

PARABREZZA
ROTTO?

NON ASPETTARE



INSURANCE
Daily

Oltre 160 centri
in tutta Italia.

Scopri quello
più vicino a te!

www.glassdrive.it Numero Verde Gratuito
800 01 06 06

GLASSDRIVE®
Un marchio Saint-Gobain

● MERCOLEDÌ 09 OTTOBRE 2019 N. 1617

PRIMO PIANO

Quanto ne sai di polizze?

“In Italia la cultura assicurativa va rafforzata al fine di ridurre il ritardo che ancora ci distanzia dagli altri Paesi”. Fabio Panetta, presidente dell’Ivass, ha inaugurato così, questa mattina a Roma, la prima giornata dell’educazione assicurativa. Promossa in collaborazione con il Forum Ania-Consumatori, l’iniziativa si inserisce nel calendario del mese dell’educazione finanziaria e punta, ha affermato Panetta, a “stimolare l’attenzione verso la cultura assicurativa e sensibilizzare gli operatori del settore verso la formazione, al fine di accompagnare i cittadini nella definizione di un progetto di vita equilibrato, anche dal punto di vista della gestione dei rischi”.

L’iniziativa, che diventerà un appuntamento fisso di confronto fra gli operatori del settore, è stata accompagnata da una serie di proposte volte, com’è nel piano strategico dell’Ivass, a diffondere la cultura assicurativa fra la popolazione. Panetta ha a tal proposito ricordato gli incontri mensili con le associazioni dei consumatori e il progetto di formazione finanziaria rivolto alle scuole. Iniziative a cui oggi se ne aggiunge un’altra: un quiz interattivo, già disponibile sul sito dell’Ivass, finalizzato a stimolare la comprensione dei meccanismi base delle assicurazioni e a diffondere la conoscenza delle polizze più comuni.

Giacomo Corvi

CONVEGNO

Intermediari, come vivere la centralità in un mercato omnicanale

All’evento sulla distribuzione assicurativa di Insurance Connect hanno partecipato circa 300 persone: tanti i temi toccati, a partire da una verifica sul campo di quanto realmente i consumatori percepiscono e apprezzano il valore di un’offerta sempre più multicanale

L’agente al centro, per chi segue il settore, è la litania obbligata di tutti gli interventi e le interviste dei manager delle compagnie: è un dato di fatto, ammantato di una solida immanenza, inscalfibile, adamantino. L’agente, e per estensione l’intermediario tradizionale, la persona fisica, è al centro dei piani industriali delle compagnie, delle strategie distributive e anche dei nuovi ecosistemi e piattaforme di cui si parla tanto. Però, cosa vuol dire vivere nel concreto questa centralità attribuita agli agenti, quando il mercato si sta muovendo in modo centrifugo, e cioè verso la frammentazione dei bisogni, la granularità dei rischi, la molteplicità dei punti di contatto?

Ieri, presso il Palazzo delle Stelline di Milano, circa 300 persone hanno partecipato al convegno *Intermediari, una centralità da vivere*, settima edizione del tradizionale appuntamento di **Insurance Connect** sulla distribuzione assicurativa, evento in cui si è discusso proprio di questi temi, in uno scenario di mercato in rapida evoluzione.

Come ha ricordato in apertura il direttore delle testate di Insurance Connect, **Maria Rosa Alaggio**, che ha coordinato il convegno, sono tante le sfide di fronte agli intermediari tradizionali: il canale bancario si sta impegnando al massimo nei rami danni, le compagnie dirette sfruttano sinergie di business per aggiungere all’offerta auto anche altri prodotti, e poi c’è tutta una filiera d’offerta, a partire dall’*instant insurance* che, forse, non ha bisogno di essere distribuita con la consulenza.

LA PERCEZIONE DEI CLIENTI

Ma di tutto questo, delle implicazioni concrete, fino a che punto il cliente è consapevole? Per capire se i consumatori del settore assicurativo percepiscono i valori della consulenza e dell’omnicanalità su cui tanto le compagnie lavorano, **Scs Consulting** ha realizzato, in collaborazione con Insurance Connect e la società di rilevazioni demoscopiche **Toluna**, una ricerca dal titolo *Il ruolo degli agenti nella customer experience omnicanale*, con una parte proprio dedicata alla percezione degli assicurati sulle possibilità di contatto con il mondo assicurativo. (continua a pag. 2)



INSURANCE REVIEW
È SU TWITTER

Seguici cliccando qui



PARABREZZA
ROTTO?

NON ASPETTARE



INSURANCE
Daily

Oltre 160 centri
in tutta Italia.

Scopri quello
più vicino a te!

www.glassdrive.it Numero Verde Gratuito 800 01 06 06

GLASSDRIVE® Un marchio Saint-Gobain

● MERCOLEDÌ 09 OTTOBRE 2019 N. 1617

(continua da pag. 1) La presentazione dell'indagine ha rivelato che i modelli di consumo complessi (Ropo, Digit-All, Analogic) restituiscono ai clienti una sensazione di generale spaesamento: molti intervistati preferirebbero iniziare e finire il proprio processo di acquisto in un unico canale e non essere costretti a eseguire fasi diverse in diversi punti di contatto. Questa evidenza deve far riflettere le compagnie sul fatto che la soddisfazione del cliente è minore se questi percepisce poca linearità e scarsa integrazione tra le fasi del processo di vendita. Inoltre, se il 90% dei clienti ha ancora bisogno di parlare direttamente con l'intermediario nelle fasi critiche del contratto (il sinistro o il riscatto della polizza, per esempio), il 40% vorrebbe un home insurance più evoluto, così da poter gestire in autonomia le più banali opzioni amministrative.

NUOVI RUOLI TRA TECNOLOGIA E NORMATIVA

Sulla scorta di questi risultati è intervenuto **Simone Salerni**, direttore commerciale di **Allianz**, intervistato da Maria Rosa Alaggio. Salerni ha condiviso con la platea il lavoro che la compagnia sta facendo per migliorare, da un lato, la customer experience e sostenere, dall'altro, il lavoro degli agenti. Al centro di tutto la tecnologia c'è, grazie alla quale il mercato va nella direzione della "comodità". Per l'assicuratore tedesco, l'evoluzione delle agenzie passa dalla diversificazione delle linee di business: l'agente è un imprenditore, può allearsi con altri imprenditori, associarsi, collaborare, specializzarsi. Per Allianz le agenzie devono essere top: nel senso di tecnologiche, organizzate e preparate.

La fase di rapida trasformazione è immediatamente evidente se si guarda alla normativa: a fine settembre, è stata avviata una pubblica consultazione per modificare alcuni regolamenti che, in attesa dell'approvazione, si candidano a rimodellare (nuovamente) la distribuzione assicurativa a un anno dall'entrata in vigore di Idd. **Carlo Galantini**, legale dello studio associato **Galantini & Partners**, ha analizzato le modifiche normative che hanno investito, e stanno investendo, il canale degli intermediari, soffermandosi in particolare sugli effetti che ha avuto la direttiva sul mercato. L'avvocato si è chiesto se presidi come il Pog o il target market abbiano agevolato o meno il lavoro dell'intermediario, concludendo che la nuova normativa, e i regolamenti a essa associati, abbiano fatto di agenti e broker quasi degli "arbitri dell'adeguatezza dei prodotti". Ecco perché, ha consigliato, gli intermediari devono strutturarsi e darsi una propria policy distributiva.

AGENZIE: ORGANIZZARSI PER COMPETERE

Resta di fatto aperta la domanda su come gli intermediari abbiano interpretato Idd e siano stati in grado di organizzare le proprie risorse e incanalarle verso nuovi modelli di business più profittevoli, che non sempre sono in linea con i desiderata delle compagnie.

A chiusura della mattinata, per fare il punto direttamente con gli addetti ai lavori, si è tenuta quindi una tavola rotonda con **Michele Poccianti**, segretario generale di **Anapa Rete ImpresAgenzia**, **Claudio Demozzi**, presidente di **Sna**, **Luca Franzi De Luca**, presidente di **Aiba**, **Vittorio Verdone**, direttore corporate communication & media relation del gruppo di **Unipol**, **Luigi Viganotti**, presidente di **Acb**, e introdotta dall'intervento di **Stefano De Polis**, segretario generale di **Ivass**, il quale poi si è confrontato anche con gli altri relatori al tavolo.

Un dibattito che ha visto al centro il tema dell'evoluzione dell'intermediario tradizionale e del suo ruolo nel sistema distributivo: secondo il regolatore, in un contesto fatto di microimprese individuali, le agenzie più strutturate e organizzate hanno una produttività migliore. L'invito a strutturarsi non è quindi per ottemperare alla compliance normativa ma per competere meglio in un settore sempre più complesso.

LA NUOVA CASA DEGLI AGENTI UNIPOLSAI

È appunto la grande trasformazione del mercato che ha spinto i gruppi agenti della galassia **UnipolSai** a fare sintesi. Le diverse rappresentanze hanno deciso di costituire un'associazione comune, **Aua (Agenti UnipolSai Associati)**, la più grande del mercato, con quasi 4.200 agenti iscritti. Al convegno erano presenti i componenti del comitato di presidenza: **Angelo Colia**, **Paola Minini**, **Jean-François Mossino**, **Nicola Picaro** ed **Enzo Sivori**. Nel corso del confronto, i relatori hanno spiegato i motivi alla base dell'iniziativa: in primis, la necessità di evolvere, in uno scenario di concorrenza sempre più agguerrita e con un cliente che ha cambiato il suo approccio agli acquisti e all'assistenza. Aua al momento è attiva su 17 diversi tavoli di confronto con la compagnia. Sono state istituite delle commissioni interne su temi complessi, come ad esempio la compliance, e si sta lavorando per mettere a fattor comune il know-how delle varie società di servizi, eredità delle precedenti rappresentanze.

(continua a pag. 3)



Un momento della prima tavola rotonda

PARABREZZA
ROTTO?

NON ASPETTARE



INSURANCE Daily

Oltre 160 centri
in tutta Italia.

Scopri quello
più vicino a te!

www.glassdrive.it  800 01 06 06

GLASSDRIVE® 
Un marchio Saint-Gobain

● MERCOLEDÌ 09 OTTOBRE 2019 N. 1617

(continua da pag. 2)

SAPER FARE SQUADRA

Il convegno è tornato poi a dare spazio al punto di vista delle compagnie, con il contributo di **Mario Guarnone**, responsabile della distribuzione di **Aviva Italia**, che ha sottolineato il ruolo fondamentale degli agenti nella strategia danni della compagnia. Per supportarli al meglio, Aviva ha messo a loro disposizione una piattaforma tecnologica. Il responsabile distribuzione ha però sottolineato il valore fondamentale dell'apporto umano, ribadendo che gli strumenti informatici devono essere funzionali a ciò che serve davvero all'agente e al cliente. All'intervento di Guarnone ha fatto seguito quello di **Lucia Mauro**, docente **Cineas** del master in management & leadership skills, che ha parlato del vantaggio di fare squadra per gestire la complessità e sostenere il cambiamento: è importante come ci si appropria all'imprevedibile, cioè all'ignoto. È necessario, ha spiegato, sviluppare la capacità di fare sistema mettendo a fattor comune le capacità di tutto il team.

COME SARÀ L'AGENZIA DEL FUTURO

Il convegno si è quindi concluso con un'articolata tavola rotonda che ha visto protagonisti alcuni rappresentanti di primo piano delle rappresentanze di agenti: **Roberto Conforti**, presidente di **Uea**; **Alessandro Lazzaro**, responsabile della commissione distribuzione dell'Unione agenti **Axa**; **Donato Luchetta**, presidente del Gruppo agenti **Cattolica**; **Dario Piana**, presidente del **Gama** e del comitato dei gruppi aziendali di **Sna**; **Sebastiano Spada**, presidente di **Ulias**; ed **Enrico Ulivieri**, presidente del Gruppo agenti **Zurich**. La discussione è partita dalla **Idd**: è stato riconosciuto all'lvass l'esser riuscito a declinare la direttiva in un modo più vicino all'operatività degli agenti italiani. Ma, se il perimetro è chiaro e i paletti sono stati fissati, restano alcune grosse criticità, in primis quella legata al fatto che la responsabilità della difesa dell'interesse del cliente è ora in capo all'intermediario. Le compagnie, hanno lamentato gli agenti, continuano a operare con gli stessi schemi del passato, di fatto aggirando la normativa; per questo è stata ribadita la necessità di intensificare l'incisività di sindacati nazionali e gruppi agenti nel confronto con le mandanti su questi aspetti.

In Italia, poi, molti agenti non hanno ancora la sufficien-



te consapevolezza che le regole del gioco siano cambiate: ci sono agenzie ancora pesantemente dipendenti dall'Rca. Per evolvere e costruire quindi l'agenzia del futuro, è necessario intervenire in primis sulla struttura dell'organizzazione, anche con investimenti in tecnologia e know-how per arrivare a ridurre il gap di sottoassicurazione e riequilibrare il mix di portafoglio a favore dei rami danni non auto. Magari anche con il supporto dei subagenti, che hanno rivendicato la necessità di una propria copertura Rc professionale e di un esame di ammissione per poter entrare nella professione.

UN RINGRAZIAMENTO DA INSURANCE CONNECT

Come sempre, il convegno è stato reso possibile anche grazie all'aiuto degli sponsor, alcuni dei quali hanno presentato le proprie case history durante la giornata. Un ringraziamento per la presenza e il contributo va quindi a **Cgpa Europe**, in particolare a **Andrea Dalla Villa**, responsabile area sinistri; **Marcello Lombardini**, direttore dello sviluppo commerciale di **ArgoGlobal Assicurazioni**; **Marco Lovisetto**, general manager di **Doctor Glass**; **Riccardo Torchio**, chief marketing officer di **Europ Assistance**; e **Stefano Sala**, ad del gruppo per. Grazie inoltre a **Blue Underwriting**, **Das**, **Easy Underwriting Agency**, **Facile.it**, **First Point**, **Global Assistance**, **Namu** e **Sia**.

Infine, ancora una volta Insurance Connect ha voluto ringraziare alcuni tra i presenti in sala con tre omaggi estratti a sorte e andati a **Pierluigi Nidasio** (dipendente di Assimoco), **Corrado Andrè** (agente di Generali Italia) e **Mario Colombano** (subagente). Un modo per omaggiare concretamente coloro che da sempre seguono con passione e interesse le iniziative organizzate dalla nostra casa editrice.

**Fabrizio Aurilia
e Beniamino Musto**

Tutti i video del convegno e le presentazioni dei relatori saranno pubblicati nelle prossime settimane su www.insurancetrade.it, mentre sul numero di novembre di *Insurance Review* ci sarà un ampio resoconto di tutti gli interventi e delle tavole rotonde.



Un momento dell'ultima tavola rotonda

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

PARABREZZA
ROTTO?

NON ASPETTARE



INSURANCE Daily

Oltre 160 centri
in tutta Italia.

Scopri quello
più vicino a te!

www.glassdrive.it

GLASSDRIVE®

● MERCOLEDÌ 09 OTTOBRE 2019 N. 1617



XVII CONVEGNO BENPOWER

17 | 20 ottobre 2019 - Grand Hotel Dino, Baveno

L'EVOLUZIONE DEL RAMO PROPERTY. La centralità della gestione sinistri

Venerdì 18 ottobre 2019 - Sala Venere

MATTINA

09.00 Registrazione partecipanti

09.20 - 09.30 Benvenuto da parte di Benpower

09.30 - 10.45 Conferenza: **Dinamiche e comunicazione**

Moderata Maria Carolina Balusso, Responsabile Marketing e Comunicazione Benpower

Intervento introduttivo da parte di Luigi Viganotti, Presidente ACB

Emanuela Allegretti, Head of Claims Advocacy Marsh Italy

Riccardo Campagna, Amministratore Unico IRES

Vittorio Scala, Country Manager Lloyd's Italia

Antonio Scognamillo, Direttore Commerciale Amissima

Marco Valle, Vicepresidente Aipai e Vicepresidente Cineas Area Periti

10.45 - 11.15 Pausa caffè

11.15 - 13.00 Tavola rotonda: **Consapevolezza e obiettivi**

Moderata Maria Rosa Alaggio, Direttore Responsabile Insurance Review

Francesco Cincotti, Country Manager Italia Vrs Adjusters

Titti De Spirt, Head of Willis Italian Network

Sergio Ginocchietti, Dirigente Liquidazione Property UnipolSai

Umberto Guidoni, Direttore Business e Segretario Generale Fondazione Ania

Orazio Rossi, Country President Chubb Italia

Renato Vecchio, Direttore Network Assicurativo Benpower

Intervento conclusivo da parte di Massimo Michaud, Presidente Cineas

13.00 - 14.30 Pranzo a buffet

POMERIGGIO

14.30 - 15.30 Conferenza: **Parola d'ordine efficienza**

Moderata Renato Vecchio, Direttore Network Assicurativo Benpower

Andrea Caldirola, Responsabile Divisione Sinistri Assiteca

Alessandro De Felice, Presidente Anra

Andrea Gualtirolo, Head of Property Claims Axa Italia

Aldo Rebuffi, Fondatore Osservatorio Sinistri Cineas

Lorenzo Spagna, Presidente CdA RDA Servizi e Delegato Assit

15.30 - 16.30 Tavola rotonda: **Network e trend emergenti**

Moderata Maria Carolina Balusso, Responsabile Marketing e Comunicazione Benpower

Pierluigi Cavallotti, Aon Country Director Claims Division

Nicola Mancino, CEO Allianz Global Corporate & Specialty

Andrea Mormino, Responsabile Polo Sinistri Property Cattolica Assicurazioni

Erik Somaschini, Presidente Anapa Lombardia

Alessandra Trentin, Presidente Women Insurance Network

Aurelio Vaiano, Presidente Aipai

16.30 - 17.00 Prospettive internazionali

Intervento conclusivo da parte di Brian Siemsen, CEO of Claim Central Consolidated



PER INFORMAZIONI CLICCA QUI

Evento riconosciuto



CERSA S.r.l. - Organismo di certificazione riconosce crediti formativi per seminari, convegni e conferenze promossi da BENPOWER in base a quanto previsto dagli schemi di certificazione di riferimento, ai fini del mantenimento e rinnovo della certificazione "Perito liquidatore assicurativo" UNI 11628:2016

PARABREZZA
ROTTO?

NON ASPETTARE



INSURANCE Daily

● MERCOLEDÌ 09 OTTOBRE 2019 N. 1617

Oltre 160 centri
in tutta Italia.

Scopri quello
più vicino a te!

www.glassdrive.it **800 01 06 06**



Convegno



insurance Trade®
WWW.INSURANCE TRADE.IT

7 NOVEMBRE 2019

MILANO ■ 09.00 - 17.00 ■ Palazzo delle Stelline, Corso Magenta, 61

RC AUTO, CRESCERE CON QUALITÀ

Chairman Maria Rosa Alaggio, direttore di Insurance Review e Insurance Trade

- 09.00 - 09.30 - Registrazione
- 09.30 - 09.50 - Rc auto, catena del valore e nuove leve per la redditività
*Michele Bertozzi, senior consultant di Scs Consulting
Federico Pastorelli, project leader di Scs Consulting*
- 09.50 - 10.10 - Le condizioni per una crescita di qualità
*Enrico San Pietro, condirettore generale assicurativo di UnipolSai
Alberto Tosti, direttore generale di Sara Assicurazioni*
- 10.10 - 10.30 - Il ruolo dell'IoT nella creazione del valore in ambito assicurativo: tre casi d'uso
Stefania Borrelli, IoT sales manager Insurance di Vodafone Business
- 10.30 - 11.00 - Strategie e azioni per il contenimento dei costi
*Oscar Foti, direttore underwriting auto di Amissima
Mauro Paccione, responsabile direzione tecnica danni di Reale Mutua Zurich (*)*
- 11.00 - 11.30 - Coffee break
- 11.30 - 12.10 - Il ruolo dell'Rc auto per compagnie e cittadini
*Antonio De Pascalis, capo del servizio studi e gestione dati di Ivass
Umberto Guidoni, responsabile della direzione business di Ania e segretario generale della Fondazione Ania
Maurizio Hazan, studio legale Taurini-Hazan*
- 12.10 - 12.30 - Centralità del consumatore e innovazione, binomio possibile?
Michele Latronico, sales area manager marchio Glassdrive - Saint-Gobain Autover Italia
- 12.30 - 13.00 - Q&A
- 13.00 - 14.00 - Pranzo
- 14.00 - 14.20 - L'assicurazione nella percezione degli italiani, dalla tariffa ai servizi di assistenza
Paolo Martinello, presidente di Fondazione Altroconsumo
- 14.20 - 14.40 - Tecnologie per il futuro del business assicurativo nel ramo motor
a cura di Lojack
- 14.40 - 15.10 - TAVOLA ROTONDA: Smart city: opportunità e problematiche delle connected autonomous car
*Michele Colajanni, direttore della Cyber Academy, Università di Modena e Reggio Emilia
Andrea Galimberti, client partner, head of mobility di Kantar
Axa Assicurazioni (*)
Generali Italia (*)*
- 15.10 - 15.30 - L'Rc auto del futuro: come misurare e contrastare i livelli di distrazione dei guidatori
Alessandra Girardo, amministrato delegato di Kubris, azienda di Kirey Group
- 15.30 - 15.50 - Canale agenziale: come vendere l'Rc auto oggi?
*Umberto D'Andrea, presidente dell'Associazione agenti Allianz
Stefano Passerini, presidente del Gruppo agenti Amissima
Gaetano Vicinanza, presidente del Gruppo agenti Sara*
- 15.50 - 16.10 - Mobilità 4.0: nuovi rischi e nuove soluzioni
Guglielmo Elefante, responsible for underwriting di Das
- 16.10 - 17.00 - TAVOLA ROTONDA: Obiettivi e risultati dell'utilizzo della tecnologia nella gestione dei sinistri
*Barbara Buralli, direttore sinistri di Intesa Sanpaolo Assicura
Umberto Guidoni, responsabile della direzione business di Ania e segretario generale della Fondazione Ania
Andrea Radini, business architect - insurance analytics and business architecture di Cattolica Assicurazioni
Pedro Bernardo Santos, direttore generale di G-Evolution
Giovanni Storici, responsabile liquidazione sinistri di Genertel
Massimo Toselli, direttore sinistri di Groupama Assicurazioni
Roberto Tremontozzi, responsabile liquidazione sinistri di Crédit Agricole Assicurazioni*
- 17.00 - Chiusura lavori

(*) invitato a partecipare

Main sponsor:



kubris
KIREY GROUP

Lo/Jack®
Connect



Official sponsor:



ITALCLAIM



Iscriviti su www.insurancetrade.it
Scarica il programma completo