

PRIMO PIANO

## Truffa a Roma centro

Associazione per delinquere finalizzata al confezionamento di truffe Rc auto, corruzione, sostituzione di persona, falso. Sono i reati di cui sono accusate 20 persone, tutte residenti a Roma, nei confronti delle quali sono scattate misure di custodia cautelare: per 16 di loro è stato disposto l'arresto. Lo schema del raggio ai danni delle compagnie di assicurazione è quello tristemente noto: sinistri stradali finti che, con la complicità di medici e infermieri compiacenti, facevano comparire false vittime. Complessivamente, le indagini hanno messo nel mirino 207 persone, 78 delle quali per associazione a delinquere. I Carabinieri della compagnia Roma centro hanno spiegato di aver accertato l'esistenza di una "stabile associazione criminale, costituita da cittadini italiani, tutti romani, che inscenavano sinistri stradali mai avvenuti".

Gli inquirenti hanno accertato che alcuni degli indagati, tra i quali il vertice dell'organizzazione criminale e alcuni suoi collaboratori, hanno partecipato nell'arco di soli tre anni a decine di sinistri stradali, spesso con gli stessi mezzi. Il danno provocato alle compagnie assicurative, che hanno fornito piena collaborazione con i Carabinieri, ammonta a quasi un milione e mezzo di euro nell'arco di un solo anno.

**Beniamino Musto**

INTERMEDIARI

## Agit, l'evoluzione dei sistemi per gli agenti

**Gli intermediari di Groupama stanno cercando di cavalcare l'innovazione tecnologica coniugandola con la distribuzione tradizionale, fatta di consulenza e vicinanza al cliente. Un'esperienza raccontata dal vice presidente della rappresentanza aziendale, Claudio Roghi**

Partendo dalla tecnologia si possono offrire soluzioni collettive a problemi individuali. Da questo assunto è partita la scommessa del gruppo agenti **Agit**, nella galassia di **Groupama**, che sta provando a sviluppare una serie di strumenti da mettere al servizio dei propri iscritti. Ma non solo: il passo successivo consiste nel ripensare le forme associative, prendendo atto della variabilità sempre più rapida del mercato.

Ecco perché, come spiega **Claudio Roghi**, vice presidente del gruppo Agit (e presidente di **Car Agenti Riuniti**), in questa intervista, è necessario conciliare il modello di rappresentanza attuale con uno più moderno e in linea con le mutate esigenze degli intermediari. Il tema è come rendere gli strumenti tecnologici accessibili a tutti quelli che vogliono usarli, indipendentemente dall'appartenenza a un gruppo agenti specifico. Un'idea innovativa, tuttavia, ha bisogno di essere condivisa con gli altri attori del mercato: ecco perché è essenziale che compagnie e sindacati nazionali trovino un tavolo comune su cui scrivere un nuovo e moderno accordo di primo livello. E senza scorciatoie.



Claudio Roghi

**Il gruppo agenti Agit sembra particolarmente proiettato verso la ricerca di strumenti di alto profilo tecnologico adatti a supportare gli intermediari: potrebbe spiegarci i vostri progetti? Inoltre, secondo lei, in quale modo gli agenti possono cavalcare l'onda dell'e-commerce e dell'innovazione tecnologica mantenendo al contempo la propria identità professionale ed evitando il rischio di disintermediazione?**

Oltre tre anni fa, Agit ha cominciato a osservare quanto l'uso della tecnologia stesse diventando un fattore con cui confrontarsi per approcciare i cambiamenti del mercato.

(Continua a pag.2)



**INSURANCE CONNECT su FACEBOOK**

Seguici sulla pagina cliccando qui



(Continua da pag.1)

A quel punto ci siamo fatti una domanda: gli intermediari questa trasformazione la vogliono subire o piuttosto devono cercare di essere attori del cambiamento, magari protagonisti?

Seguendo una strategia piuttosto ambiziosa, abbiamo cercato d'immaginare un modello, presentato in H Farm nella giornata iniziale del nostro ottavo congresso, dal quale l'intermediario potesse trarre vantaggi sia in termini di riduzione di costi sia, e principalmente, nella vendita, rimanendo al centro del sistema. Si chiama Pronto Agente e prevede la costruzione di un portale cui collegare l'utilizzo di un Crm per aumentare la potenza di fuoco commerciale di un intermediario connesso a un sistema di pagamento in mobilità, con sottostante un gestionale, il tutto su sistemi che Agit ha messo a disposizione degli agenti. Tutto questo è già operativo per gli iscritti di Agit.

**I suoi colleghi agenti hanno le capacità e gli strumenti per essere protagonisti dei cambiamenti, e anzi, indirizzare il cambiamento stesso, affrontare le sfide del futuro e quello che il mercato richiede? Lei al congresso ha spronato garbatamente i colleghi alla difesa del vostro gruppo che vale, è forte ed è bello. La seguiranno?**

Capacità e strumenti possono rappresentare uno snodo verso il successo. Partendo da uno slogan, *Soluzioni collettive a problemi individuali*, Agit si è posto come interlocutore per i vari player tecnologici con i quali ha dialogato per costruire gli strumenti e i percorsi formativi/informativi per l'uso e l'applicazione quotidiana di questi strumenti. L'idea è quella della politica degli esempi, che produca effetti virali di contaminazione positiva. Chiaramente non possiamo essere certi che tutti ci seguiranno in questo percorso ma è certo che proveremo a convincere i colleghi che seguire questa strada, in tutto o in parte, è la cosa giusta da fare.



**Ritiene possibile, e auspicabile, che le imprese possano collaborare con i propri agenti per essere attori comprimari dei processi di cambiamento? Se sì, secondo lei, quali sono le leve da azionare per ottenere dalle mandanti il supporto per tali iniziative?**

La risposta a questa domanda dovrebbe essere scontata ma, in realtà, ci rendiamo conto che la questione è molto più complessa di quanto parrebbe. Comunque, è singolare notare che soggetti che per ruolo dovrebbero costruire insieme certi percorsi, negli ultimi tempi siano più bravi a confliggere su temi come la proprietà industriale dei dati piuttosto che fare sinergia e affrontare congiuntamente le sfide del mercato. Quasi come ci fosse stato un corto circuito.

Nel caso di Agit/Groupama, al momento, lavoriamo con un grande spirito di collaborazione. Il coinvolgimento del gruppo agenti nelle varie iniziative della compagnia, associato ai risultati, possono far comprendere come percorrere la strada della partnership sia proficua anche per le compagnie.

Comunque, credo che una ricetta non sia disponibile al netto di una grande capacità di ascolto reciproco e la definizione delle aree di competenza delle varie iniziative: senza un tavolo di confronto sereno potrebbe essere veramente complicato da definire.

**Come valuta, in tale contesto, il proliferare di nuovi mandati che tendono ad aggirare, se non a eludere del tutto, l'applicazione dell'Accordo nazionale agenti? Agit ritiene possibile che Sna si risieda al tavolo con Ania, sostenendo le difficoltà anche dei prossimi cambiamenti?**

Li valutiamo senza dubbio in modo negativo. Ma il punto è anche comprendere sulla base di quale esigenza del mercato questi cosiddetti mandati *light* vengono proposti. Che esista un problema liquidazione/rivalsa è noto. Chi subentra in un'agenzia, specialmente se storica, alla quale hanno pagato una liquidazione relativamente sostanziosa, molto spesso non riesce a pagare la rivalsa che per un intermediario, a cui molto spesso hanno ridotto anche le aliquote provvisoriale, rappresenta un gravame particolarmente oneroso.

(Continua a pag.3)





(Continua da pag.2)

Se andiamo ad associare questo fenomeno alle difficoltà economiche in cui versano le agenzie, determinate principalmente dalla gestione del portafoglio Rc auto, comprendiamo come certe derive saranno difficili da arginare se non s'interverrà a livello strutturale nei confronti di primo livello. Sotto questo aspetto, auspico che Sna trovi un interlocutore per affrontare questo e altri temi, che dovrebbero essere trattati con urgenza.

**In questo scenario complesso, dove cambiano le regole e anche chi le detta, riesce a immaginare una formula associativa che possa offrire tutela e una lunga prospettiva per la categoria degli agenti di assicurazione?**

È uno dei temi all'ordine del giorno di Agit. Indubbiamente le fusioni di grandi gruppi assicurativi, che hanno determinato la vendita di parte delle reti acquisite, il plurimandato, la fluidità delle collaborazioni, hanno posto il bisogno di ripensare il modello di rappresentanza a livello generalista e in particolare per i gruppi agenti.

Dobbiamo riflettere sugli effetti della costruzione e all'uso degli strumenti messi a disposizione da Agit per i suoi iscritti, che domani potrebbero non esserlo più e non per questo dovrebbero perdere il diritto all'utilizzo di detti supporti del proprio lavoro. In questo senso, stiamo cercando di avviare un centro studi che dovrebbe aiutare a trovare i giusti mezzi con cui attuare le scelte politiche del gruppo. L'idea sarebbe di far conciliare il modello di rappresentanza esistente con uno più moderno e in linea con le mutate esigenze di un gruppo di intermediari.

Carla Barin

## RISK MANAGEMENT

# Aziende, salgono i rischi del richiamo dei prodotti

**Una minaccia che rappresenta ormai la prima voce di costo nella responsabilità civile. I ritiri dal mercato di merce difettata colpiscono soprattutto l'automotive e il settore alimentare, e con social media e tecnologie aumenta l'esposizione delle imprese**

Il rischio legato alla validità dei prodotti è una delle principali minacce che le aziende devono affrontare oggi. I prodotti difettosi non rappresentano solo un serio rischio per la sicurezza, ma causano anche un significativo danno finanziario e reputazionale. Circa due mesi fa, l'azienda casearia francese **Lactalis**, primo produttore di latte europeo, ha ritirato dal mercato oltre 12 milioni di confezioni di latte in polvere perché contaminate dalla salmonella. Un danno d'immagine, prima di tutto, difficile da calcolare.

Gli incidenti legati a prodotti fallati hanno causato perdite assicurate superiori ai due miliardi di dollari negli ultimi cinque anni, rendendo così questo rischio il più grande generatore di perdite nel settore della responsabilità civile, secondo l'ultimo studio sul tema pubblicato pochi giorni fa da **Allianz global corporate & specialty (Agcs)**.

Sono tanti i settori industriali toccati, a più livelli, da questo rischio ma Agcs ne ha considerati 12, tra cui quello dell'automotive e dell'alimentare che sono i più colpiti. Agcs ha analizzato 367 richieste di risarcimento pervenute al mercato assicurativo tra il 2012 e il 2017 in 28 Paesi per un valore totale di 367 milioni di dollari. La ricerca mostra anche che le 10 maggiori richieste di indennizzo per ritiro di prodotti rappresentano oltre il 50% del valore di tutti i sinistri: ben nove di questi hanno avuto origine nel settore dell'automotive, settore che rappresenta il 71% di tutte le perdite analizzate, con i costi medi per sinistro a 14,5 milioni, con picchi anche molto più alti.

La classifica delle richieste d'indennizzo per settori vede al secondo posto l'alimentare (16%) e poi IT/elettronica (3%), retail (3%), produzione/imballaggio/siderurgia/macchinari industriali (3%), trasporto/logistica (1%), elettrodomestici (meno dell'1%), chimica (meno dell'1%), e ingegneria ed edilizia (meno dell'1%).

### Effetto a catena (di fornitura)

Uno dei trend emergenti in questo tipo di rischio è l'effetto a catena. I richiami di prodotto stanno aumentando di dimensioni perché le aziende sono sempre più globali e vendono le loro merci in tutto il mondo a miliardi di clienti. Allo stesso tempo, questo comporta che molti produttori stanno acquistando componenti o ingredienti da un minor numero di fornitori rispetto al passato: questo meccanismo fa aumentare esponenzialmente il rischio, giacché crea una specie di effetto risonanza per cui ogni singolo richiamo può avere un impatto su più industry. Agcs cita il richiamo degli airbag **Takata**, che ha colpito circa 60-70 milioni di unità in tutto il mondo. Gestire una catena di fornitura globale complessa, per 365 giorni all'anno, rappresenta una sfida sempre più difficile.

### Guerra agli allergeni occulti

Altro fattore d'inasprimento del rischio è la regolamentazione. Se da un lato questa diventa più severa, e porta a più richiami, dall'altro l'internazionalizzazione pone alle aziende il problema della difformità delle normative a livello geografico.

(Continua a pag.4)

(Continua da pag.3)

La recente modernizzazione della sicurezza alimentare negli Stati Uniti ha dato alle Autorità più poteri d'intervento; mentre nel Regno Unito il numero di richiami di prodotti alimentari con allergeni che non comparivano sull'etichetta è salito di oltre il 60% nel 2016 proprio a seguito dell'introduzione di una nuova legislazione.

Gli allergeni non dichiarati stanno rapidamente emergendo come causa primaria dei richiami di alimenti: riguardano spesso frutta secca, latte, frumento, e sono il risultato di etichettatura errata o di contaminazione involontaria. La presenza di tossine nei cibi, invece, sta aumentando soprattutto in Asia, come i sinistri di contaminazione ambientale. Solo l'anno scorso sono stati scoperti insetticidi in uova provenienti dai Paesi Bassi, cosa che ha fatto scattare richiami in 16 Paesi, tra cui Cina e vari Paesi europei.

### Come ti rovino la reputazione

Sotto il profilo del rischio solamente reputazionale, le aziende sono sempre più sensibili e si sentono talvolta obbligate a richiamare prodotti anche non per ragioni di sicurezza. Partono campagne di richiamo, per esempio, se emerge che nella supply chain è stato utilizzato lavoro minorile o sotto forma di schiavitù, oppure se durante la produzione non sono state rispettate regole particolari in relazione a gruppi religiosi e etnici.

Sempre riguardo al rischio reputazionale, i social media rappresentano anche nel campo del product recall un'arma a doppio taglio: se da lato le piazze digitali rappresentano un modo rapido ed efficace di comunicare con i clienti, dall'altro, come noto, pos-

sono anche esacerbare i reclami. Uno studio accademico, citato da Agcs, mostra che i commenti negativi sui social media, scatenati da un richiamo nel settore automobilistico, hanno contribuito a una perdita pari a 7,3 milioni di dollari di capitalizzazione in sei giorni per un'impresa che non c'entrava nulla.

### Nuove aree di rischio (e rimedi)

Se l'evoluzione tecnologica sarà in grado di limitare gli errori più grossolani, questa porterà anche a nuovi rischi. I richiami del futuro verranno da nuove aree. Gli impianti di produzione automatizzati aumentano l'efficienza ma anche il rischio di attacco, cosa sempre sottovalutata, nonostante la vulnerabilità informatica delle automobili e dei device tecnologici. La nanotecnologia e la stampa 3d sono due ulteriori esempi di innovazioni che potrebbero cambiare l'esposizione al rischio, qualora hacker criminali riuscissero ad accedere ai sistemi. I rimedi restano comunque e sempre quelli noti: un piano olistico di risk management e una polizza specializzata nel rischio di ritiro dei prodotti. Il contratto, oltre a coprire i costi di richiamo e l'interruzione dell'attività, può anche proteggere da manomissioni volontarie.

La gestione della crisi è al centro del piano d'azione: occorre organizzare simulazioni che testano le procedure aziendali, dove l'assicuratore può evidenziare le aree di miglioramento. Per affrontare al meglio il problema, raccomanda Agcs, non basta essere efficienti nel richiamo prodotti ma serve saper gestire le ricadute sui media tradizionali e sul social network, sui clienti e su tutti gli stakeholder.

Fabrizio Aurilia



**SOCIETÀ E RISCHIO**  
L'INFORMAZIONE PER UN MONDO CHE CAMBIA

RIVISTA ON LINE DI CULTURA  
DEL RISCHIO E CULTURA ASSICURATIVA

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

[www.societaerischio.it](http://www.societaerischio.it)



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