

PRIMO PIANO

Allianz e Generali sostenibili

Il gruppo Allianz si impone come la compagnia assicurativa più sostenibile nell'annuale Dow Jones Sustainability World Index, l'indice internazionale di RobecoSAM che analizza e mette in fila le performance delle aziende in ambito sociale, economico, finanziario e ambientale. Il gruppo tedesco, presente nell'indice dal 2000, bisca così il primato dello scorso anno, raggiungendo nel 2018 un punteggio complessivo di 85 su 100. "Siamo molto soddisfatti di questo risultato: è la prova che i nostri sforzi in materia di ambiente, società e governance vengono riconosciuti e apprezzati anche all'esterno", ha commentato in una nota Günther Thallinger, membro del consiglio di amministrazione di Allianz e responsabile per investimenti e Esg. La compagnia, fra i risultati raggiunti, ricorda la commercializzazione di 165 prodotti con benefici sociali e ambientali, l'investimento da 5,6 miliardi di euro in energia rinnovabili e la riduzione del 17% dell'impronta di carbonio per dipendente dal 2010 a oggi.

Generali è invece l'unica assicurazione italiana a essere inserita nell'indice, guadagnandosi inoltre un posto nella top 10 dei maggiori nuovi ingressi in termini di capitalizzazione delle diverse società.

Giacomo Corvi

INTERMEDIARI

L'Enbass è un valore per la categoria

Secondo Carlo Puglielli, presidente provinciale di Roma di Anapa Rete ImpresAgenzia, l'ente bilaterale resta un elemento necessario per gestire al meglio i rapporti di lavoro con i dipendenti delle agenzie

Dopo che il tribunale di Roma non ha ravvisato gli estremi per lo scioglimento dell'Enbass, il settore dell'intermediazione assicurativa torna a discutere sul futuro degli enti bilaterali. Le posizioni restano polarizzate, anche a causa dei due contratti distinti per i dipendenti di agenzia sottoscritti dai principali sindacati agenziali: Sna e Anapa Rete ImpresAgenzia.

Carlo Puglielli, agente UnipolSai e presidente provinciale di Roma dell'associazione guidata da Vincenzo Cirasola, è tra i sostenitori dell'utilità, anzi della necessità, della sopravvivenza dell'Enbass. Secondo l'intermediario, occorre confrontarsi per capire meglio il ruolo dell'ente di fronte alle evoluzioni normative; anche se il sogno sarebbe un nuovo contratto collettivo nazionale, unico, per tutti i dipendenti delle agenzie. Ma per questo, dice, serve un intervento del ministero del Lavoro.



Carlo Puglielli

Dottor Puglielli, come ha reagito al rigetto da parte del tribunale di Roma della richiesta avanzata dallo Sna riguardo alla cessata efficacia dell'Enbass?

Come tifoso del primo ente bilaterale dalla categoria degli agenti per il proprio personale dipendente, bene; come rappresentante di categoria occupato a far rispettare i diritti, male. Ho molta difficoltà ad accettare un'azione contro un ente, istituito lo scorso decennio e reso efficace da pochi anni grazie alla tenacia di alcuni colleghi, per giustificare l'esistenza di uno strappo sul Ccnl storico dei dipendenti delle agenzie di assicurazione al ribasso, quando si criticano le mandanti per l'abbattimento delle provvigioni.

Quindi ci troviamo di fronte all'ennesima divergenza tra Anapa e il Sindacato nazionale agenti?

La questione dello stile di confronto e delle argomentazioni diverse non sempre costituiscono un deficit di trattativa, le differenti visioni portano spesso un valore aggiunto e un'attenzione migliore alla ricerca del risultato. Non è comprensibile aver creato questa dolorosa frattura a carico del personale dipendente, motore diretto delle nostre strutture agenziali e spesso motore riflesso delle compagnie, con competenze, spesso, di altissimo livello. Ci tengo a ricordare che il nostro è un comparto, tra le Pmi, che pesa notevolmente in termini di numero di occupati, circa 40 mila, con una professionalità riconosciuta. La crescita del settore, primo obiettivo della ldd, con conseguente allargamento degli operatori assicurativi, potrebbe portare a un importante incremento numerico in termini di impiego. Mi spiego meglio: ove l'attività assicurativa assumesse prevalenza in luogo di quella accessoria, l'applicazione del contratto di riferimento dei dipendenti di assicurazione sarebbe una conseguenza.

(continua a pag. 2)

(continua da pag. 1)

Quale potrebbe essere, per lei, la modalità per ricomporre quella che ha definito "dolorosa frattura"?

Sarebbe opportuno che l'attuale ministro del Lavoro e dello Sviluppo economico, che racchiude la doppia competenza nella nostra categoria, si adoperasse per un'iniziativa di graduale ravvicinamento, su una piattaforma di Ccnl unico. Le rammento che l'Ania, nel Ccnl nazionale dei dipendenti, riconosce alle organizzazioni sindacali firmatarie del contratto un valore particolare, con il conseguente impegno sulle proprie associate al riconoscimento del Ccnl dei dipendenti delle agenzie sottoscritto con Anapa Rete ImpresAgenzia. Non è da meno UnipolSai che, all'articolo 25 del Cia, esorta, oltre all'intento del mantenimento dei livelli occupazionali, la raccomandazione agli agenti di applicare, come per l'Ania, il Ccnl dei dipendenti di agenzia storico. Certo, il punto di arrivo massimo sarebbe la costituzione del Ccnl unico dei dipendenti di tutti gli intermediari di assicurazioni, ma forse resterà un sogno nel cassetto.



Tornando al tema dell'ente bilaterale, lei è convinto che sia nella conoscenza di tutti il ruolo, il funzionamento e i servizi dell'Enbass?

Io e i miei colleghi siamo costantemente presi da problematiche di quotidianità che spesso non ci consentono di affrontare con la giusta attenzione le opportunità e le facilitazioni che alcuni istituti ci offrono. Iscriversi all'Enbass è assolutamente necessario e utile per gestire al meglio il rapporto con il proprio personale dipendente. Tra gli obiettivi degli enti bilaterali, c'è anche quello di garantire l'indennità agli agenti nei periodi di assenza per malattia. Sono inoltre un'espressione di concreta ed efficace collaborazione tra datori di lavoro e dipendenti, di superamento del modello conflittuale, forniscono coperture sanitarie a favore del lavoratore e del proprio nucleo familiare nonché formazione e riqualificazione professionale. Il nostro accordo, nello specifico fatto con la compagnia primaria del settore malattia, Rbm, prevede una serie di garanzie sanitarie con coperture per ricoveri, per spese specialistiche, analisi e cure odontoiatriche. Con una modica spesa, anche gli agenti possono aderire a queste coperture. Comunque le potenzialità di miglioramento dei servizi dell'istituto ci sono: una su tutte la creazione del *Fondo pensione negoziale unico di settore*. Intanto i numeri ci danno ragione: le iscrizioni sono in forte crescita.

Aderire all'Enbass sembra per lei una necessità. In che modo pensa di portare avanti questo obiettivo?

In primo luogo creando cultura e informazione sull'argomento; già questa intervista, da lei offertami, potrebbe veicolare maggior interesse e curiosità. Credo poi sia necessario un maggior avvicinamento da parte della categoria alla scelta di soluzioni che portino beneficio nella gestione imprenditoriale dell'impresa-agenzia e nella fidelizzazione del nostro personale dipendente. Noi, in tutti i nostri *Anapa on tour*, trattiamo in maniera approfondita la materia, cercando di spiegare in maniera dettagliata tutti i servizi connessi all'adesione.

In occasione dell'uscita della sentenza, lo scorso luglio, ho chiesto sui social un incontro al mio omologo della Provincia di Roma dello Sna: un confronto sulla materia, allargato a tutti i colleghi, anche non iscritti alle nostre associazioni, per fare chiarezza sull'importanza dell'iscrizione a un ente bilaterale e per meglio comprendere le evoluzioni normative. Se anche i rappresentanti dei gruppi agenti locali partecipassero, sarebbe un bel regalo per tutta la comunità. Confido in una positiva evoluzione.

Per finire, cosa pensa dell'impatto che avranno le nuove normative introdotte dal recepimento della direttiva comunitaria sulla distribuzione (Idd)?

Questo autunno si presenta fortemente innovativo: l'introduzione delle nuove forme di intermediazione e la nuova disciplina connessa mi convincono sempre di più che, come categoria, abbiamo necessità di portare avanti delle idee e dei modelli adeguati ai tempi. Dobbiamo trovare delle nuove piattaforme di confronto tra noi, che ci vedano riconosciuta la nostra professionalità e la nostra identità. Occorre adeguarsi ai cambi di paradigmi non con l'atteggiamento unico voluto dalle compagnie ma preparandoci al meglio senza paura. Abbiamo bisogno di più *uffici studi* e meno *uffici stampa*.

Se l'apporto normativo dello scorso decennio ci ha condotto verso una notevole crescita in termini di preparazione e professionalità, quello che stiamo vivendo oggi ci dovrebbe portare il riconoscimento di unico player del mercato della consulenza assicurativa e riferimento unico nel settore del welfare. Per riprendere comunque il tema di questa intervista, vorrei precisare che, nella nuova accezione della vendita del *servizio di consulenza assicurativa remunerato*, è sciocco non immaginare che la forza degli agenti di assicurazione non passi per il personale impiegato all'interno dell'agenzia, spesso unico garante del famoso valore aggiunto nel servizio.

Carla Barin



Le reti agenziali verso la digital agency

Il processo di digitalizzazione delle agenzie, avviato anche in collaborazione con le compagnie, punta a migliorare la proattività commerciale e l'operatività. Evidenti i risultati in termini di capacità gestionale e maggiore redditività

La distribuzione assicurativa sta affrontando negli ultimi anni un incremento della concorrenza da parte di competitor quali compagnie dirette, broker, banche e Poste. Inoltre la difficoltà nell'interpretare correttamente i bisogni del cliente, la scarsa capacità di sfruttare le potenzialità di up/cross selling e le competenze del personale non pienamente sviluppate stanno determinando una progressiva perdita di redditività delle agenzie. Gli intermediari non devono solo affrontare la concorrenza dei player tradizionali del settore, ma anche quella di nuovi entranti; i comparatori on-line di polizze stanno aumentando la loro quota di mercato. Inoltre, i big player digitali si stanno preparando ad aggredire questo settore grazie alla vasta mole di dati in loro possesso e, non da ultimo, è necessario considerare la portata *disruptive* delle insurtech che, grazie a modelli di servizio innovativi, guideranno l'evoluzione del settore.

Gestione della polizza e conoscenza del cliente

Per fare fronte ai cambiamenti del mercato, compagnie e reti distributive stanno collaborando nello sviluppo di modelli di servizio innovativi tali da allineare le agenzie ai processi di *digital transformation* in corso nel settore. Un esempio è la crescente digitalizzazione della rete degli intermediari assicurativi, come si riscontra dagli ingenti investimenti per la diffusione di strumenti mobile quali tablet o canali digitali a supporto dei processi di vendita come sito web o app. In alcuni casi tali strumenti sono integrati con quelli della compagnia mandante, come la possibilità di accedere al sito web dell'agenzia tramite il portale di compagnia, per fare in modo che l'assicurato possa consultare in modo semplice l'anagrafica della polizza e i relativi servizi offerti. I processi di digitalizzazione non riguardano solo le modalità di erogazione del servizio, ma anche le attività di back office degli intermediari; ad esempio, in alcune agenzie si stanno diffondendo modalità di archiviazione delle polizze in formato digitale. Inoltre, si registra una maggiore implementazione di software Crm, capa-



ci di tracciare la *customer journey* dell'assicurato, o di avanzati sistemi di analytics, che permettono di fornire al cliente un'offerta più in linea con le sue esigenze.

Tra rischi e nuovi modelli organizzativi

Il crescente utilizzo di dispositivi tecnologici per lo svolgimento dei processi front e back office spinge però gli intermediari a mettere in campo iniziative mirate all'accrescimento del livello di sicurezza informatica. La mitigazione del *cyber risk* sarà, dunque, un argomento fondamentale nei piani di sviluppo del business. Su questo tema si sta riscontrando una maggiore attenzione anche da parte del regolatore e delle autorità di vigilanza.

Nonostante le criticità che compagnie e intermediari devono affrontare per l'implementazione dei nuovi modelli, è necessario proseguire con i piani di digital transformation avviati. Infatti, da uno studio condotto da CeTIF nel 2016 su un campione di agenzie italiane, è emerso che quelle che riescono a generare una redditività maggiore sono quelle che hanno ottenuto maggiori efficienze organizzative e operative anche grazie all'implementazione delle nuove tecnologie digitali.

A cura di CeTIF
Università Cattolica di Milano

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

RAMO DANNI STRATEGIE E STRUMENTI PER LO SVILUPPO

20 SETTEMBRE 2018

MILANO — Palazzo delle Stelline, Corso Magenta 61 — 9.00 - 13.00

Chairman Maria Rosa Alaggio
Direttore di Insurance Review e Insurance Trade

09.00 - 09.30 – Registrazione

09.30 - 09.50 – **Ramo Danni: scenario di mercato e politiche di riequilibrio del portafoglio**
Ed Morgan, Milliman managing director Italy & CEE

09.50 - 10.10 – **Predictive Analytics: come cambiano i modelli organizzativi nelle compagnie?**
Nicola Biscaglia, principal di Milliman
Andrea Rapetti, direttore generale di Linear, Gruppo Unipol

10.10 - 10.30 – **Applicazioni pratiche**
Mariangela Grieco, head of UW motor & no motor di Zurich Connect
Alessandro Zanetti, senior consultant di Milliman

10.30 - 11.00 – **INTERVISTA: Strategie per la competitività del Ramo Danni**
Alessandro Santoliquido, amministratore delegato di Amissima Assicurazioni
Francesco La Gioia, ceo del Gruppo Helvetia Italia

11.00 - 11.30 – Coffee break

11.30 - 13.00 – **TAVOLA ROTONDA: Dalle informazioni al presidio dei processi e della relazione con il cliente**
 Davide Consiglio, responsabile area Analytics di Generali Italia
 Alberto Cucinella, direttore assicurativo di Sara Assicurazioni
 Alida Galimberti, chief marketing officer di Zurich Italia
 Roberto Manzato, chief insurance officer di Poste Vita e di Poste Assicura
 Marco Peracchio, business development di ConTe.it
 Andrea Rapetti, direttore generale di Linear, Gruppo Unipol

13.00 - 14.00 – Buffet

Iscriviti su www.insurancetrade.it
Scarica il programma completo

Convegno

11 OTTOBRE 2018

MILANO

| 9.00 - 17.00

| Palazzo delle Stelline, Corso Magenta, 61

INTERMEDIARI, PRONTI ALLA SVOLTA?

Chairman Maria Rosa Alaggio

Direttore di Insurance Review e Insurance Trade

09.00 - 09.30 – Registrazione

09.30 - 09.50 – **Vendere nell'era dell'Idd**

Presentazione dell'Osservatorio sulla distribuzione assicurativa
Giorgio Lolli, manager mercato finanza di Scs Consulting

09.50 - 10.10 – **Scenario normativo e opportunità per gli intermediari**

Jean-François Mossino, presidente della commissione agenti Bipar
Antonia Boccadoro, segretario generale di Aiba

10.10 - 10.30 – **L'insurtech come supporto alla vendita**

Paolo Meciani, manager director di Bime Consulting
Alberto Baccari, ceo di Namu

10.30 - 10.50 – **Il servizio come valore per intermediari e cliente**

Intervento a cura di Stefano Sala, amministratore delegato del gruppo per

10.50 - 11.10 – **Tra rischi, sanzioni e nuovo business: così cambiano i comportamenti degli intermediari**

Lorenzo Sapigni, direttore generale per l'Italia di Cgpa Europe rappresentanza generale per l'Italia

11.10 - 11.30 – Coffee break

11.30 - 13.00 – **TAVOLA ROTONDA: Intermediari e compagnie a una svolta nella relazione con il mercato**

Stella Aiello, presidente della Commissione Distribuzione di Ania
Maria Luisa Cavina, responsabile servizi intermediari di Ivass
Vincenzo Cirasola, presidente di Anapa Rete ImpresAgenzia
Luca Franzì De Luca, presidente di Aiba
Claudio Demozzi, presidente di Sna
Vittorio Verdone, direttore affari istituzionali del gruppo Unipol
e responsabile gestione normativa reti distributive di UnipolSai
Luigi Viganotti, presidente di Acb

13.00 - 14.00 – Pranzo

14.00 - 14.20 – **Presentazione del progetto di formazione per gli intermediari**

Sergio Sorgi, vice presidente di Progetica

14.20 - 14.40 – **Automotive e intelligenza artificiale rivoluzionano il settore assicurativo**

Marco Lovisetto, general manager di Doctor Glass

14.40 - 15.10 – **L'importanza della gestione della rete secondaria**

Presentazione dei risultati del sondaggio di Scs Consulting su subagenzie
Roberto Arena, vice presidente di Anapa Rete ImpresAgenzia
Dario Piana, presidente del comitato gruppi aziendali di Sna e presidente del Gama
Sebastiano Spada, presidente di Ulias

15.10 - 15.30 – **Strumenti di business solution per le agenzie**

Andrea Scarabelli, ceo di First Point

15.30 - 17.00 – **TAVOLA ROTONDA: Prodotto assicurativo, un gioco di squadra tra compagnie e intermediari**

Alberto Bambi, responsabile canale agenti di Das
Fabrizio Chiodini, presidente di Ius Associati (intermediari UnipolSai Associati)
Enea Dallaglio, ad di Innovation Team, gruppo Mbs Consulting
Umberto D'Andrea, presidente dell'Associazione Agenti Allianz
Marco Lamola, direttore distribuzione e marketing del gruppo Cattolica
Dario Mannocci, presidente del Gruppo Agenti Itas Assicurazioni (Gaia)
Stefano Passerini, presidente del Gruppo agenti assicurativi Amissima
Andrea Pollicino, direttore commerciale di Sara Assicurazioni

Main sponsor:



Official sponsor:



Iscriviti su www.insurancetrade.it
Scarica il programma completo