

PRIMO PIANO

Spread, i rischi per le polizze

Dopo l'allarme dell'Ivass arriva quello dell'Ania. "Il forte rischio che un sensibile allargamento dello spread comporta nel breve termine sui bilanci delle compagnie di assicurazione, nel caso di persistenza, inevitabilmente è destinato a riflettersi sui rendimenti corrisposti ai nostri 20 milioni di clienti". Intervenedo nel corso dell'assemblea annuale dell'associazione, oggi a Roma, la presidente dell'Ania, Maria Bianca Farina, ha ricordato che "oltre 300 miliardi sono investiti in titoli di Stato italiani", sottolineando come "larga parte del risparmio assicurativo ha sostenuto il debito pubblico". Gli investimenti degli assicuratori italiani hanno raggiunto gli 850 miliardi di euro (il 50% del Pil) per quasi due terzi investiti in polizze vita tradizionali che hanno reso, in media, il 3%. La numero uno dell'associazione ha anche messo in evidenza il contributo delle assicurazioni per l'economia reale, dove gli investimenti complessivi degli assicuratori alla fine dello scorso anno ammontavano a 850 miliardi. Farina si è anche soffermata sul mercato Rc auto, ricordando che i prezzi "sono scesi nell'anno del 2,5% e del 27% in cinque anni".

Un più ampio e dettagliato resoconto sull'assemblea dell'Ania sarà pubblicato su Insurance Daily di domani.

Beniamino Musto

INNOVAZIONE

Innovation & Compliance: un rapporto che va integrato

Gli approcci strategici e operativi per la digital transformation puntano fortemente sulle nuove tecnologie, ma non includono sempre la funzione di controllo sull'adeguamento normativo se non a titolo informativo. Un aspetto su cui riflettere, soprattutto alla luce del Gdpr

Le compagnie assicurative italiane stanno compiendo dei passi significativi nello sviluppo dei piani di *digital transformation*. Cetif ha visto emergere quale risultato delle numerose ricerche avviate, come i progetti si stiano caratterizzando per una forte innovazione di prodotto, soprattutto in ambito motor per quanto riguarda la diffusione di polizze *lot*, con interessanti applicazioni anche in ambito *property* e *health & wellness*. Inoltre, le compagnie hanno avviato numerosi progetti volti a gestire le fonti dati a disposizione in modo integrato ed efficiente. Ne è un esempio il crescente sviluppo di tecnologie *big data* e *advanced analytics*, che hanno permesso di ottenere diversi benefici lungo la catena del valore assicurativo.



LA TRASFORMAZIONE NON PRESCINDE DALLA NORMA

Tuttavia, la crescente adozione di strumenti tecnologici nel business assicurativo ha portato le compagnie a porsi degli interrogativi per quanto riguarda l'ottemperanza delle normative in essere. Ad esempio, lo sviluppo di progetti innovativi di *big data* e *analytics* è strettamente legato al recepimento da parte delle compagnie del *General data protection regulation* (Gdpr), la normativa entrata in attuazione il 25 maggio 2018 che armonizza i diversi regolamenti riguardanti la gestione della privacy degli utenti.

(continua a pag. 2)

INSURANCE CONNECT
È SU YOU TUBE

Segui il nostro canale

Insurance
Connect

You
Tube

(continua da pag. 1)

Da uno studio condotto da Cetif nel 2017, mirato ad analizzare l'adozione di questa normativa nelle istituzioni finanziarie che operano in Italia, è emerso che esse hanno adottato approcci diversi nel processo di recepimento. Mentre quasi la metà del campione di istituzioni che ha preso parte alla ricerca ha dichiarato di avere già avviato i processi necessari per essere *compliant* entro il termine indicato dalla normativa, l'altra parte ha dichiarato di aver pianificato delle attività, ma di non aver iniziato il processo di adeguamento normativo. Altro dato rilevante è quello che indica che solo circa il 20% delle istituzioni aveva identificato, al 2017, la figura del *data protection officer*, un nuovo ruolo introdotto dal regolamento.

COLLABORARE AVVANTAGGIA SUI TEMPI

La differenza nell'efficacia del processo di implementazione può essere dovuta al livello di collaborazione e coordinamento tra diverse unità funzionali: più le diverse unità affrontano problematiche in modo congiunto, minore sarà il tempo di risposta al cambiamento. Questo esempio emerge analizzando il processo di sviluppo di un progetto innovativo. È stato infatti chiesto alle istituzioni che hanno partecipato alla ricerca precedentemente citata quale fosse il grado di coinvolgimento della funzione compliance nelle fasi di sviluppo di un progetto innovativo. Dai risultati dell'analisi, la compliance assume un ruolo decisionale in poche fasi del processo di sviluppo e solo per una parte limitata delle istituzioni rispondenti; in generale, tale funzione ricopre un ruolo prettamente informativo. Inoltre è emerso che nella maggior parte delle fasi la compliance dichiara di avere delle competenze non sufficienti per avere un ruolo più significativo in alcune delle fasi analizzate. Questo esempio permette di comprendere come le compagnie utilizzino diversi approcci per affrontare le sfide poste dai nuovi adempimenti normativi, tuttavia solo una risulta essere più efficace; infatti, solo le istituzioni che facilitano la collaborazione tra diverse unità sono quelle che sono riuscite a pianificare meglio i processi di recepimento della normativa. In futuro, quindi, le compagnie assicurative potranno combinare la necessità di introdurre innovazioni tecnologiche per evolvere i propri modelli di business e operativi con la necessità di essere compliant rispetto al quadro normativo sempre più complesso, utilizzando strumenti che si rifanno al modello agile, basato su team inter-funzionali che garantiscono maggiore efficacia nei processi di sviluppo.

A firma di Cetif – Università Cattolica di Milano

NEWS DA WWW.INSURANCETRADE.IT

Cattolica è lo sponsor del rugby italiano

Il gruppo ha siglato un accordo per sette anni con la federazione

La Federazione italiana rugby e Cattolica Assicurazioni hanno presentato ieri a Roma, durante una conferenza stampa trasmessa anche in streaming, un accordo di sponsorizzazione della durata di sette anni, durante i quali il gruppo assicurativo apporrà il proprio logo sulle maglie delle squadre nazionali.

Cattolica darà inoltre il proprio nome alle finestre internazionali di autunno, firmando così i *Cattolica Test Match* che vedranno impegnati gli azzurri novembre contro Georgia, Australia e Nuova Zelanda. L'accordo è stato sottoscritto dal presidente della Fir, Alfredo Gavazzi, e dall'amministratore delegato di Cattolica, Alberto Minali, alla presenza del presidente del Coni, Giovanni Malagò, del presidente di Cattolica, Paolo Bedoni e del ct della nazionale, Conor O'Shea.

"Per la prima volta è un'azienda italiana a sostenere le squadre nazionali e i movimenti giovanili, maschili e femminili del rugby, e questo per noi è motivo di grande orgoglio, ulteriore spinta a legare il nostro nome a quello della federazione e supportare uno sport che si distingue per una competizione sana. Ci piace pensare che anche un mondo pulito come quello dei tifosi della palla ovale inizi a conoscere e riconoscersi nella nostra società", ha commentato Minali.



Impossibile opporsi al cambiamento, ma si può imparare a governarlo

Professionalità, competenza e specializzazione: da qui passa la risposta che l'agente deve mettere in campo per contrastare il rischio disintermediazione in un mercato sempre più standardizzato. Come spiega a Insurance Daily il vice presidente del Gaa UnipolSai, Paolo Mordacci

Non è possibile arrestare l'evoluzione della tecnologia che rischia di sottrarre mercato agli agenti tradizionali. Ma la risposta che l'intermediario deve essere capace di dare per contrastare la disintermediazione è quella di conoscere e prevedere gli eventi e trovare le soluzioni migliori da adottare. Soluzioni da trovare insieme alle compagnie, cercando di fare squadra, mettendo sul tavolo competenze, esperienze, professionalità, nonché capitali, per realizzare una proposizione al passo con i tempi. È il punto di vista di Paolo Mordacci, vice presidente vicario del Gaa UnipolSai. La sua carriera nel mondo assicurativo è iniziata nel 1989, da figlio d'arte sotto la guida paterna di Gianfranco Mordacci che, allora, operava su mandato della Milano Assicurazioni dal 1967 presso l'agenzia di Abbiategrasso (Mi). La scuola è stata ottima. È subentrato al padre come agente nel 1996, scegliendo il plurimandato. Secondo Mordacci, se il futuro andrà nella direzione della standardizzazione dei prodotti, la figura dell'agente dovrà porsi come obbiettivo quello di dare risposte e soluzioni non standard.

In che modo il vostro gruppo aziendale interpreta questa difficile fase di cambiamento per la categoria degli agenti? L'evoluzione del nostro mondo ci impone il cambiamento. Ma il cambiamento riguarda molti ambiti. Se guardiamo al nostro gruppo aziendale ci rendiamo sempre più conto che è necessario affrontare il tema della semplificazione e razionalizzazione dei gruppi agenti esistenti all'interno della galassia UnipolSai. Attraverso questo processo si dovranno ricercare modalità operative e gestionali volte a ottenere migliori risultati nelle interazioni con la compagnia, un servizio migliore ed efficienza nei confronti di tutti nostri colleghi.

Oggi si chiede a tutti gli intermediari un maggior affinamento della propria professionalità: qual è la sua opinione? Oggi il termine agente di assicurazioni è stato sostituito da intermediario assicurativo e a breve sarà cambiato nuovamente in distributore assicurativo. Al di là dei termini da utilizzare bisogna lavorare ancora molto affinché il cambiamento avvenga affinando il modo di affrontare il nostro lavoro da parte di tutta la rete del gruppo Unipol. Per far ciò ritengo sia indispensabile ripensare il nostro ruolo, ponendolo su un gradino ancora più alto, laddove la professionalità dovrà essere ancor più valorizzata e indirizzata a un alto grado di specializzazione. Se il futuro andrà nella direzione



Paolo Mordacci

della standardizzazione dei prodotti, la figura dell'agente dovrà porsi come obiettivo quello di dare risposte e soluzioni non standard. Dobbiamo fornire un valore aggiunto rispetto alle proposte basiche e indifferenziate. Senza dimenticare le regole europee, ad esempio la Pvg, che andrà a incidere fortemente sull'organizzazione produttiva e gestionale. È un processo che deve coinvolgere non solo l'agente, ma ogni persona che lavora all'interno delle sedi agenziali, con scientifica formazione e addestramento di subagenti e dipendenti. Il tutto sotto le indiscutibili direttive europee e il controllo, rigido, dell'Ivass.

Anche la partecipazione attiva ai convegni e alle assemblee del sindacato e del gruppo agenti deve essere considerata e praticata come un'occasione di approfondimento e aggiornamento. Anche questo aspetto ricopre un ruolo fondamentale nella nostra professione. Solo una conoscenza chiara, anche del nostro ambito lavorativo in tutte le sue sfaccettature, può mettere i colleghi nella condizione di capire e comprendere realmente il mondo che li circonda e il loro futuro.

L'automazione dei processi e la sempre più ampia applicazione dell'intelligenza artificiale potrebbe portare ad ampliare la possibilità di offrire agli assicurati prodotto tagliati su misura delle loro esigenze. Siete preoccupati di questo fenomeno che alla lunga rischia di scavalcare gli intermediari tradizionali?

Come dicevo poco prima ci troveremo ad affrontare grandi trasformazioni nella proposizione e offerta dei prodotti assicurativi. (continua a pag. 4)

(continua da pag. 3)

Oggi c'è la corsa spasmodica, di tutti i produttori e prestatori di servizi, ad accaparrarsi quanti più dati possibili per interpretare e prevedere i comportamenti e le tendenze nelle future decisioni di acquisto dei clienti e dei potenziali nuovi clienti. Poter realizzare la migliore risposta a un bisogno è da sempre l'obiettivo del commercio. Si sente parlare di call-center che utilizzeranno la robotica per interloquire con il cliente, rispondendo allo stesso con sempre più precisione e completezza. Al momento faccio ancora fatica a pensare a un grado così elevato di capacità di risposta, tale da poter sostituire il personale delle nostre agenzie. Al momento temo molto di più le app che le compagnie mettono a disposizione dei nostri clienti.

In ogni caso, dalle novità potenzialmente catastrofiche per la nostra categoria dobbiamo saper ricercare anche le opportunità che si possono cogliere. Una cosa è certa: non potendo opporci al cambiamento, è necessario conoscere e prevedere gli eventi e trovare le soluzioni migliori da adottare. Ritengo che tali soluzioni si debbano trovare insieme alle compagnie, cercando di fare squadra, mettendo sul tavolo competenze, esperienze, professionalità, nonché capitali, per realizzare una proposizione al passo con i tempi. Tali sistemi di multi proposta attraverso una moltitudine di canali e di metodologie di vendita, devono però trovare il giusto posto all'interno di specifici accordi che prevedano di mettere sempre al centro della compagnia l'agente, quale unico e imprescindibile attore che può portare al successo qualsiasi iniziativa commerciale di sviluppo. Su questo tema il nostro gruppo, unitamente agli altri gruppi UnipolSai, ha siglato importanti accordi con la nostra mandante, volti ad affrontare il delicato tema dei dati dei clienti e della multicanalità.

I gruppi hanno poi il principale compito di fare altrettanta squadra con tutti gli associati al gruppo stesso; il loro coinvolgimento è spesso difficile ma fondamentale. Noi ci stiamo impegnando da tempo nel trovare le giuste leve per coinvolgere tutti i nostri associati. Dovrebbero partecipare a incontri specifici e formativi, volti ad ampliare la propria conoscenza e preparazione al fine di affrontare il cambiamento, come già detto, con maggior consapevolezza e padronanza.

Lei è "figlio d'arte" e milita da sempre nello Sna. Prova disagio nell'aver come presidente del suo gruppo agenti Nicola Picaro, non iscritto ad alcuna associazione di categoria dopo la fusione tra Unapass e Anapa?

Assolutamente no, nessuna preoccupazione o disagio. Trovo che la scelta di Nicola Picaro sia legittima e non giudicabile negativamente. Trovo che un atteggiamento equidistante e critico verso gli opposti schieramenti possa essere conside-



Nicola Picaro

rato un valore e una ricchezza per il nostro gruppo. Scevro da retro pensieri, simpatie o antipatie personali o preconcetti.

Non è un segreto che le agenzie siano in grave sofferenza. Con la firma del Patto UnipolSai 2.0 avete rinunciato, dopo tante dichiarazioni di "resistenza", all'aliquota di garanzia concordata nel Patto 1.0, certamente migliorativa. Come lo spiegate?

La trattativa del Patto 2.0 è stata lunghissima ed estenuante. Il risultato è stato il frutto di compromessi per entrambe le parti. Le agenzie di tutto il mondo assicurativo, non solo di UnipolSai, sono in difficoltà da tempo. Il Patto 1.0 ha avuto la sua efficacia in anni molto favorevoli per gli andamenti tecnici e le agenzie ne hanno, in qualche modo, beneficiato, compensando in parte la continua contrazione dei premi. L'applicazione dell'aliquota di garanzia, per come è concepito il Patto, è una aliquota provvisoria e viene applicata nelle more di un accordo scaduto e il rinnovo dello stesso. L'aliquota di garanzia non è stata migliorativa per tutti; in questo periodo ci sono state agenzie che ne hanno beneficiato, e altre che ci hanno perso. L'accordo che abbiamo poi definito nel Patto 2.0, prevede in realtà l'innalzamento di due punti dell'aliquota provvisoria base, rispetto al Patto 1.0, mettendo un po' più al sicuro i conti di molte agenzie. L'accordo siglato sul fronte Rca, a parte l'aver dovuto rivedere *in peius* la soglia dei sinistri che andavano a formare il rapporto sinistri/premi di agenzia, ha trovato un ragionevole accoglimento da parte dei gruppi. Non si può dire lo stesso sul fronte dei rami non auto, dove l'impianto remunerativo è troppo articolato e di difficile comprensione. Nel corso dei prossimi anni dobbiamo monitorare attentamente tutte le dinamiche e valutare, con la dichiarata disponibilità della compagnia, eventuali aggiustamenti.

Carla Barin

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

Supplemento al 4 luglio di www.insurancetrade.it – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577