

PRIMO PIANO

Ania, Farina confermata

Per i prossimi tre anni sarà ancora Maria Bianca Farina la presidente dell'Ania. La riconferma è avvenuta per acclamazione, ieri a Roma, nel corso dell'assemblea dell'associazione. Nel ringraziare tutti gli associati per averle rinnovato all'unanimità la fiducia, Maria Bianca Farina ha detto di essere "onorata di poter guidare l'Ania anche per il prossimo triennio. Continuerò a farlo – ha sottolineato – con profondo senso di responsabilità, passione e determinazione". Riferendosi all'Ania, Farina ha poi aggiunto: "continueremo a operare perché il sistema assicurativo svolga un ruolo sempre più importante per la stabilità e lo sviluppo sociale ed economico del Paese".

Maria Bianca Farina ha dedicato la sua carriera professionale al settore assicurativo e finanziario, ricoprendo incarichi di rilievo in alcune tra le più importanti compagnie mercato. Attualmente ricopre la carica di presidente di Poste Italiane. Inoltre, fra i suoi principali incarichi, annovera quello di membro del comitato direttivo dell'Aif, l'autorità di informazione finanziaria e vigilanza della Santa Sede (su nomina di Papa Francesco), nonché consigliere di amministrazione dell'Ospedale Bambino Gesù e di Save the Children.

B.M.

INTERMEDIARI

Un laboratorio al servizio degli agenti

Utili in crescita e abbandono dalla quotazione in Borsa. Vittoria Assicurazioni affronta così un mercato assicurativo segnato dall'entrata in vigore dell'Idd. Per Ruggero Pogliaghi, neo presidente del Gav, con la compagnia è iniziato il confronto per individuare tutti gli strumenti necessari ad affrontare al meglio la concorrenza e il futuro

Un cornetto in tasca, contro la cattiva sorte, non basta. Spesso chi sottoscrive una polizza pensa che il momento del sinistro non arriverà mai, e il rischio possa essere superato con una buona dose di scongiuri. Così per il cliente il prezzo della polizza diventa l'elemento discriminante per la scelta di una compagnia. Per **Ruggero Pogliaghi**, nuovo presidente del **Gruppo agenti Vittoria**, il futuro della rete agenziale passa attraverso un'offerta di polizze che a un prezzo concorrenziale legghi un servizio di qualità nella gestione dei sinistri. Pogliaghi ha preso l'eredità di **Roberto Arena**, che ha retto il Gav per nove anni. "Il lavoro svolto

dal gruppo agenti in questi anni è stato efficace, con accordi che hanno migliorato la redditività delle agenzie. Adesso dobbiamo fare il punto della situazione adeguandolo al nuovo momento, perché la nostra professione e il mercato continua a cambiare" spiega Pogliaghi che a *Insurance Daily* rivela la strategia dei prossimi anni: dotare tutti gli agenti, nessuno escluso, di strumenti tecnologici che consentano di affrontare uno scenario complesso.

LE BANCHE FANNO PAURA

La rete è composta di 452 agenzie e 584 agenti. Una piccola realtà, rispetto ai grossi gruppi, ma ben radicata nel territorio. Lo dimostrano i dati del primo semestre di quest'anno: **Vittoria Assicurazioni** ha registrato un utile consolidato di gruppo pari a 42,1 milioni di euro, in crescita del 2,5% rispetto al primo semestre 2017. I dati positivi dimostrano uno sforzo importante per competere in un mercato sempre più agguerrito. "Siamo soggetti a una continua aggressione da parte delle banche, che possono vendere un prodotto attrattivo, anche se poi il sinistro viene gestito da un call center. (continua a pag. 2)



Ruggero Pogliaghi, nuovo presidente del Gruppo agenti Vittoria

8 NOVEMBRE 2018

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



Convegno

**RC AUTO,
PERSONALIZZAZIONE E MUTUALITÀ**

Iscriviti cliccando qui

Scarica il programma

Insurance
Connect

(continua da pag. 1) Stanno aprendo sportelli dedicati alle assicurazioni, mentre nelle filiali tutti gli impiegati vengono invitati a dare informazioni sulle polizze, tralasciando operazioni tipicamente bancarie che ormai sono spesso svolte dalle macchine. C'è un cambiamento culturale in corso: dal tipico cassiere, si sta passando al venditore di polizze. Le banche – osserva Pogliaghi – conoscono i fondi dei clienti e possono portare avanti un approccio commerciale più aggressivo rispetto agli agenti di assicurazione”. In questo scenario, non si può nascondere la preoccupazione per l'entrata nel mercato Rc auto di **Poste Italiane**: “speriamo che non avvenga, altrimenti – ammette – sarà devastante. Le nostre rappresentanze sindacali hanno già segnalato che si tratterebbe di concorrenza sleale dello Stato verso i privati”. Come se non bastasse, il presidente del Gav ha ricordato che in alcuni mercati chiave della compagnia, come al Nord, c'è la pressione sui premi attuata dalle compagnie online. I risultati di Vittoria sono quindi l'espressione di duro lavoro fatto dagli agenti. “Anche quando registriamo ricavi in linea con gli esercizi precedenti, il risultato è il frutto di un impegno molto più gravoso rispetto al passato”, dice Pogliaghi.



La sede di Vittoria Assicurazioni, a Milano

LA SOLUZIONE: VALORIZZARE LA FILIERA CORTA

Rafforzare la visibilità verso il cliente è un fattore determinante per competere con i giganti della bancassicurazione. “Anche se proponiamo un prodotto leggermente più caro, noi ci mettiamo la faccia. Tocca a noi dimostrare di essere in grado di seguire le esigenze dei clienti a 360 gradi, dall'emissione di contratti modificati con clausole personalizzate, alla gestione del sinistro con uffici tradizionali e liquidatori sul territorio. Dobbiamo rafforzare – sottolinea Pogliaghi – la filiera corta all'interno della compagnia, facendo emergere il valore del servizio, per superare la concorrenza sul prezzo. Capita che un cliente non rinnovi la polizza per passare a una compagnia che offre un premio più basso. Poi, quando a seguito di un sinistro si accorge dell'importanza del servizio, allora apprezza anche un costo maggiore. Il problema è che tanti italiani pensano che il sinistro non capiterà mai, quindi il servizio non sarà mai valutato”. Un simile approccio culturale rischia di impattare soprattutto sul ramo auto, che comunque è in crescita del 7,3% sul primo semestre 2017, con una raccolta di 435,2 milioni di euro. “I dati però – evidenzia – devono essere letti territorialmente, perché la media nasconde aree che stanno soffrendo, proprio per una concorrenza maggiore, come al Nord. Mentre i colleghi del Sud, sicuramente con altre problematiche di territorio, confermano invece che si può far crescere il portafoglio con interventi mirati e selezione sulla clientela”. Gli agenti Vittoria puntano sulla famiglia, con un'offerta che riguarderà casa, infortuni, polizze capofamiglia, vita e piani individuali pensionistici. Segmenti in cui, per Pogliaghi, l'entrata in ritardo nel mercato sta costringendo ora alla rincorsa della concorrenza e al riequilibrio del mix di portafoglio cercando di vendere più rami elementari.

LA COMPAGNIA SOSTIENE LA RETE

Vittoria è una compagnia che gode di ottima salute. Per il futuro, il presidente **Andrea Acutis**, l'amministratore delegato **Cesare Caldarelli** e il direttore generale **Claudio Rampin** hanno ribadito la volontà di non scavalcare gli agenti. La conferma è arrivata dal primo incontro della dirigenza con il nuovo direttivo Gav. “Il tema della disintermediazione è delicato – ha ammesso Pogliaghi – ma noi lo viviamo all'interno della nostra realtà assicurativa: la compagnia ci ha garantito che non vuole appropriarsi dei clienti che, anche se utilizzeranno gli strumenti digitali della compagnia, resteranno sempre dell'agenzia. (continua a pag. 3)



Il nostro Agente,
uno di famiglia.

Scopri di più

(continua da pag. 2) Sappiamo tuttavia che i grandi gruppi stanno spingendo in modo diverso, quindi non abbassiamo la guardia". Dalla compagnia ci sarà il sostegno tecnologico per rendere il lavoro degli intermediari più efficace, con strumenti informatici moderni per consentire di lavorare a stretto contatto con il cliente, attraverso app e sito web del gruppo. "Il cliente deve sentirsi libero di scegliere come contattare l'agenzia: se fisicamente o in modo digitale. Confermo che la compagnia sta fornendo tutto il necessario per essere al passo con i tempi. Stiamo lavorando tantissimo sulla firma elettronica, che rende più semplice l'archiviazione dei contratti e anche il processo di stipula della polizza. Tuttavia dobbiamo tenere in conto delle differenze culturali presenti nel Paese: al Sud i clienti sono disposti ad aspettare anche mezz'ora per essere ricevuti in agenzia, al Nord no. L'impatto delle tecnologie digitali è quindi diverso".

PRODOTTI PERSONALIZZABILI PER COMPETERE

Il contatto diretto con i vertici della compagnia è un valore aggiunto per gli agenti Vittoria. "La compagnia può essere considerato un laboratorio: abbiamo la reale sensazione che stiamo lavorando effettivamente per il futuro" spiega Pogliaghi, che non sembra preoccupato dal delisting. "Ho esperienza di compagnie acquistate da altri gruppi, in cui gli stravolgimenti interni hanno impattato duramente sulla rete agenziale. In questo caso, l'uscita di Vittoria da Piazza Affari non costituisce di per sé un pericolo per noi; al massimo rischiamo di perdere visibilità verso quei clienti che vedono nella quotazione in Bor-

sa un elemento di solidità. Il presidente Andrea Acutis ci ha assicurato che l'obiettivo del delisting è la semplificazione dei processi aziendali per garantire maggiore stabilità. Non abbiamo motivi per non credergli e sospettare che la dirigenza voglia vendere la compagnia. Anzi, i lavori a lungo termine dimostrano le buone intenzioni di Vittoria". Per il prossimo futuro, l'Idd è ovviamente uno dei temi principali sul tavolo. "Ci spaventano le sanzioni e la compliance. Siamo un po' confusi, perché in fase di rinnovo di una semplice polizza su un motorino, dobbiamo chiedere informazioni su redditi, proprietà immobiliari e famiglia del cliente, richieste di cui spesso non si capisce la finalità". Gli incontri tra agenti e dirigenza sono programmati ogni mese, in modo da non tralasciare nulla. Dalla gestione del lavoro quotidiano, con il miglioramento dell'efficienza degli uffici, alla titolarità dei dati, un tema che il Gav affronterà alla luce della tutela della privacy e con serena consapevolezza che il mercato sta cambiando. Fondamentale per il prossimo futuro sarà riuscire a proporre prodotti personalizzabili, che rispondano alle diverse esigenze dei clienti in base al territorio, in modo da rendere accattivante l'offerta e aumentare la redditività delle agenzie. "Sappiamo che non possiamo fare tutto nell'immediato. Tuttavia – conclude Pogliaghi – è fondamentale sapere cosa la compagnia può fare per noi agenti, perché ci consente di capire quali azioni dobbiamo prendere autonomamente come gruppo agenti".

Alessandro Giuseppe Porcari

ROMA 14 Novembre 2018

2° CONGRESSO
ORDINARIO NAZIONALE

EVOLUTION

CLICCA QUI PER
SCARICARE IL PROGRAMMA

CLICCA QUI
PER REGISTRARTI

Iscrizione gratuita
e aperta a tutti gli Agenti
anche se non iscritti
ad Anapa Rete ImpresAgenzia



COMPAGNIE

Generali Italia, un'Ora di Futuro per gli adulti di domani

Presentata ieri a Milano un'iniziativa educativa che attraverso il gioco insegna ai bambini come fare scelte responsabili su ambiente, salute, benessere e risparmio. Il progetto, attraverso scuole e famiglie, raggiungerà oltre 30mila alunni delle scuole elementari

Educare i bambini di oggi per formare gli adulti consapevoli di domani, e garantire loro un futuro migliore. Sulle basi di questa premessa si basa *Ora di Futuro*, un'iniziativa ideata da **Generali Italia** che punta a raggiungere una platea di oltre 30mila bambini attraverso scuole e famiglie. Lo scopo di questo progetto, presentato ieri a Milano alla presenza di **Marco Sesana**, country manager & ceo di Generali Italia



Marco Sesana, country manager e ceo di Generali Italia

non è solo quello di promuovere l'educazione finanziaria dei più giovani. L'obiettivo è molto più ampio e ambizioso: insegnare ai bambini delle scuole primarie a fare scelte responsabili sui grandi temi come rispetto dell'ambiente, salute, benessere e risparmio. Il progetto sostiene iniziative per le famiglie in difficoltà con bambini da zero a sei anni incentrate sull'educazione alla genitorialità, grazie alla collaborazione con le tre onlus (**L'Albero della Vita**, **Mission Bambini** e il **Centro per la salute del bambino**), selezionate dai dipendenti di Generali. Per il primo anno il progetto punta a coinvolgere, come accennato, oltre 30mila bambini con l'adesione di almeno 1.500 classi e l'attivazione di 11 centri su tutto il territorio nazionale. *Ora di Futuro* avrà anche il contributo di tutti i dipendenti di Generali Country Italia (entità che comprende, oltre a Generali Italia, anche **Allianza**, **Genertel**, **Generali Welion**, **Generali Jeniot**, **Genagricola** e **Das**) con 10mila ore di volontariato di impresa e 10mila viaggi solidali.

Il progetto opera nell'ambito di *The human safety net*, iniziativa globale del gruppo Generali a favore delle comunità, già attiva in 18 Paesi in cui opera il gruppo. "Educare i bambini di oggi – ha spiegato Sesana – significa garantire un futuro migliore agli adulti di domani. Con questo progetto vogliamo dare ai bambini gli strumenti per affrontare il mondo, ma anche la speranza di avere un impatto su di esso. Un'impresa che vuole essere rilevante – ha sottolineato – deve saper dare il suo contributo per lo sviluppo delle comunità in cui opera".

Una didattica nuova

Nel dettaglio, il progetto nelle scuole primarie prevede un percorso didattico digitale pensato per coinvolgere i bambini attraverso gioco, esperienza e cooperazione, insieme agli insegnanti e con i genitori. Il programma parte con l'anno scolastico 2018-2019 e si articola su tre anni (3°, 4°, 5° elementare) per un'ora a settimana in ciascuna classe. Gli alunni vivranno un'avventura virtuale sull'isola tropicale di *Mauaga*. Un sito dinamico e interattivo supporterà le lezioni e guiderà l'esperienza rendendola coinvolgente attraverso sfide alle quali i bambini dovranno trovare soluzioni, imparando anche a lavorare in gruppo. Attraverso un avatar i bambini prenderanno consapevolezza del proprio ruolo, essenziale per il raggiungimento di un risultato di squadra.

Un supporto alle famiglie in difficoltà

Il progetto, tuttavia, non si limita alla didattica a scuola. *Ora di Futuro* infatti sosterrà iniziative incentrate sull'educazione alla genitorialità rivolte a famiglie in difficoltà con bambini da zero a sei anni. Si tratta di una fascia d'età molto delicata, in cui si pongono, le basi per lo sviluppo e il benessere nel futuro della persona: da zero a tre anni, infatti, si forma l'80% del cervello e le connessioni neuronali possono aumentare a una velocità non più raggiungibile nel corso della vita. Le tre onlus scelte dai dipendenti, citate in precedenza, si occuperanno di aiutare i genitori a rafforzare le risorse, le capacità e le competenze per offrire ai loro bambini basi più solide alla loro crescita.

L'iniziativa ha ottenuto il patrocinio della Presidenza del Consiglio dei Ministri e della Regione Lombardia. Nel corso della presentazione del progetto è intervenuto con un messaggio video anche il ministro dell'Istruzione, **Marco Bussetti**. "Il futuro della nostra società – ha detto – dipende dalla qualità dell'educazione. A scuola si crea comunità, si impara fin da piccoli a pensare, a farsi domande, ad avere le proprie opinioni. E allo stesso tempo si ascolta l'altro, ci si impegna a convivere e a rispettarlo. Sono contento – ha sottolineato il ministro – che Generali sia a fianco delle istituzioni per portare avanti una comune missione formativa. Dobbiamo creare cittadini consapevoli e responsabili nel vivere in comunità".

Beniamino Musto

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 6 novembre di www.insurancetrade.it – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577

Convegno

8 NOVEMBRE 2018

MILANO

| 9.00 - 17.00

| Palazzo delle Stelline, Corso Magenta, 61

RC AUTO, PERSONALIZZAZIONE E MUTUALITÀ

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

09.00 - 09.30 – Registrazione

09.30 - 09.50 – **Evoluzione del mercato auto e impatti sul settore assicurativo**
*Marco Lanzoni, responsabile mercato finanza di Scs Consulting*09.50 - 10.10 – **Trasparenza, una priorità verso i consumatori**
*Antonio De Pascalis, capo del servizio studi e gestione dati di Ivass*10.10 - 10.30 – **La sfida della mobilità del futuro**
*Francesco Leali, coordinator progetto Masa (automotive smart area), Università Modena di e Reggio Emilia*10.30 - 10.50 – **L'Rc auto del futuro**
*Giacomo Lovati, amministratore delegato di Alfa Evolution Technology, di Pronto Assistance Servizi, di Linear Assicurazioni e direttore insurance e telematic services di UnipolSai*10.50 - 11.10 – **Efficienza e innovazione nella gestione dei sinistri: l'impiego delle reti neurali**
Alessandra Girardo, ceo di Kubris, centro di innovazione di Kirey Group

11.10 - 11.30 – Coffee break

11.30 - 11.50 – **Regolamentazione, cosa resta da fare?**
*Umberto Guidoni, responsabile servizio Auto di Ania*11.50 - 12.20 – **Le compagnie tra innovazione e ricerca di rigore tecnico**
Daniela D'Agostino, responsabile prodotti e tariffe auto di UnipolSai
Maurizio Hazan, studio legale Taurini & Hazan
*Roberto Serena, responsabile flotte auto di Generali Italia*12.20 - 12.40 – **Come la telematica aumenta la sicurezza sulle strade e migliora i processi delle compagnie**
Massimo Braga, vice direttore generale di Lojack

12.40 - 13.00 – Q&A

13.00 - 14.00 – Pranzo

14.00 - 14.20 – **La mobilità nell'era della sharing economy**
Giuseppe Benincasa, segretario generale di Aniasa
*Paola Corna Pellegrini, amministratore delegato e direttore generale di Allianz Partners in Italia*14.20 - 14.40 – **Sicurezza per le auto intelligenti**
*Michele Latronico, sales area manager di Glassdrive*14.40 - 15.00 – **I rischi della black box**
*Umberto Rapetto, Generale (R) della Guardia di Finanza – cyber security advisor*15.00 - 15.20 – **Gestione sinistri: il servizio come creazione di valore e competitività**
*Antonello Zitelli, responsabile comunicazione e formazione di Sogesa*15.20 - 15.40 – **Antifrode: l'importanza dei protocolli con le procure**
Carlo Caponcello, avvocato generale presso la Procura Generale di Catania
Luigi Tambone, studio legale Tambone
*Massimo Treffletti, dirigente responsabile servizio Card accordi associativi antifrode di Ania*15.40 - 16.00 – **Così cambia il contrasto alle frodi**
Luca De Lorenzo, responsabile antifrode di Amissima Assicurazioni
Lorenzo Fiori, responsabile antifrode aree speciali di Reale Group
*Gaetano Occorsio, direttore sinistri di Sara Assicurazioni*16.00 - 17.00 – **TAVOLA ROTONDA: Operatività e qualità nella gestione dei sinistri**
Introduzione - Massimo Treffletti, dirigente responsabile servizio Card accordi associativi antifrode di Ania
Nicola Bajona, head of express & direct claims di Zurich Italia
Barbara Buralli, direttore sinistri di Intesa Sanpaolo Assicura
Alberto Guidi, chief claim officer di Cattolica Assicurazioni
Ferdinando Scoa, direttore sinistri di Assimoco
Dario Vullo, direttore sinistri di Verti

17.00 – Chiusura lavori

Main sponsor:

GLASSDRIVE®
Un marchio Sogesakubris
KIREY GROUP

Lo/Jack®

SCS
CONSULTINGSogesa
SMART CLAIMS MANAGEMENT

Official sponsor:

Afi·Esca
ESCAAON
Empower Results®

ITALCLAIM

KUBE
PARTNERSmsa
multi serass

SA

Solera Italia

Light sponsor:

RGI

Iscriviti su www.insurancetrade.it
Scarica il programma completo

blue
is underwriting

“

SU MISURA,
PER DAVVERO.

”

INSURANCE Daily

• MARTEDÌ 6 NOVEMBRE 2018 N. 1432

blue
is underwriting

AGENZIA
DI SOTTOSCRIZIONE
RC PROFESSIONALE,
D&O E CYBER



Willis
Towers
Watson

29 NOVEMBRE 2018 - MILANO

•••••

SOLUZIONI PER LA CRESCITA PROFITTEVOLE

The Westin Palace,
Piazza della Repubblica, 20

9.00 - 13.10

Chairman Maria Rosa Alaggio
Direttore di Insurance Review e Insurance Trade

09.00 - 09.20 – Registrazione

09.20 - 09.40 – **Apertura e introduzione**

Alessandra Gambini, responsabile Insurance Consulting and technology di Italia Willis Towers Watson

09.40 - 10.00 – **INTERVISTA: Crescita profittevole e scenario di riferimento**

Alberto Minali, amministratore delegato del gruppo Cattolica

10.00 - 10.50 – **TAVOLA ROTONDA – Reinventando l'industria: trasformazione digitale e nuovi modelli di business**

*Moderata Maria Rosa Alaggio, direttore di Insurance Review
Fabio Carsenzuola, amministratore delegato e direttore generale di Europ Assistance
Matteo Cattaneo, head of Innovation & corporate strategy di Reale Group
Alberto Dominici, chief operating officer di Bene Assicurazioni
Roberto Manzato, chief insurance officer di Poste Vita
Marco Mazzucco, direttore generale di Blue Assistance*

10.50 - 11.20 – Pausa caffè

11.20 - 12.00 – **Il ruolo della tecnologia per la gestione dei clienti, della produzione e del risk management**

*Renzo Giovanni Avesani, chief risk innovation officer del gruppo Unipol
Luigi Barcarolo, direttore insurance analytics and business architecture del gruppo Cattolica
Francesco Daboni, responsabile Danni, insurance consulting and Technology Italia di Willis Towers Watson
Gianmarco Tosti, Italy country manager & head of corporate risk broking di Willis Towers Watson*

12.00 - 12.40 – **TAVOLA ROTONDA – Finance transformation: dalla compliance al vantaggio competitivo**

*Moderata Maria Rosa Alaggio, direttore di Insurance Review
Alessandra Gambini, responsabile insurance consulting and technology, Italia di Willis Towers Watson
Massimo Romano, head of group integrated reporting del gruppo Generali
Alberto Vacca, chief business and investment officer di Aviva Italia
Gianantonio Villani, head of planning & controlling, Bicc and finance transformation di Allianz Italia*

12.40 - 13.00 – **INTERVISTA: Digitalizzazione e trasformazione del business assicurativo**

Andrea Battista, presidente esecutivo di Archimede Spac

13.00 - 13.10 – **Chiusura lavori**

Alessandro Santoni, south west divisional leader di Willis Towers Watson

13.10 - 14.00 – Pranzo

Iscriviti su www.insurancetrade.it
Scarica il programma completo