*

14.40 - 15.00 - **Sinistri e servizi per la centralità del cliente**

Stefano Sala, amministratore delegato gruppo per

15.00 - 16.00 - **TAVOLA ROTONDA: Ramo danni e ramo vita: come cambiano contenuti, linguaggi e modalità distributive**

*Marco Brachini, presidente di Amca e direttore marketing di Sara Assicurazioni
Marco Lamola, direttore distribuzione e marketing del gruppo Cattolica
Paolo Martinello, presidente di Altroconsumo
Carlo Motta, responsabile commerciale, marketing e business development di Eurovita Assicurazioni
Domenico Quintavalle, head of retail distribution per Zurich Italia*

16.00 - 16.20 - **Accelerare i tempi dell'innovazione di business: la soluzione Lisa**

*Maximiliano Barberi, Lisa product manager
Alessandro Vanzo, managing director di Gruppo Euris*

16.20 - 17.00 - **TAVOLA ROTONDA: L'innovazione nella comunicazione verso il mercato**

*Gabriella Carmagnola, direttore comunicazione e relazioni esterne di Ania
Isabella Falautano, director of communications, corporate responsibility e public affairs di Axa Italia
Giorgia Freddi, director of communications and external relations di Groupama Assicurazioni
Alida Galimberti, head of retail market management di Zurich Italia
Mauro Giacobbe, amministratore delegato di Facile.it
Gianpiero Zannier, responsabile direzione clienti di Reale Mutua*

(*) invitato a partecipare

Iscriviti su www.insurancetrade.it

Scarica il programma completo

Main sponsor:



Official sponsor:

