

## PRIMO PIANO

### Distribuzione, novità dal governo

Il consiglio dei ministri ha approvato ieri sera nove decreti attuativi che introducono misure per l'adeguamento della normativa nazionale a direttive e regolamenti europei. Uno di questi riguarda la distribuzione assicurativa.

Si tratta dell'attuazione della direttiva Ue n. 97 del 2016 e agisce sulla risoluzione stragiudiziale delle controversie; interviene sull'organismo di registrazione degli intermediari; sul coordinamento delle disposizioni normative e regolamentari in materia di prodotti di investimento al dettaglio e assicurativi pre-assemblati; e modifica l'impianto sanzionatorio per imprese e distributori.

Il testo prevede che l'Ivass, sentita la Consob, adotti le disposizioni per garantire uniformità alla disciplina della vendita dei prodotti d'investimento assicurativo a prescindere dal canale distributivo, e la coerenza e l'efficacia complessiva del sistema di vigilanza sui prodotti. Un accordo Ivass-Consob ridurrà gli oneri a carico dei soggetti vigilati e saranno effettuati interventi sul Tuf per adeguare l'ambito di competenza della Consob al fine di renderlo coerente con i criteri di delega.

Il decreto prevede, infine, "un significativo rafforzamento del sistema sanzionatorio per la violazione delle norme sulla distribuzione assicurativa".

Fabrizio Aurilia

## COMPAGNIE

### Allianz, con gli agenti alla sfida del 2020

In occasione della convention Allianz Connect 2020, un incontro fra impresa e intermediari per prepararsi agli impegni che attendono il settore nel prossimo futuro. Uno sguardo all'innovazione e alle opportunità offerte dal mercato, con un punto fermo: il canale agenziale resta centrale

Un sguardo al 2020, e magari anche un po' più in là. **Allianz Italia** getta le basi della strategia che guiderà la compagnia nel prossimo futuro. E lo fa in occasione della convention **Allianz Connect 2020**, che si è svolta lo scorso 7 febbraio a Milano, negli spazi del Centro Congressi MiCo. Un momento di incontro e dibattito fra compagnia e intermediari, utile per confrontarsi sulle sfide che attendono il mercato assicurativo e sugli strumenti a disposizione per farsi trovare pronti alle novità dei prossimi anni. E per ribadire almeno un punto fermo, in un mondo che cambia sempre troppo e troppo in fretta: il canale agenziale, fatto di 3.000 agenti e una forza complessiva di 25mila professionisti ben distribuiti su tutto il territorio nazionale, resta centrale nella strategia di Allianz Italia.

La compagnia ribadisce così il proprio posizionamento strategico. "La nostra storia e le nostre radici sono un patrimonio che insieme, compagnia e agenti, amministreremo", ha osservato **Giacomo Campora**, amministratore delegato di Allianz Italia, di fronte a una platea di oltre 2.200 agenti in sala e altri partecipanti, che hanno potuto collegarsi online e seguire i lavori della giornata attraverso una diretta sui social media. "Insieme agli agenti – ha aggiunto – non c'è partita che non sappiamo giocare, non c'è sfida che una rete a maglie così solide non possa gestire: crediamo nella nostra comune crescita".

#### UNO SGUARDO DI LUNGO PERIODO

La giornata è stata per la prima volta aperta anche ai dipendenti della compagnia, che hanno potuto seguirla in sale riunioni appositamente predisposte negli uffici di Milano e Trieste. E si è snodata fra spunti di riflessione e approfondimenti affidati al top management della compagnia, guidato dal presidente **Claudia Parzani** e da **Sergio Balbinot** in rappresentanza del board of management di **Allianz**, e a esponenti del mondo della finanza internazionale, dell'innovazione, dello sport, della cultura e dello spettacolo. (Continua a pag.2)



Un momento della convention

**INSURANCE REVIEW su TWITTER**

Seguici cliccando qui



(Continua da pag.1)

Tanti momenti che hanno consentito di raffigurare un quadro esaustivo degli scenari competitivi e tecnologici del futuro.

Obiettivo annunciato della giornata era quello di definire un percorso di crescita che potesse costruire un nuovo modello di business, in grado anche di travalicare i confini temporali del 2020. Uno sguardo di medio-lungo periodo ben sintetizzato dal logo scelto per la convention, con una parte delle lettere che si trasfigura fino ad assumere le forme del simbolo dell'infinito.

## LA STRADA DELL'INNOVAZIONE

Uno dei tasti centrali della giornata è stato quello dell'innovazione. Una strada già imboccata dalla compagnia, che ha sfruttato la platea per ripercorrere i passi già effettuati sul cammino delle nuove tecnologie: dall'offerta modulare *Allianz1* per il segmento retail alla soluzione *Allianz1 Business* pensata per le piccole imprese, passando per l'app *AllianzNow* che consente, a clienti e intermediari, di gestire emergenze o sinistri nell'ambito della mobilità, della protezione della casa, della famiglia e della salute.

Un cammino che, tuttavia, deve ancora essere concluso. E che probabilmente non terminerà mai, visto che ogni giorno nascono nuove tecnologie e applicazioni. Innovazioni come il *machine learning* e gli *artificial neural network* utilizzati nella personalizzazione dell'offerta assicurativa, argomenti finiti entrambi al centro di ampi approfondimenti nel corso della giornata. E che, chissà, magari un giorno passeranno dall'essere argomenti di settore a strumenti quotidiani delle compagnie assicurative. "Ora è il momento di proseguire, insieme, per far crescere Allianz con una strategia audace, in cui credere fortemente, anche grazie alla tecnologia, un vero alleato per la compagnia e per la rete agenziale, per aumentare esponenzialmente la nostra produttività", ha osservato Campora.

## UN MERCATO DA ESPLORARE

Se l'innovazione consente di arricchire gli strumenti del mestiere, il campo da gioco resta quello del mercato. Un mercato che presenta storicamente in Italia bassi livelli di penetrazione assicurativa e che, proprio per questa ragione, offre alle compagnie ampi margini di esplorazione. Nel segmento dell'auto, tanto per citare un caso, Allianz Italia evidenzia in una nota che punterà soprattutto sui nuovi strumenti messi a disposizione della rete distributiva. Nel più generale comparto danni, invece, emergono opportunità nei rami dedicati alla protezione delle imprese e alla tutela delle famiglie.

Strategia diversa per il settore vita: la compagnia punterà soprattutto su prodotti finanziari-assicurativi e su soluzioni che offrono protezioni contro i rischi che possano emergere nel corso del tempo. Il tutto attraverso il fattivo contributo di partner di respiro internazionale che possano consentire alla compagnia di raggiungere i propri obiettivi. Obiettivi utili a superare, nel giro dei prossimi due anni, la sfida del 2020. E poi magari anche di un futuro più lontano.



Il logo della convention



Giacomo Campora, amministratore delegato di Allianz Italia

Giacomo Corvi



## INSURANCE CONNECT su FACEBOOK

Seguici sulla pagina cliccando qui 

## Amca visita UniSalute

Prosegue su Insurance Daily il resoconto del viaggio-studio dell'associazione ospite a Bologna della prima assicurazione in Italia per numero di assistiti

Amca, nell'ambito dei suoi viaggi-studio che hanno portato negli anni l'associazione a incontrare alcuni dei maggiori player assicurativi europei, ha visitato UniSalute. Una full-immersion di una giornata in cui manager e responsabili della compagnia hanno illustrato, ciascuno per le aree di propria competenza, la struttura interna ed esterna di questa realtà specializzata in ambito salute. Professionalità, organizzazione, qualità delle prestazioni, costante attenzione verso il cliente, innovazione ed entusiasmo sono tutte impressioni maturate in chi ha partecipato a questo incontro. Ampia testimonianza di tutto ciò è stata data attraverso le pagine del numero di gennaio e febbraio di Insurance Review, la rivista cartacea edita da Insurance Connect<sup>1</sup> e in distribuzione in questi giorni. Qui desideriamo dedicare alcune righe al discorso di apertura della giornata di visita. È una sintesi del lungo e dettagliato intervento dell'amministratore delegato della compagnia, **Fiammetta Fabris**. Un intervento di scenario, una riflessione sulle luci e sulle ombre della sanità in Italia che, vista l'importanza e l'attualità dell'argomento, pensiamo meriti uno spazio a sé. "Cresce in tutte le regioni la spesa sanitaria", ha affermato Fabris. "Lo Stato – ha aggiunto – non aumenta gli investimenti e quindi sempre più elevata è la quota a carico dei privati. Nel 2016 la spesa sanitaria totale è stata pari a 149,5 miliardi di euro, in aumento rispetto all'anno precedente sia per la parte pubblica, pari a 112,3 miliardi di euro, che – soprattutto – per la parte privata, pari a 37,3 miliardi di euro (+1,8% rispetto al 2015). Nonostante questo, complice la crisi economica, in un anno oltre 12 milioni di persone hanno rinunciato o rinviato le prestazioni sanitarie (+1,2 milioni di persone rispetto all'anno precedente)".

### Allargare l'asse della mutualità

"Altro elemento importante che incide sui costi della sanità – ha proseguito Fabris – è l'invecchiamento della popolazione: secondo le ultime stime dell'Istat (2017), gli italiani con più di 65 anni sono oggi pari a 13,5 milioni, il 22,3% della popolazione, mentre dieci anni fa rappresentavano il 20%. E ogni anno il 60% della spesa pubblica è destinato all'assistenza agli anziani, soprattutto per curare le patologie croniche, in continuo aumento anche per le fasce di popolazione over 50: ipertensione, diabete, bronchite cronica.

Gli elementi anzidetti ci portano a considerare che, accanto al primato della funzione pubblica – la quale nel suo significato profondo e cruciale resta comunque l'asse portante del sistema –

diventa sempre più necessario allargare l'area della mutualità in senso lato. Occorre costruire una rete protettiva complementare – non sostitutiva – fondata sulla responsabilizzazione finanziaria dei privati e sostenuta attraverso il sistema delle agevolazioni fiscali, per affrontare in modo organizzato e nel rispetto della solidarietà i rischi crescenti, specie quelli di maggior rilievo".

### Verso la riduzione di asimmetrie socio-sanitarie

"Assume quindi importanza e consistenza un "secondo pilastro", organizzato intorno al sistema di welfare state. Grazie al susseguirsi di leggi di riforma, a partire dalla legge n. 502/1992 e successivamente di altre importanti norme fiscali, accanto al sistema nazionale si stanno consolidando negli ultimi anni nuove forme di sanità integrativa che hanno consentito a milioni di italiani di godere di un'ulteriore forma di tutela sanitaria, rispondendo in maniera adeguata ai bisogni espressi e alle necessità di presidio. Nell'ultimo decennio, lo sviluppo di forme di sanità integrativa si deve senza dubbio alla crescita della contrattazione nazionale e di secondo livello. Ciò ha consentito di portare questo importante strumento di welfare sanitario sul tavolo delle trattative di rinnovo di molti contratti, anche grazie ai vantaggi fiscali riconosciuti a questi strumenti da una legislazione sempre sensibile verso questi temi e comunque lungimirante. In questa linea – ha concluso l'ad – le nuove forme integrative del sistema ampliano le opportunità d'offerta, allargano la platea dell'utenza reale e alimentano almeno la speranza di tendere a ridurre, e in prospettiva a colmare, asimmetrie socio-sanitarie fra le Regioni e all'interno di ciascuna di esse, fra i diversi territori".

Con questo intervento si è aperta la visita dell'associazione in UniSalute. Un intervento che ha anche permesso di meglio contestualizzare tutto il lavoro dell'impresa. Una struttura complessa ma efficiente. Una compagnia nata nel 1995 e costantemente cresciuta negli anni, che con l'impegno di tutti – dipendenti, collaboratori e fornitori – ogni giorno realizza nel concreto la propria mission: offrire polizze e piani sanitari, servizi sanitari e socio-sanitari per rispondere sempre in modo efficace ai bisogni di protezione e cura di oltre sette milioni di clienti.

**Maurizio Francesconi**

<sup>1</sup> Cfr. Insurance Review n.51 di gennaio e febbraio 2018 da pag. 58 a pag. 63, accessibile anche a questo [link](#)

### Insurance Daily

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio [alaggio@insuranceconnect.it](mailto:alaggio@insuranceconnect.it)

Editore e Redazione: Insurance Connect Srl – Via Montepulciano 21 – 20124 Milano

T: 02.36768000 E-mail: [redazione@insuranceconnect.it](mailto:redazione@insuranceconnect.it)

Per inserzioni pubblicitarie contattare [info@insuranceconnect.it](mailto:info@insuranceconnect.it)

Supplemento al 9 febbraio di [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it) – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577

7 MARZO 2018

MILANO | 9.00 - 17.00 | Palazzo delle Stelline, Corso Magenta, 61

## L'INNOVAZIONE PER L'ASSICURAZIONE AGILE

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

09.00 - 09.30 – Registrazione

09.30 - 09.50 – **Tecnologia e assicurazione: come cambia il “momento della verità” nel rapporto con il cliente**  
*Raffaele Guerra, executive vice president, insurance sector leader di Capgemini Italia*

09.50 - 10.10 – **Sfide, opportunità e problematiche per l'innovazione nel settore assicurativo**  
*Francesco Minelli, direttore servizi di Ania*

10.10 - 10.30 – **Customer experience, un obiettivo a vantaggio di clienti e compagnie**  
*Roberta Lucchetti, senior account executive di Genesys*

10.30 - 10.50 – **Le novità di Bene Assicurazioni**  
*Andrea Sabia, amministratore delegato di Bene Assicurazioni*

10.50 - 11.10 – **Azioni per competere e diventare una compagnia agile e affidabile**  
*Marco Burattino, italian sales director di Guidewire*

11.10 - 11.30 – Coffee break

11.30 - 12.45 – TAVOLA ROTONDA: **Open innovation: le compagnie tra obiettivi e benefici**  
*Rappresentante Cetif*  
*Marco Brachini, direttore marketing di Sara Assicurazioni*  
*Letizia D'Abbondanza, chief customer officer di Axa Italia*  
*Giorgia Freddi, direttore marketing e comunicazione di Groupama Assicurazioni*  
*Alberto Rossi, direttore commerciale di Itas Assicurazioni*

12.45 - 13.00 – Q&A

13.00 - 14.00 – Pranzo

14.00 - 14.20 – **Il cambiamento nei modelli di consumo**  
*Sara Galli, account manager financial services di Gfk Eurisko*

14.20 - 14.40 – **Identità digitale – Modelli innovativi in ambito assicurativo e finanziario**  
*Cinzia Carbone, business development, sales & marketing manager di Solera Group Italia*

14.40 - 15.00 – **Potenzialità di sviluppo delle micropolizze e degli intermediari assicurativi digitali**  
*Pietro Menghi, ceo di Neosurance*  
*Simone Ranucci Brandimante, co-fondatore e ceo di Yolo*

15.00 - 15.20 – **Lo stato dell'arte dell'insurance digital transformation in Italia**  
*a cura di Comarch*

15.20 - 15.40 – **L'importanza delle informazioni per gestire rischi e opportunità**  
*Massimiliano Bracci, channel manager di Cribis*  
*Mauro Piatasi, channel director di Crif*

15.40 - 17.00 – TAVOLA ROTONDA: **Professione assicuratore: l'impatto dell'innovazione per le imprese e per gli agenti**  
*Andrea Bertalot, vice direttore generale di Reale Mutua*  
*Paolo Ceresi, partner di Mbs Consulting*  
*Vincenzo Cervino, responsabile digital transformation di Groupama Assicurazioni*  
*Davide Consiglio, responsabile business analytics di Generali Italia*  
*Michele Cristiano, amministratore delegato di Cf Assicurazioni*  
*Andrea Pezzi, direttore innovation & new business solutions di UnipolSai*  
*Marco Rossi, head of sales and marketing di Das*  
*Antonio Scognamillo, direttore commerciale di Amissima Allianz (\*)*

Main sponsor:

**COMARCH**

  
CRIF  
Together to the next level

  
DAS  
DIFESA LEGALE

  
GENESYS

  
GUIDEWIRE  
Adapt and succeed™

  
Solera

Official sponsor:

  
FIRST POINT  
SOLUZIONI INFORMATICHE

  
RGI

  
SA

  
SIMULWARE