

PRIMO PIANO

Sna, congresso anticipato

Appuntamento il 6 e 7 aprile prossimi, in Sardegna, per il 50esimo congresso nazionale del Sindacato nazionale agenti di assicurazione. L'evento, convocato con due mesi d'anticipo rispetto alla naturale scadenza di giugno, si terrà al centro congressi del Chia Laguna Resort, a Domus De Maria, a circa 50 chilometri da Cagliari.

Il congresso è stato convocato anticipatamente, ha spiegato il presidente, Claudio Demozzi, perché l'organizzazione che rappresenta la maggior parte degli agenti in Italia "si trova a far fronte a una fase delicata e complessa che non può certo essere affrontata con una delega a termine che durerà ancora appena qualche mese".

I vertici di Sna si riferiscono agli impegni che coinvolgeranno il sindacato su vari tavoli: da una possibile riapertura della trattativa sulla contrattazione di primo livello con l'Ania, al confronto con Ivass e Antitrust "su varie questioni molto delicate" passando per la partecipazione ai lavori presso il ministero dello Sviluppo economico sul recepimento in Italia della nuova direttiva europea (Idd) sulla distribuzione assicurativa.

"Chi affronterà da subito questi tavoli - ha detto Demozzi - avrà bisogno di una piena delega congressuale e, soprattutto, del tempo necessario per condurre le trattative e i confronti verso gli obiettivi voluti".

Fabrizio Aurilia

INTERMEDIARI

Collaborazioni e digital per andare oltre gli stereotipi

I cambiamenti del mercato e la necessità di offrire una consulenza a 360° al cliente hanno fatto sì che molte certezze del passato siano superate. Come quelle su business digitale e tradizionale, dove non ci sono più barriere. La digitalizzazione dell'agenzia rappresenta quindi una grossa opportunità per gli intermediari, secondo Michele Sonnessa, presidente del gruppo agenti Tua Assicurazioni

Orientarsi alla digitalizzazione può contribuire al miglioramento della redditività delle agenzie. Tuttavia, le compagnie non dovrebbero creare direttamente concorrenza agli agenti ricorrendo a canali alternativi, ma orientare gli intermediari alla digitalizzazione dell'offerta e della distribuzione per integrare e rafforzare la rete degli agenti. È questa la posizione di **Michele Sonnessa**, presidente del **gruppo agenti Tua Assicurazioni**. Sonnessa gestisce assieme al collega **Tommaso Bruno**, un'agenzia monomandataria a Venosa (Pz.). Iscritto allo **Sna** da alcuni anni, collabora con **Tua Assicurazioni** (gruppo **Cattolica**) dal 2007; in precedenza è stato dipendente presso un'agenzia Zurich. Attivissimo sul piano sociale, è stato sindaco del Comune di Rapolla (Pz), presidente della Comunità Montana, e ha ricoperto diversi altri incarichi di livello. Secondo Sonnessa, la concezione pura di monomandato è stata superata: le collaborazioni tra intermediari rappresentano una grande opportunità per rispondere concretamente alle esigenze della propria clientela a tutto tondo.



Sonnessa, lei è il presidente del gruppo Aut, i cui iscritti sono tutti monomandatari. In un mercato che cambia velocemente e in cui il cliente esige una consulenza a 360°, questo modus operandi è ancora efficace?

È evidente che oggi stereotipi e tradizioni del mercato assicurativo danni sono ormai ampiamente superate, e che le leggi vigenti consentono la possibilità di stipulare collaborazioni orizzontali tra intermediari assicurativi e la possibilità per gli intermediari di operare con più di una compagnia mandante. (continua a pag. 2)



INSURANCE REVIEW su FACEBOOK

Seguici sulla pagina cliccando qui

(continua da pag. 1)

Non esistono più clausole contrattuali di distribuzione esclusiva fra imprese assicurative e intermediari, e tutto ciò rappresenta senz'altro una grossa opportunità, per gli intermediari, di rispondere concretamente alle esigenze della propria clientela a tutto tondo. Ritengo che questa sia la strada maestra per il futuro della nostra professione, e che ognuno debba seriamente riorganizzare il proprio modo di operare e di svolgere la propria attività professionale. Certamente noi, come gruppo Agenti Uniti Tua, da tempo ci siamo mossi in questo senso per offrire ai nostri iscritti la possibilità di aderire ad accordi nazionali stipulati dal gruppo Aut con altri intermediari assicurativi e con broker. Auspico che possa continuare un rapporto *privilegiato* con la nostra mandante, senza rinunciare alla possibilità di sviluppare altri accordi, per allargare il mercato, che consentano alle agenzie di cogliere opportunità ulteriori di business che sicuramente contribuiranno ad incrementare la loro redditività in un momento di crisi. Le due cose non sono assolutamente in contrasto: anzi, ritengo costituiscano una positiva e reciproca opportunità.



In varie occasioni pubbliche, molti manager di diverse imprese assicurative sottolineano l'insostituibile ruolo centrale dell'agente/imprenditore. Tuttavia, al tempo stesso, sono gli stessi manager che di fatto creano una forte concorrenza promuovendo la vendita attraverso vari tipi di canali alternativi. In che modo la sua rete, rigorosamente mono, si difende da questa dinamica?

Preciso innanzitutto che il concetto di *rigorosamente mono* è da considerarsi superato soprattutto dopo l'intervento dell'Antitrust del 2013, che ha definitivamente spazzato per sempre l'esclusiva di diritto. Penso che il ruolo dell'agente debba continuare a essere centrale nei piani industriali delle compagnie. Spesso queste ultime ricorrono a canali alternativi, i quali quasi sempre hanno prodotto risultati non certamente entusiasmanti. Tutto ciò evidenzia e rafforza il concetto dell'insostituibilità dell'agente nella distribuzione, e nello sviluppo del business assicurativo, oltre che come garante del servizio al cliente. Ritengo, altresì, che non vi siano più barriere tra il business digitale e quello tradizionale: molti clienti hanno cambiato il comportamento di acquisto e sono influenzati da internet, ma poi spesso finiscono con il concludere l'acquisto in agenzia. (continua a pag. 3)



LA NOSTRA FORZA SEI TU!

INSIEME POSSIAMO VOLARE LONTANO!

[CLICCA QUI PER ISCRIVERTI](#)

[CLICCA QUI RINNOVARE](#)

(continua da pag. 2)

Pertanto la digitalizzazione dell'agenzia rappresenta una grossa opportunità per gli agenti di incrementare il proprio business, riducendo i costi. Orientarsi alla digitalizzazione può contribuire al miglioramento della redditività delle agenzie. Pertanto, a mio avviso, le compagnie non dovrebbero creare direttamente concorrenza agli agenti ricorrendo a canali alternativi, ma orientare gli intermediari alla digitalizzazione dell'offerta e della distribuzione per integrare e rafforzare la rete degli agenti.

Aut ha concluso la trattativa su un nuovo accordo integrativo, scaduto a fine 2016. Quali sono i contenuti salienti di questa intesa?

Lo scorso gennaio abbiamo definito il nuovo *Patto per lo sviluppo*, valido per il biennio 2017-2018. Ritengo che sia stato concluso un ottimo accordo, che consentirà alle agenzie di ottenere ulteriori incentivi variabili e meritocratici che integreranno quanto già previsto dal mandato di agenzia. I punti salienti dell'accordo sono i seguenti: sviluppo professionale e organizzativo, che consentirà alle agenzie di sviluppare la propria organizzazione distributiva con un concreto contributo economico della compagnia sia nella ricerca e acquisizione di collaboratori *neofiti* da avviare all'attività di intermediazione, sia nella ricerca e acquisizione di collaboratori *professionisti* con portafoglio da inserire nella propria rete; ottenimento di nuove coperture assicurative a favore degli agenti i cui contratti verranno stipulati direttamente dalla compagnia; un nuovo sistema di incentivazione d'agenzia, con la finalità di spingere gli agenti a perseguire elementi di sviluppo e gestionali orientati alle *best practice* che possono produrre forme di sinergie economiche con la compagnia e, di conseguenza, di beneficiare di maggior elementi di provento industriale, considerando comunque centrale l'esigenza del cliente che deve essere sempre orientato all'acquisto di soluzioni assicurative meglio adeguate alle sue necessità; istituzione di un principio di mutualità tra le agenzie al fine di rendere maggiormente integrata la logica della condivisione dei risultati.

Ritengo sia stato compiuto un deciso passo in avanti rispetto al passato, e che il Patto sia alla portata di tutti. È evidente che ognuno dovrà sviluppare la propria attività orientandola allo sviluppo commerciale, senza mai perdere di vista la necessità di una produzione di qualità.

Come sono i rapporti industriali tra il gruppo da lei presieduto e la direzione della compagnia?

Le relazioni nella nostra compagnia sono molto corte, e questo ci consente di partecipare attivamente alle strategie e alle politiche aziendali. Il rapporto fra il gruppo Agenti Uniti Tua e la nostra direzione è decisamente molto positivo e collaborativo. Ritengo che questo sia un fatto estremamente positivo, che produce risultati importanti sia sotto il profilo professionale e organizzativo, sia (e soprattutto) sotto quello umano. Il Patto per lo sviluppo e la partecipazione diretta del nostro gruppo nella revisione dei prodotti assicurativi, con una apposita commissione costituita ad hoc, sono esempi concreti di una relazione solida, e di una attenzione particolare della nostra direzione verso la rete agenziale.

All'interno di Tua Assicurazioni esiste un altro gruppo aziendale, Tua PluRi, i cui iscritti sono tutti plurimandatari. Alla luce delle difficoltà che investono tutta la categoria, non riterrebbe più proficua una sola rappresentanza agenti?

Credo che in futuro le due rappresentanze potranno trovare un punto di sintesi. Per il momento, abbiamo esigenze diverse, determinate in particolar modo dal fatto che i nostri colleghi già operano in regime di plurimandato con la possibilità di avere a disposizione prodotti e strumenti di diverse compagnie. Ad ogni modo, in questi anni abbiamo sviluppato azioni sinergiche e di proficua collaborazione nel rappresentare e sostenere comuni esigenze dei nostri iscritti, con risultati decisamente positivi. Tutto ciò mi consente di affermare che i due gruppi, senza alcuna difficoltà, possono avere una organizzazione distinta e convivere all'interno della stessa compagnia.

Carla Barin

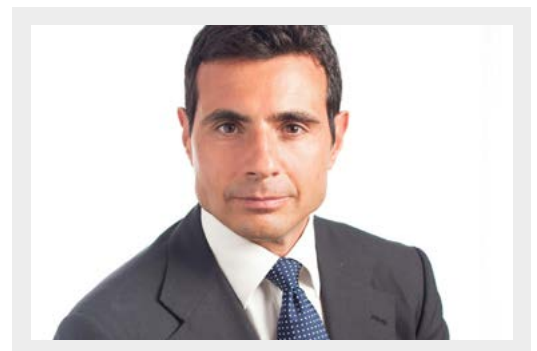
NEWS DA WWW.INSURANCETRADE.IT

Giacomo Gigantiello, nuovo chief transformation officer di Axa Italia

Giacomo Gigantiello (nella foto) è stato nominato chief transformation officer e membro del management committee del gruppo **Axa Italia**. Entrerà in carica a partire dal prossimo 20 marzo 2017. Con un'esperienza di 20 anni, di cui otto nel mercato italiano, Gigantiello ha ricoperto ruoli di responsabilità in finanza, audit, business development e operations in diverse divisioni della **Ge Capital** (consumer, corporate, reinsurance).

Prima di entrare in Axa è stato coo di Ge Capital Italia e consigliere delegato nelle società del gruppo bancario. In precedenza è stato direttore generale delle divisioni consumer finance di Ge Capital sia in Regno Unito, sia in Italia.

Axa Italia, in una nota, sottolinea che con Gigantiello "potrà contare sulla forte expertise e comprovata esperienza nel guidare la trasformazione della macchina operativa, l'integrazione ed efficienza dei processi di business, con focus sul cliente, sull'innovazione e sulla digitalizzazione".





L'AVVOCATO RISPONDE

Intermediari, agenti e subagenti, possono ricevere risposte ai loro quesiti inviando un'email all'indirizzo redazione@insuranceconnect.it. Grazie per la vostra attenzione.

Gentile avvocato De Angelis,

sono riuscito nel tempo a conquistare l'amicizia e la fiducia di un grosso imprenditore della mia zona. Quando però finalmente si è rivolto a me perché aveva bisogno di rinnovare la sua polizza Rca che era già scaduta, mi sono accorto che era piazzata su una agenzia della mia stessa rete. Una semplice richiesta via mail non bastava, essendo necessario un esplicito consenso da parte del mio collega che autorizzasse il trasferimento della polizza ancorché il contratto fosse già risolto. In tal caso è necessario riempire e sottoscrivere un apposito modello, farlo firmare dal cliente, poi dall'altro agente e quindi inoltrarlo alla compagnia per ottenere lo sblocco della targa sul sistema informatico. Il collega di rete a parole non negava, ma poi ha traccheggiato, e i solleciti sono rimasti vani.

Rivolgersi ad altri colleghi era pericoloso per più aspetti, e in ogni caso erano fuori mercato. È andata a finire che il cliente, scaduto il termine di comporta, si è seccato di tutti questi problemi e si è rivolto ad altri. Così io ho fatto una pessima figura, l'altro agente e la compagnia hanno perso un buon cliente, e tutti hanno perduto l'occasione di fare con lui altre polizze. È possibile ancora oggi che accada tutto questo?

RISPOSTA:

Gentile lettore,

da un lato condivido la sua perplessità; a quanto capisco, lei deve essere rimasto vittima di un meccanismo predisposto dalla compagnia per evitare la concorrenza fra agenzie della stessa rete; però devo farle presente che questo è stato realizzato in parte anche nel suo interesse. Ciò posto, se poi mi vuol chiedere quanto questo sia legittimo la risposta è, a mio avviso, negativa. Non si tratta qui di qualche articolo, ma dell'intero sistema che contrasta con queste cose.

Credo che l'attuale sistema non dovrebbe più tollerare la possibilità che una persona non possa rivolgersi liberamente all'assicuratore che crede; questa impostazione è stata recepita dai c.d. "decreti Bersani" in poi, passando per le collaborazioni e le altre disposizioni di cui al d.l.179/12, con l'esplicito intento di liberalizzare il mercato della distribuzione assicurativa.

Un sistema che richiede all'intermediario di essere più un professionista che un commerciante; che gli impone di ben conoscere e farsi carico del cliente e dei suoi problemi al fine di poter essere sempre in grado di offrirgli il miglior prodotto disponibile per soddisfare i suoi bisogni assicurativi, non può che basarsi su un rapporto libero, professionale e altamente fiduciario che male si attaglia ai "lacci e laccioli" che invece lei riferisce, e che sopravvivono ancora numerosi nella realtà quotidiana a dispetto di tutto.

Cosa fare? Se una qualche forma di plurimandato o collaborazione non le è stata di fatto finora possibile, può provare con un esposto alla Autorità garante della concorrenza e del mercato (Agcm). Le consiglio però, ovviamente, non solo di farlo sottoscrivere al cliente, ma di considerare prima e attentamente gli eventuali effetti collaterali che potrebbero derivarne.

Avv. Paolo De Angelis - Firenze
avvpaolo@studiodeangelis.eu



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:

