



PRIMO PIANO

Frodi Ue, bruciati 12 miliardi

Negli ultimi tre anni sono aumentate le denunce fraudolente per sinistro fatte alle compagnie europee. Ma ci sarebbe ancora un margine del 5-10% non scoperto e quindi non rilevabile dalle ricerche. Lo si può leggere in uno studio di Accenture, che ha coinvolto 30 imprese di assicurazione europee: il 71% dei dirigenti intervistati, che gestiscono le pratiche di risarcimento presso le compagnie del ramo beni patrimoniali e infortuni, hanno registrato negli ultimi tre anni un aumento delle false denunce pari al 10%. Quasi la metà dei manager ritiene anche che il 5-10% delle denunce risarcite dalle compagnie lo scorso anno siano false, ma che, a causa della mancanza di strumenti idonei, non sia stato possibile rilevarle. Quanto costa tutto questo al sistema assicurativo europeo? Beh non proprio poco. Ogni anno le compagnie del Vecchio Continente perdono dagli otto ai dodici miliardi a causa di denunce false. Ma non è solo colpa della normativa che inibisce la libertà di manovra dell'assicuratore nel contrasto alla frode, come spesso lamentano le imprese italiane. Molte compagnie, sostiene Accenture, adottano tecnologie obsolete e strumenti poco sofisticati che non consentono di rilevare efficacemente le frodi.

Fabrizio Aurilia

INTERMEDIARI

Agenti: serve una voce più forte e unitaria

L'assicurazione è un servizio insostituibile, ma le compagnie spesso se ne approfittano. È l'opinione di Mario Allegritti, presidente della Provinciale Sna di Viterbo, che evidenzia quanto le agenzie continuano a soffrire: in certi territori la situazione sta diventando insostenibile

Con una frequenza sempre maggiore, nuove indagini di mercato mostrano il crollo di redditività per le agenzie. Gli ultimi dati **Ania** danno la quota di mercato del ramo danni per gli agenti stabile sopra l'80%, ma già a fine 2013 potrebbero esserci delle sorprese. È la fine del predominio degli agenti? Come ha ricordato il direttore centrale dell'**Ania**, **Vittorio Verdone**, già a fine anno l'agente come lo conosciamo potrebbe essere storia. Andando sul territorio, d'altra parte, la difficoltà è palpabile, come conferma anche **Mario Allegritti**, da sempre iscritto **Sna** e presidente della Provinciale di Viterbo. La situazione nella profonda provincia laziale è drammatica.



Mario Allegritti, presidente Provinciale Sna di Viterbo

L'intermediario, ex **Ras**, con un'esperienza all'estero, dieci anni in Canada presso la **Canada Life Insurance Company** come ispettore di produzione, sottolinea come il margine di manovra sia strettissimo di fronte a un mercato controllato per l'85% da pochissimi operatori.

Lei è stato agente Ras per oltre vent'anni. Cosa l'ha indotto a lasciarla, addirittura portando la compagnia in tribunale?

Sono stato orgogliosamente agente Ras dal 1982 e ho vissuto i periodi migliori della "vecchia Ras" e dell'Assicuratrice Italiana, seconda compagnia del Paese, dopo Generali. Tristemente, e lo dico con grande rammarico, è passata di mano alla tedesca Allianz e, da quel momento, tutto si è modificato in peggio. I rapporti sono cambiati radicalmente, sul piano strategico, poi tecnico e infine organizzativo. Malgrado gli sforzi profusi dalla rete di vendita, ma anche dal personale amministrativo (quello della storica Ras), dai quadri, la metamorfosi è stata inevitabile.

L'alternanza dei vari management ha avuto la capacità di cambiarne il clima, anche sul piano umano. La professionalità di noi agenti era diventata un *optional* e il confronto con gli uffici assuntivi e gestionali una diatriba continua. Col tempo, anche l'orgoglio di appartenenza, a quella che a me è sempre parsa la migliore compagnia d'Italia, è venuto meno: nessuna autonomia, nessun modo di estrinsecare le singole capacità. Cessata definitivamente la reale autonomia, Ras ha dovuto rispondere solo alle esigenze di cassa di Allianz.

Esasperato e deluso, dopo decenni di onorato servizio, stanco delle sottili, quanto continue diatribe che nascevano verso molti di coloro che non avevano il vezzo di dire sempre "yes", ho deciso, seppur a malincuore, di revocare per giusta causa la mandante Allianz. La vertenza è tuttora aperta e in attesa di giudizio. Le ragioni sono tante e serie, ma a queste si unisce un inestinguibile desiderio di libertà professionale. La guerra è nata anche per questo: sono diventato plurimandatario e continuo a esserlo tuttora, con altre primarie compagnie, sia generaliste che di settore specialistico monoramo. (continua a pag.2)



**Seguici anche su
Facebook alla
pagina di
Insurance Connect
e su Twitter
@insurancetrade**



(continua da pag. 1)

Un collega, in una lettera aperta a Sna, scrive che non è mai troppo tardi per arrivare all'unificazione tra Sna e Unapass. Qual è il suo pensiero in quanto presidente provinciale Sna di Viterbo?

Sono iscritto allo Sna da sempre e da sempre ho sperato, spinto, voluto, un solo forte sindacato unitario. Non solo non ho ancora visto la tanto agognata unificazione tra Sna e Unapass ma, in compenso, sto assistendo alla divisione dell'atomo della rappresentanza sindacale, e sono giunto alla conclusione che debbano essere fatti sforzi e rinunce reciproche, per rendere forte e autorevole un sindacato unificato. Purtroppo non ravviso nei dirigenti nazionali questa volontà. Troppa litigiosità trapela all'esterno e, sicuramente, ciò ne appanna l'immagine.

Questo Esecutivo Nazionale aveva garantito un salto di qualità: trasparenza, innovazione, cambiamento. Lei ha avvertito questa diversità con il passato?

Avendo lunga esperienza all'interno di Sna, devo riconoscere che alcuni passi in avanti sono stati decisamente fatti, ma la strada si fa sempre più dura e difficile. È ancora poco.

Bisogna tenere presente che il mercato cambia alla velocità della luce, quello che è accaduto ieri è già vecchio. Lo strapotere dei pochi gruppi assicurativi-finanziari, che gestiscono l'85% del mercato, non agevola il compito di questo esecutivo che, seppur non brillantissimo, si difende. Certamente non possiamo addebitare tutto ciò che succede al solo Esecutivo Nazionale: la categoria deve comprendere che molti sforzi devono essere fatti anche da ogni singolo iscritto. I risultati si ottengono se, all'appello di un vertice sindacale, c'è una categoria che risponde. Non esistono generali e colonnelli senza la possibilità di gestire anche un proprio esercito.

Secondo un'indagine di Iama: oltre il 50% delle agenzie sarebbero in gravi difficoltà. Sul territorio che lei presiede, le risulta un dato così elevato?

L'indagine che ho attentamente letto mette in evidenza fatti serissimi sui quali ogni presidente provinciale dovrebbe confrontarsi, unitamente all'Esecutivo Nazionale. Per quanto mi riguarda, posso affermare, senza temere smentite, che la situazione nella provincia di Viterbo è gravissima, quasi insostenibile, e forse anche peggiore dell'analisi.

In che modo la strategia sindacale può migliorare il sistema della profilazione dei rischi?

La profilazione dei rischi, per le compagnie d'assicurazione italiane, è sempre stato l'uovo di Colombo. Credo sia giunto il tempo in cui, anche nel settore assicurativo, il cliente sia considerato tale e non, come molte volte succede, un nemico da abbattere. Sarebbe interessante che le imprese seguissero l'esempio delle aziende telefoniche che, se profilano, lo fanno a vantaggio dell'utente su tutto il territorio nazionale. Vero è che l'assicurazione è un servizio delicato e insostituibile, altrettanto vero che molte compagnie, a parte qualche lodevole eccezione, se ne approfittano. A parer mio, vista l'alta considerazione che ha di noi agenti l'Ania, ritengo ormai ineluttabile una forte azione di pressione da parte di Sna nei confronti del Governo, che parrebbe anche sensibile all'argomento. È qui che bisogna far sentire la nostra voce più forte e unitaria.

Carla Barin

**Sei un intermediario e vuoi INNOVARE il tuo modo di lavorare?
Firma grafometrica ed altre novità! NOI SIAMO PRONTI e tu?**



Chiamaci per una dimostrazione 045 6209711



Politiche e procedure per garantire la compliance aziendale, al via il Premio Assiteca 2013

Giunge alla quarta edizione il riconoscimento dedicato alla gestione del rischio. Sin da ora è possibile concorrere con la propria azienda; premiazione a fine novembre a Milano



In un contesto economico-finanziario sempre più esposto a mutamenti repentini, sta diventando sempre più importante riuscire a governare il rischio in modo continuativo e attraverso soluzioni organizzative riconosciute e condivise da tutta l'azienda. E proprio alle politiche e alle procedure necessarie per garantire la *compliance* aziendale è dedicata l'edizione

2013 del **Premio Assiteca**, riconoscimento dedicato alla gestione del rischio promosso da Assiteca, tra i principali player italiani di brokeraggio assicurativo.

L'iniziativa è supportata da un'indagine, strutturata con la collaborazione di un autorevole comitato tecnico scientifico, funzionale a inquadrare il grado di preparazione delle aziende sul tema della gestione del rischio, e propedeutica all'attribuzione del premio: la capacità di assumersi i rischi e saperli gestire è da sempre l'essenza fondamentale dell'attività imprenditoriale. Una corretta gestione dei rischi di non conformità aiuta le aziende a promuovere e consolidare i propri principi etici, a migliorare le relazioni con la clientela, a tutelare gli amministratori da possibili responsabilità personali e ad armonizzare i comportamenti dei dipendenti. Una buona gestione della compliance, inoltre, può prevenire ricadute negative sul bilancio, sull'immagine e sulla reputazione presso l'opinione pubblica, la comunità finanziaria e tutti gli *stakeholder*.

Il comitato tecnico-scientifico

L'edizione 2013 del premio (giunto al quarto anno) è realizzata

nell'ambito dell'*Annual Economia & Finanza* del **gruppo 24Ore**, appuntamento che si terrà a Milano il prossimo 28 novembre e durante il quale saranno presentati i risultati dell'indagine, con le aziende vincitrici che presenteranno le loro *best practice* e saranno premiate sulla base del giudizio espresso dai membri del comitato tecnico scientifico, unitamente al voto dei partecipanti all'incontro.

Il comitato tecnico scientifico di quest'anno è presieduto da **Bruno Giuffrè**, avvocato e presidente dell'Associazione dei componenti degli organismi di vigilanza ex d.lgs 231/2001 (Aodv231), e composto da: **Alberto Floreani**, professore associato presso la facoltà di Scienze Bancarie Finanziarie e Assicurative dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano; **Federica Seganti** direttore del Master Mib - school of management e docente di Finanza Aziendale; **Paolo Rubini** presidente dell'Associazione nazionale risk manager (Anra) e responsabili delle assicurazioni aziendali; **Giancarlo Veltroni**, vice presidente dell'Associazione nazionale direttori amministrativi e finanziari (Andaf) - sezione Lombardia e cfo di Randstad group Italia; **Renato Gazzola**, presidente e co-fondatore di Sernet, società specializzata nella consulenza direzionale focalizzata sui temi del governo aziendale; **Fabio Pavesi**, caposervizio Finanza de Il Sole 24 Ore; **Maria Rosa Alaggio**, direttore di questo giornale e di tutte le testate Insurance Connect; **Edmondo Tettamanzi**, partner di Assiteca.

Per maggiori informazioni sull'iniziativa e partecipare e candidare al premio la propria azienda: <http://www.assiteca.it/iniziative/il-premio-assiteca/modalita-di-partecipazione/>.

B.M.

7° MASTER DI FORMAZIONE PER LIQUIDATORE SINISTRI MILANO

Necessario per inserirsi nelle strutture liquidative di una Compagnia di assicurazioni, fondamentale per elevare il livello professionale di avvocati e periti assicurativi.

Il Master si svolgerà a **MILANO** dal **4 Ottobre 2013** al **1° Febbraio 2014**.

Il Master si terrà a Milano in **via S.Sofia 9** (presso CIDIS - Consorzio Interuniversitario)
Sarà possibile seguire le lezioni anche in **Videoconferenza** con collegamento **SKYPE**



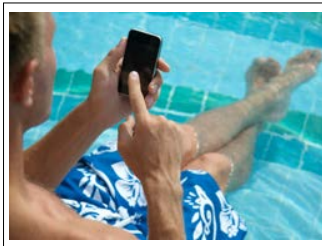


RICERCHE

Viaggiatori 2.0, sempre più rilevante l'uso dei social network

Allianz global assistance lancia #Helpme, il primo osservatorio sull'utilizzo di Twitter nelle richieste legate al turismo

Viaggiatori 2.0 non dimenticate di portare con voi lo smartphone. Nell'epoca in cui impazzano i social network, è sempre più frequente l'utilizzo di questi strumenti a supporto delle necessità del viaggiatore contemporaneo. Una constatazione che ha portato **Allianz Global Assistance** a lanciare #Helpme, il primo osservatorio globale dedicato all'utilizzo dei social network per le richieste legate ai viaggi, e, nello specifico, di Twitter, tra i più utilizzati al mondo, forte dei suoi 200 milioni di utenti attivi e di 400 milioni di cinguettii che, ogni giorno, risuonano in ogni parte del mondo. L'osservatorio raccoglie oltre 25 mila tweet postati nel mese di marzo 2013, dalla cui analisi eseguita su un campione rappresentativo di questi messaggi ha permesso agli esperti di identificare e misurare i comportamenti caratteristici dei viaggiatori utenti di Twitter.



Le richieste di assistenza urgenti sono estremamente rare e in genere vengono fatte dagli utenti più attivi, che in media hanno 950 follower: solo un numero esiguo riguarda problemi di lieve entità, come visti d'ingresso, denaro, bagaglio o il modo per contattare un'ambasciata, mentre il 7% delle richieste è relativo al rimborso del biglietto aereo e, in minor misura, alle spese mediche. Twitter viene usato principalmente come supporto nella fase di organizzazione del viaggio e per chiedere consigli, argomento che riguarda il 65% dei tweet. Inoltre, il 38% degli utenti si fida del proprio network quando deve scegliere una destinazione di viaggio, un luogo da visitare o capire cosa fare una volta arrivato. Il 26% usa Twitter come supporto nella logistica del viaggio, per scegliere un hotel o calcolare i costi di viaggio, argomento a cui viene dedicato il 30% dei tweet.

Twitter sembra essere diventato indispensabile per i professionisti del turismo. In generale, un terzo di tutti i tweet analizzati si rivolge direttamente a chi lavora nel settore turistico e dei viaggi, come compagnie aeree, tour operator e hotel, ai quali viene chiesto aiuto per risolvere problemi di diversa natura. Anche se non può ancora essere annoverato tra i principali canali di comunicazione con i professionisti del settore, Twitter sta diventando sempre più importante per conoscere le esigenze degli utenti e migliorare ulteriormente la qualità del servizio offerto. Tra i tweet analizzati, in media, un terzo hanno ricevuto almeno una risposta. Il modo migliore per ottenere buoni *feedback* è porre la domanda direttamente a un contatto identificato: guardando alle cifre, il 46% dei tweet riceve una risposta se inviato a una persona o azienda specifica (@account).

B.M.

PSICOLOGIA

Il cambiamento è vita

Steve Jobs ha dichiarato che la morte è stata per lui il più potente motore della vita. Lo ha spinto a fare, a cambiare. L'unica certezza della nostra esistenza è che moriremo. L'unica cosa di cui dovremmo aver paura è quel momento, e invece siamo timorosi di sconvolgere quell'equilibrio precario che siamo riusciti a crearci. Il tempo passa inesorabilmente e se noi non troviamo il coraggio di cambiare qualcosa nella nostra vita ci ritroveremo a 70 anni, morti, senza nemmeno essercene accorti.

Sono poche le persone che hanno il coraggio di cambiare lavoro, di cambiare vita: troppo scomodo lasciare il certo per l'incerto. Ma il cambiamento è *vita*. Sono tante le persone che, come il sottoscritto, si trovano alla tenera età di 54 anni costretti a cambiare lavoro, poche quelle che decidono di cambiarlo. Una scelta che io non avrei mai fatto. Perché? Perché ero un codardo, perché il cambiamento costa, perché nella mia famiglia sono cresciuto con la logica del posto fisso.

Mio padre a 55 anni ha lasciato tutto ed è partito per l'Argentina, lui questo coraggio lo ha avuto. È tornato a 65 anni felice e ricco.

Da cosa dipende? Facile, dal fatto che il cambiamento è vita, il cambiamento è miglioramento della qualità della vita, non quello subito, lì bisogna avere fortuna, ma quello voluto, cercato con forza e determinazione.

Si scopre quante cose sappiamo fare, ma non abbiamo mai avuto l'opportunità di farle.

Cosa si rischia a cambiare lavoro? Si rischia di guadagnare di più, si rischia di fare un lavoro che ci diverta, si rischia la libertà di poter vivere una vita decidendo noi.

Che brutti rischi, meglio restare nella grigia routine della nostra vita lavorativa. Trentacinque anni nella stessa azienda, sempre lo stesso lavoro, lo facciamo a occhi chiusi, guai se ci promuovono, più responsabilità, più rischi di fallire, più fatica.

Anticipiamo quella che per noi potrebbe essere una disgrazia, trasformandola in opportunità.

Guardiamoci intorno, cerchiamo quello che ci piace.

C'è un'opportunità per tutti, basta solo guardarsi intorno.

Leonardo Alberti,

trainer scuola di Palo Alto,

consulente di direzione strategica in ambito assicurativo, docente vendite e management

Insurance Daily

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio alaggio@insuranceconnect.it

Editore e Redazione: Insurance Connect Srl, Via Montepulciano 21, 20124 Milano 02.36768000 redazione@insuranceconnect.it

Per inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.it

Supplemento al 25 luglio di www.insurancetrade.it

Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012