

PRIMO PIANO

Aig, Hancock si dimette

Peter Hancock, presidente e ceo di Aig, si è dimesso dopo quattro trimestri consecutivi di perdite per la compagnia americana. Hancock, numero uno dal 2014, resterà in carica fino alla nomina del suo successore.

L'ultimo trimestre del 2016 aveva spinto le perdite oltre i tre miliardi di dollari, cosa che aveva aumentato le pressioni degli investitori verso un cambiamento del management. "Senza il supporto incondizionato degli azionisti per il continuo della mia leadership, un lungo periodo d'incertezza potrebbe compromettere i progressi che abbiamo fatto", ha commentato Hancock in una nota.

I principali giornali internazionali sottolineano come l'uscita sia stata una vittoria del miliardario e azionista Carl Icahn, che aveva pubblicamente chiesto la testa del ceo. L'analista finanziario Amit Kumar, sentito dal Financial Times, ritiene probabile che Aig cercherà una soluzione esterna per la sostituzione di Hancock: "Non vedo - ha precisato - un successore naturale all'interno della compagnia". Negli anni scorsi, Aig ha restituito 185 miliardi di dollari al governo statunitense dopo che nel 2008 il prestito federale aveva evitato la bancarotta alla compagnia. La perdita dell'ultimo trimestre 2016 è la più grave dopo quella di quasi dieci anni fa.

Fabrizio Aurilia

INTERMEDIARI

Agenti, nuovi obblighi ma anche opportunità

Le novità in arrivo con l'imminente introduzione di Idd apriranno un nuovo corso per l'attività degli intermediari. Quali sono le principali criticità che il mondo della distribuzione si troverà ad affrontare? Di questo, e di altro, si è parlato ieri nella tappa milanese dell'Anapa on tour: l'appuntamento ha rappresentato anche l'occasione per la presentazione del libro scritto dal presidente dell'associazione, Vincenzo Cirasola



Acquistare prodotti complessi, come quelli assicurativi, da venditori che potremmo definire inusuali, ad esempio al supermercato o dal tabaccaio, è una delle tendenze verso cui sta andando la distribuzione assicurativa. Questa prospettiva, evidentemente, non può che destare qualche preoccupazione per gli agenti, soprattutto a meno di un anno dall'entrata in vigore della nuova direttiva europea Idd, prevista per il 23 febbraio 2018. Non poteva che partire da qui, dunque, la tappa milanese del tour di Anapa Rete ImpresAgenzia.

UN DISTACCO RISPETTO AL PASSATO

L'appuntamento è stato aperto dal forum dei gruppi agenti aderenti ad Anapa, a cui erano presenti, portando la propria testimonianza, anche Aiba, Acb (rappresentata dal presidente Luigi Viganotti) e Uea (presente il consigliere ed ex presidente Filippo Gariglio). Al centro dei temi dibattuti, un resoconto e un confronto sul tavolo tecnico istituito presso il Mise per il recepimento della Idd. Secondo Enzo Sivori, numero uno dell'Associazione agenti UnipolSai (Aau) e presidente dei Gaa di Anapa, la nuova direttiva rappresenterà un momento di distacco rispetto al passato, e appesantirà il lavoro degli agenti. Ma ci sono anche dei risvolti positivi, nella misura in cui le difficoltà di adeguamento non riguarderanno solo gli intermediari tradizionali, ma anche i canali distributivi accessori. Più precisamente, "l'Idd diventerà un'opportunità se ci sarà un'evoluzione del ruolo degli agenti e una crescita di autonomia", ha affermato Sivori, convinto che "i Gaa dovranno evolvere e fare in modo che prerogative e strumenti a disposizione degli agenti siano adeguati alle nuove richieste normative".

(continua a pag. 2)



INSURANCE REVIEW su FACEBOOK
Seguici sulla pagina cliccando qui

(continua da pag. 1)

RIPRENDERE IL DIALOGO CON LO SNA

Da questo assunto discende anche una riflessione sul rinnovo dell'Accordo nazionale agenti, alla luce dei cambiamenti che arriveranno con Idd. "Molte delle figure previste dal vecchio accordo sono obsolete. Serve un contratto che preveda figure professionali adeguate alla complessità della nuova direttiva". Per questo il presidente dell'Aau tende una mano allo Sna, che fra un mese andrà a congresso: "Dobbiamo fare in modo che l'azione dei sindacati diventi sempre più autorevole. L'appuntamento congressuale di Sna potrebbe essere l'occasione per lanciare un armistizio e avviare un percorso comune, nell'interesse di tutti".

UN'ONDATA DI NUOVI OBBLIGHI

Ad addentrarsi all'interno degli intricati sentieri di Idd è stato il *past president* Massimo Congiu (già numero uno di Unapass) che ha parlato del recepimento della direttiva in Italia. L'Idd amplia la platea di soggetti interessati, e la domanda che molti intermediari tradizionali si pongono è: le regole saranno uguali per tutti? E soprattutto: anche i soggetti non vigilati potranno vendere prodotti complessi? "Per distinguerli - ha spiegato Congiu - il legislatore si sofferma sul concetto di consulenza, che sarà un elemento distintivo. Anche se non si capisce l'utilità del riferimento al cosiddetto *consulente indipendente*, indicato quale fornitore di raccomandazioni personalizzate, concetto proveniente dall'ambito finanziario e calato di forza in quello assicurativo". Congiu ha parlato a lungo dei nuovi obblighi, come quello del *Product oversight governance* (Pog) e dei piani di strategia di vendita. Compagnie e intermediari avranno l'obbligo di avviare un processo formale che definisca come il prodotto è stato costruito, individuando i target di clientela e i canali distributivi. Se l'intermediario partecipa alla definizione del prodotto, diventa di conseguenza *manufacturer de facto*: sembra essere questo l'orientamento dell'Ivass, che ha già diffuso una lettera al mercato con cui vorrebbe anticipare alcuni contenuti della direttiva (prima Autorità europea che ha scelto di farlo), nonostante a Bruxelles siano ancora in discussione alcuni atti delegati. Altri obblighi sono, da un lato quello, relativo alla definizione delle strategie distributive, imposizione che "sarà inizialmente dedicata alle agenzie che hanno almeno 30 collaboratori iscritti in sezione E", e, dall'altro, quello di definire un flusso informativo costante con l'impresa per segnalare l'eventuale inadeguatezza di un prodotto rispetto al target di riferimento. Infine, ultimo ma non ultimo, l'obbligo di comportamento dell'intermediario che, secondo la direttiva, deve agire "honestly, fairly and professionally". Sulla traduzione in italiano del concetto inglese di *fairly* si è accesa, da tempo, una piccola diatriba, poiché in Italia è stato recepito con il termine di "imparziale", traduzione che molte associazioni, Anapa in primis, definiscono "impropria e fuorviante".



FORMAZIONE E INFORMAZIONE

La giornata è poi proseguita con un approfondimento "di formazione e informazione" aperto a tutti gli agenti interessati, anche a non iscritti ad Anapa, che ha visto gli interventi, tra gli altri, di Claudio Cacciamani, ordinario di economia degli intermediari finanziari presso l'Università di Parma, che ha parlato del Fondo pensione agenti. Secondo Cacciamani, l'iter del commissariamento di Fonage "si è concluso senza affrontare alla radice i problemi del fondo, che in futuro potrebbero ripresentarsi". Cacciamani ha anche biasimato il fatto che gli atti sul commissariamento siano stati secretati dalla Covip, e ha invitato gli agenti presenti in sala "a mettere in pratica una *class action* per poter accedere ai documenti". A seguire, Erik Somaschini, membro dell'Esecutivo nazionale di Anapa, ha presentato la ricerca, realizzata in collaborazione con Cetif, *Agent channel 2016 - modelli operativi e redditività agenziale*, che è stata poi approfondita da Chiara Frigerio, segretario del Cetif.



CIRASOLA, AGENTE DI ASSICURAZIONI

Infine, il presidente nazionale dell'associazione, Vincenzo Cirasola, ha tirato le fila dei contenuti emersi del corso della giornata. Lo stesso Cirasola ha presentato il suo libro *Io, agente di assicurazioni*. Il volume, definito "saggio e autobiografia", si rivolge espressamente ai giovani e ai manager. Nel volume, Cirasola ripercorre il proprio percorso umano e professionale: la crescita, le battaglie, i successi e anche i momenti di sconforto. Ripercorrendo i quarant'anni di attività il presidente di Anapa, ha voluto non solo "lanciare uno stimolo ai giovani a intraprendere la professione di agente di assicurazioni, tralasciando gli stereotipi che l'accompagnano", ma ha inteso anche formulare una riflessione rivolta ai manager e consulenti esterni, ingaggiati dai gruppi, che spesso "sono troppo impegnati nella lettura dei numeri e nella razionalizzazione dei costi, dimenticando l'importanza delle relazioni e del fattore umano", ha sottolineato Cirasola.

Beniamino Musto

MERCATO

Il gender gap italiano negli investimenti finanziari

Un sondaggio di Moneyfarm mostra che le donne investono meno degli uomini a causa della minore disponibilità economica

Le donne italiane investono meno rispetto agli uomini, a causa della loro minore disponibilità economica. Il dato emerge da un sondaggio promosso dalla società di consulenza **Moneyfarm** in collaborazione con **YouGov Plc** in occasione della giornata internazionale della donna.

Lo scenario tracciato dall'indagine mostra una congiuntura economica ancora difficile per i risparmiatori italiani. In questo contesto la popolazione femminile riconosce l'importanza di investire, ma non pensa di avere le risorse necessarie per entrare sul mercato. Il gap salariale tra uomo e donna è un fenomeno tuttora persistente nel nostro Paese, come dimostra anche una ricerca relativa all'anno 2016 condotta da **Job Pricing**, che aveva quantificato questa differenza in 10 punti percentuali. In media, comparando livelli di anzianità e mansioni simili, gli italiani di sesso maschile guadagnano 29.985 euro, mentre le donne sono ferme a 26.752 euro. La minor disponibilità economica del sesso femminile genera il paradosso per cui le donne lavoratrici, che avrebbero più ragioni per investire (ad esempio per integrare la pensione, che per loro è destinata a essere più esigua di quella maschile), si trovano impossibilitate a farlo.

Secondo il sondaggio di Moneyfarm, la percentuale di donne italiane che decide di non investire i propri risparmi è del 39% contro il 29% di uomini. Interrogati sulle ragioni che li trattengono dall'investire, gli italiani affermano che il motivo determinante non sia la sfiducia nel mondo della finanza, né la scarsa conoscenza di esso: il 42% degli intervistati ha dichiarato di non guadagnare abbastanza, e il 51% ha affermato di non avere sufficienti risorse finanziarie al netto delle spese. Nessuna delle altre opzioni ("preferisco usare i miei soldi in altro modo", "non mi fido dei consulenti", "è troppo complicato", "non so come investire") è stata scelta da più del 15% del campione.

Moneyfarm fa notare che, seppur in maniera non molto marcata, la scarsa fiducia o la mancanza di competenza rispetto agli investimenti siano indicazioni più popolari tra gli uomini che tra le donne.

La mancanza di risorse è anche l'opzione principale tra le motivazioni che incoraggerebbero gli italiani a investire: il 58% indica che un aumento del proprio salario sarebbe un fattore determinante in tal senso, mentre solo il 38% del campione dichiara che investirebbe di più se avesse una maggior fiducia nei mercati. Il 14% dei rispondenti, infine, sostiene che sarebbe disposto a investire di più se potesse contare su operatori che offrissero costi contenuti.

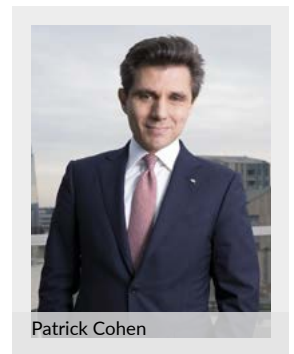
B. M.

TECNOLOGIE

Arriva l'app di Axa

L'applicazione consente di gestire le proprie polizze e di denunciare un sinistro con pochi clic

In occasione dell'*Italian Axa Forum 2016*, la compagnia francese aveva presentato i risultati di una ricerca sull'utilizzo delle nuove tecnologie. Il quadro che ne era emerso non lasciava spazio a dubbi: la tecnologia si è ormai imposta come un partner individuale, uno strumento di supporto in grado fornire soluzioni e risposte puntuali ai bisogni della clientela, al punto tale che il 42% del campione afferma di utilizzare app per gestire i propri rapporti con banche e assicurazioni. Ed è forse anche alla luce di questi risultati che **Axa** ha deciso di lanciare **My Axa**, la nuova app della compagnia. Un'applicazione che, come spiega **Patrick Cohen**, ceo di Axa Italia, "permette di avere tutta Axa a portata di clic in modo semplice, completo, innovativo".



Patrick Cohen

Un'applicazione che, come spiega **Patrick Cohen**, ceo di Axa Italia, "permette di avere tutta Axa a portata di clic in modo semplice, completo, innovativo".

Semplicità e trasparenza: sono questi i fattori su cui ha puntato Axa nell'elaborazione della sua app. Disponibile per iOS e Android, l'applicazione consente di gestire autonomamente le proprie coperture e di denunciare un sinistro in maniera guidata e intuitiva. Il tutto con un occhio di riguardo per la sicurezza dei propri dati: l'accesso avviene infatti attraverso la tecnologia *touch ID*.

Per quanto riguarda le polizze danni, l'app consente di visionare tutte le informazioni utili per la gestione delle coperture: oltre l'entità del premio e la scadenza, anche le garanzie sottoscritte, i massimali e le eventuali franchigie. Stesso livello di trasparenza anche per i prodotti di natura finanziaria, le cui performance possono essere monitorate con un semplice clic. A tutto ciò si aggiunge la sezione *La mia agenzia*, utile per mettersi in contatto, in caso di necessità, con l'agenzia che ha stipulato la polizza.

L'app, come già anticipato, consente di denunciare un sinistro attraverso il proprio smartphone. La procedura avviene con un percorso guidato, semplice e intuitivo, che permette di allegare fotografie per documentare l'accaduto. Una volta aperto il sinistro, sarà possibile monitorare l'andamento del processo di liquidazione fino alla sua liquidazione.

"Innoviamo ogni giorno per diventare partner dei clienti e delle famiglie che hanno fiducia in noi, aiutandoli a vivere meglio", continua Cohen. Una posizione confermata dalle nuove funzioni che saranno a breve integrate nell'app: da un servizio di *emergency call* alle notifiche sugli eventi che possono interessare il cliente, fino alla sezione *loyalty* per aderire ad *Axa Premium*, il nuovo programma fedeltà di Axa.

Giacomo Corvi

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 digital alla base dei modelli assicurativi**

Andrea Amadei, chief operating officer & retail director di Aviva Italia

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

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

Claudia Ghinifanti, responsabile marketing di Alleanza Assicurazioni

Mauro Giacobbe, amministratore delegato di Facile.it

Gianpiero Zannier, responsabile direzione clienti di Reale Mutua

Iscriviti su www.insurancetrade.it

Scarica il programma completo

Main sponsor:



Official sponsor:

