

PRIMO PIANO

Ramo III, continua il calo

La nuova produzione vita del mese di ottobre è stata pari a 7,6 miliardi di euro, in calo del 10,4% rispetto allo stesso mese del 2017, mentre da gennaio la quota ha raggiunto gli 80,7 miliardi, con un lieve calo dello 0,5% rispetto all'analogo periodo dell'anno scorso.

Relativamente alle imprese italiane ed extra Ue, nel mese di ottobre, i nuovi premi di ramo I hanno raccolto 4,4 miliardi, pari a oltre i due terzi dell'intera produzione, e comunque in calo del 2,3% rispetto allo stesso mese del 2017. Di questi, 1,5 miliardi sono stati investiti in gestioni separate di prodotti multi-ramo, che registrano invece un balzo del 23,6% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso. Da gennaio, i premi di ramo I hanno raggiunto i 44,5 miliardi, il 5,2% in più rispetto al 2017 quando il ramo registrava una contrazione pari al 20%.

La restante quota della nuova produzione ha riguardato il ramo III: 2,1 miliardi sono stati raccolti dalle imprese, facendo registrare una contrazione del 16,3% che si somma, peraltro, a quella del mese precedente. "Da inizio anno - fa sapere l'Ania - l'incremento della raccolta del new business di ramo III è andato progressivamente a diminuire, fino ad attestarsi a +1,2%, a fronte di un ammon- tare pari a 23,3 miliardi".

F.A.

INTERMEDIARI

Un agente padrone delle proprie scelte

La via maestra per essere competitivi in un mercato sempre più difficile è puntare di più sulla propria professionalità, guadagnando autonomia per seguire le proprie strategie di sviluppo. Lo spiega Claudio Roghi, presidente di Car agenti uniti, la società d'intermediazione di Agit (Groupama Italia)

Autonomia, professionalità, strategie commerciali proprie. Queste devono essere le caratteristiche e le attitudini degli agenti che vogliono uscire vincenti dalle sfide del mercato e da quelle che pone la normativa. Gli agenti, per questo, devono migliorare la propria capacità consulenziale aumentando la loro autonomia decisionale sull'offerta dei prodotti.

Nell'intervista, **Claudio Roghi**, presidente di **Car agenti uniti**, la società d'intermediazione creata con alcuni colleghi di **Agit**, il gruppo agenti di **Groupama Italia**, e componente del comitato dei gruppi aziendali di **Sna**, torna spesso sull'idea di un agente sempre più autonomo nelle proprie scelte commerciali e nelle strategie di posizionamento.

Un'autonomia che deve derivare però dalla propria professionalità, e che soprattutto non deve attendere passivamente le scelte delle compagnie: è necessario, ribadisce l'intermediario plurimandatario (Groupama, **Helvetia** e **Uca**), creare meccanismi e spazi di autonomia nelle strategie commerciali di ciascuna agenzia.

Nel Regolamento 39, l'Ivass ha introdotto la rilevanza della sanzione, ovvero le pene pecuniarie non saranno cumulabili con altre sanzioni disciplinari per lo stesso grado di violazione. Per ottenere questo risultato, lo Sna si è fortemente battuto. Lei cosa ne pensa?

Concordo che nel riequilibrio del sistema sanzionatorio lo Sna abbia svolto un ruolo fondamentale. Sono convinto che oggi lo Sna sia il vero e unico baluardo della tutela della categoria degli agenti di assicurazione. Con l'arrivo di normative e regolamenti che investono il settore assicurativo, il presidio degli interessi di una categoria è di vitale importanza. Avere una rappresentanza in grado di intercettare i pericoli e di intavolare importanti opere di mediazione con le istituzioni è il normale ruolo di un sindacato, che lo Sna svolge al meglio.

(continua a pag. 2)



Claudio Roghi, presidente di Car agenti uniti



INSURANCE REVIEW
È SU TWITTER

Seguici cliccando qui



(continua da pag. 1)

Se ci fosse un confronto più ampio e più costruttivo anche con l'Ania, i risultati sarebbero sicuramente migliori ma questo non dipende certo dallo Sna, che in più occasioni ha espresso la volontà di costituire tavoli di lavoro per affrontare le varie problematiche esistenti.

Concentrarsi sui bisogni della clientela è un concetto antico e, per coloro che posseggono nel loro Dna la vera professionalità, di ordinaria amministrazione. Tuttavia, oggi se ne discute insistentemente. Non le sembra la scoperta dell'acqua calda?

In effetti, si tratta della banalizzazione di un concetto poco praticato, ma su cui si gioca il futuro della categoria. La Idd, fra le altre tematiche, pone al centro dei meccanismi della distribuzione assicurativa il cliente. Che l'attività d'intermediazione ieri e di distribuzione oggi da parte degli agenti dovesse avere al centro gli interessi del cliente sembrava un fatto assodato. In molti casi, però, questo non avveniva, principalmente a causa del perseguimento degli obiettivi e degli interessi delle compagnie, le quali tendevano a consigliare alle proprie reti la vendita di prodotti non sempre in linea con le aspettative e con le esigenze dei clienti. Oggi questo deve cambiare: dobbiamo aumentare la capacità di esprimere compiutamente il ruolo consulenziale che gli agenti hanno sempre svolto, aumentando la loro autonomia decisionale sull'offerta dei prodotti. Credo che questo percorso sarà facilitato dall'ausilio che i singoli agenti potranno ricevere dai loro gruppi agenti e dallo Sna.



Da recenti ricerche risulterebbe che solo il 22% degli intermediari veda il proprio cliente due volte l'anno. Rara è inoltre l'offerta dei nuovi prodotti e la riforma dei contratti in essere. Cosa suscitano in lei questi dati?

Un sentimento misto fra timore e speranza. Gli agenti in attività hanno mediamente nel loro portafoglio un numero di clienti tale che se fossero riattivate le normali attività commerciali potrebbero riavviare un processo di ripristino di un circolo virtuoso, fondamentale alla sopravvivenza di tanti. Dobbiamo recuperare il tempo per proporre ai clienti le offerte che abbiamo nel panierino, recuperandolo dall'espletamento delle incombenze amministrative. Dovremmo riconvertire il personale presente in agenzia, che ha un'insostituibile conoscenza dei clienti ed esperienza da utilizzare nella commercializzazione delle polizze. Dovremmo anche immaginare un modello in cui avere una comunicazione più social con i clienti. Il tema è molto caldo perché, a mio parere, se chi distribuisce non esercita il proprio ruolo con relativa certezza verrà sostituito da altri. Sono convinto che la categoria degli agenti non può attendere che le compagnie risolvano il problema per loro, anche se gli interessi potrebbero essere convergenti, è necessario creare meccanismi e spazi di autonomia nelle strategie commerciali di ciascuna agenzia.

L'ivass ha esteso l'indagine sulle polizze dormienti anche alle compagnie estere. L'Istituto ambisce ad avere un quadro esatto dei portafogli vita. Lo trova un provvedimento equo anche nei confronti degli agenti?

Sul tema non ho grande conoscenza, ma quando si tratta di trasparenza del mercato non ho dubbi nel ritenerlo un principio dal quale nessun agente, deontologicamente, si può distaccare. Le polizze dormienti rappresentano un fenomeno sul quale si sarebbe dovuto intervenire prima in modo più deciso e sono dell'opinione che questo valga allo stesso modo per quelle vendute in Italia da compagnie estere. Che l'istituto di vigilanza voglia avere il polso della situazione dei portafogli vita è per le reti di vendita un elemento di tranquillità riguardo a ciò che viene proposto ai propri clienti.

Nell'ambito di una piena attuazione di Idd, si sta discutendo per approvare un sistema stragiudiziale per le liti assicurative, con l'obiettivo di eliminare gli interminabili contenziosi legali. Come valuta questa possibilità?

In linea di principio ritengo che tutto ciò che permette di avere giustizia in tempi ragionevoli sia da ritenere corretto e auspicabile. Poi, in questi ambiti, passare dalle enunciazioni ai fatti necessita di tutte le cautele del caso. Purtroppo, troppe volte abbiamo assistito a spinte lobbistiche che hanno favorito degli interessi a danno del sistema che, non dimentichiamoci, si regge su equilibri molto precari. La discesa del premio medio del comparto dell'Rc auto ha reso questo business, che ancora rappresenta una parte sostanziale del lavoro di raccolta degli agenti di assicurazione, complesso e complicato.

Carla Barin

MERCATO

Soldi, lavoro e salute stressano gli italiani

Per l'Osservatorio sul welfare di Reale Mutua il rimedio più usato è lo sport

Un carico di pressioni, incombenze e preoccupazioni: lo stress colpisce l'89% degli italiani. Le principali cause sono le difficoltà economiche (66%), il lavoro (61%) e i problemi di salute (55%). Come se non bastasse, per un italiano su tre (31%) la fonte di stress è il partner, mentre la gestione e l'educazione dei figli rovinano la tranquillità del 27% della popolazione. I dati emergono dall'ultima ricerca dell'Osservatorio sul welfare di **Reale Mutua**. Tra i disturbi correlati allo stress che più condizionano la vita degli italiani, l'eccessiva stanchezza, spesso generata da insonnia (53%), gli sbalzi d'umore (51%), la tensione muscolare (27%), la tachicardia o l'emicrania (26%). Per Reale Mutua, per gestire lo stress, la metà degli italiani ricorre all'attività fisica regolare, soprattutto corsa, yoga, pilates, meditazione e nuoto. Gli italiani hanno anche fiducia negli effetti benefici dell'alimentazione, ad esempio bevendo infusi e tisane rilassanti (49%), sedute di fisioterapia e massaggi (39%) e frequentando centri termali (34%). Un italiano su dieci ricorre ai farmaci. Per Reale Mutua le aziende possono giocare un importante ruolo anti-stress, a partire dalla flessibilità oraria e lo smart-working (desiderato dal 55% degli intervistati), che permettono una migliore conciliazione dei tempi e degli impegni lavorativi con quelli della vita privata. Il 35% vorrebbe poi che venisse messa a disposizione dei dipendenti un'apposita sala relax e un ulteriore 34% vorrebbe invece usufruire di un abbonamento a un centro fitness.

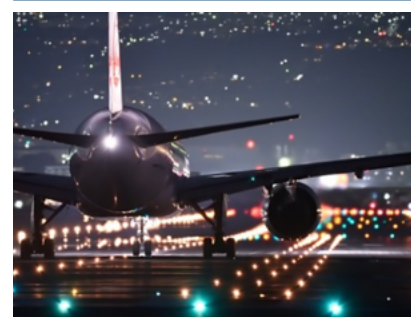
Alessandro Giuseppe Porcari

NEWS DA WWW.INSURANCETRADE.IT

Willis Towers Watson lancia una soluzione per gli aeroporti

Willis Towers Watson

ha introdotto sul mercato **CyFly for airports**, una soluzione assicurativa pensata per coprire l'esposizione al cyber risk che colpisce gli aeroporti in tutto il mondo; il rischio informatico, infatti, costituisce una importante fonte di preoccupazione vissuta dagli aeroporti, che solo in



Italia vedono transitare 175 milioni di passeggeri e oltre un miliardo di tonnellate di merci l'anno. Tra le caratteristiche di **CyFly for airports** c'è la copertura danni da interruzione di attività causati da terze parti alle quali sono demandate funzioni essenziali per lo svolgimento dell'attività aeroportuale, quale ad esempio il servizio di assistenza al volo; multe e sanzioni derivanti dalla legislazione in materia di sicurezza informatica; danni da interruzione di attività derivanti da qualsiasi tipo di sospensione o interruzione, non programmata, dei sistemi informatici, ancorché non derivante da un attacco esterno o da negligenza; spegnimento volontario del sistema informatico per mitigare l'impatto di eventuali danni da interruzione di attività; copertura dei costi connessi alla preparazione e conseguente formalizzazione della richiesta di risarcimento del danno da interruzione di attività, in modo da evitare ritardi nella liquidazione del sinistro.



LEGGI SULL'OMICIDIO
STRADALE:
SCOPRI
LE POLIZZE ARAG
PER LA
CIRCOLAZIONE.



#59
novembre 2018

INSURANCE
REVIEW

Strategie e innovazione per
il settore assicurativo

Insurance Review

Strategie e innovazione per il settore assicurativo

La rivista che rende l'informazione specialistica
dinamica e immediata.
Uno strumento di aggiornamento e approfondimento
dedicato ai professionisti del settore.

Abbonati su www.insurancereview.it
Abbonamento annuale € 80,00 (10 numeri)

oppure scarica l'app Insurance Review



Puoi sottoscrivere l'abbonamento annuale nelle seguenti modalità:

- Compilando il form on line all'indirizzo www.insurancetrade.it/abbonamenti
- Inviando un'email a abbonamenti@insuranceconnect.it

Modalità di pagamento:

- On line con Carta di Credito all'indirizzo www.insurancetrade.it/abbonamenti
- Bonifico bancario Antonveneta IBAN IT 94 U 01030 12301 0000 0158 0865

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