

PRIMO PIANO

Eiopa, attenzione ai dividendi

Eiopa rinnova il suo monito sulla distribuzione dei dividendi. Nel suo ultimo Financial Stability Report, l'autorità europea ha evidenziato che i nuovi lockdown "stanno causando incertezza e rischi a medio termine per l'economia". Ulteriori ribassi potrebbero inoltre "concretizzarsi con l'esaurimento delle misure fiscali di sostegno all'attività economica". E la gravità della recessione dipenderà principalmente "dalla capacità di resilienza di famiglie e imprese, nonché dalla possibilità di avere a breve vaccini efficaci".

Eiopa ha sottolineato che "gli assicuratori europei sono stati in grado di rispondere a questa drammatica situazione grazie al regime di Solvency II, che ha consentito di allineare meglio il rischio al capitale disponibile, di rafforzare la capacità di resilienza e di migliorare le pratiche di gestione del rischio". Tuttavia l'incertezza rimane elevata "ed è fondamentale che gli assicuratori agiscano per preservare la propria posizione patrimoniale". Per questo, Eiopa ha invitato il mercato a "mantenere estrema cautela e prudenza nella gestione del capitale". Nello specifico, conclude l'autorità, "eventuali distribuzioni di dividendi, buy-back e remunerazioni variabili non dovranno superare le soglie di prudenza".

Giacomo Corvi

INTERMEDIARI

Innovazione senza paura

Agenzia digitalizzata, non digitalizzazione agenziale: non si tratta di mettere insieme componenti tecnologiche già più o meno presenti ma di ridisegnare un nuovo modello di servizio complementare e a supporto di quello fisico: secondo Martina Minella, membro della giunta esecutiva nazionale di Anapa, e agente Reale Mutua a Torino, l'adozione di tecnologia si delinea quindi come potenziamento per quel tocco umano che nessuna macchina potrà mai sostituire

Lo scoppio della pandemia nel nostro Paese ha colto tutti di sorpresa. A distanza di tempo dal primo lockdown è sicuramente possibile analizzare i nostri comportamenti con una prospettiva differente "ma anche con una consapevolezza e una resilienza che durante il primo lockdown nessuno avrebbe potuto ipotizzare". A sottolinearlo è **Martina Minella**, membro della giunta esecutiva nazionale di **Anapa Rete ImpresAgenzia**, e agente **Reale Mutua** a Torino, che a *Insurance Daily* spiega quelli che ritiene essere gli elementi essenziali per generare questa resilienza: "passione per il nostro lavoro, etica, professionalità, capacità di adattamento al mercato e innovazione".



Martina Minella

Quali sono state le principali difficoltà affrontate nel lockdown di marzo-aprile?

Abbiamo vissuto momenti difficili e concitati, sia a livello umano, sia come categoria.

In uno scenario emergenziale, impensabile e imponderabile solo poche settimane prima, noi agenti, a mio giudizio, ci siamo mossi come siamo soliti fare: con estremo senso di responsabilità. Nonostante la grande preoccupazione di tutti, abbiamo cercato di attivare, in modo determinato e concreto, anche grazie al grande supporto delle rappresentanze sindacali come Anapa, tutte le misure indispensabili per tutelare la salute e la sicurezza nelle nostre agenzie, mettendo in atto fin da subito i protocolli necessari per continuare a dare un servizio di eccellenza in totale sicurezza al cliente. Con le nostre sottoreti ci siamo adoperati per supportare con vicinanza e professionalità i nostri clienti, anche semplicemente attraverso telefonate di contatto o attivando tutte le iniziative di *caring* che le nostre mandanti, o noi, potevamo mettere in campo in un momento di forte criticità.

Il Covid-19 ha fatto emergere molti nervi scoperti della sottoassicurazione italiana. Dalla complicata situazione in cui ci troviamo è possibile che possa emergere come risvolto positivo una maggiore sensibilità verso i rischi?

Come recentemente comunicato anche da **Ivass**, la strutturale sottoassicurazione danni del sistema italiano ha indubbiamente mostrato tutti i suoi effetti negativi allo scoppiare di nuovi e maggiori rischi.

L'enfaticizzazione di queste lacune è emersa sia sul lato retail sia su quello corporate; in entrambi i casi, fino a oggi si è ritenuto che il *protection gap* fosse fondamentalmente un problema di domanda, principalmente dettato dalla scarsa cultura assicurativa; oggi invece ci troviamo di fronte a un'offerta fortemente influenzata dalle recenti situazioni, e quindi non sempre disponibile a includere tutte le coperture che la domanda potrebbe considerare.

Significativamente nel mondo retail siamo oggi di fronte a una sensibilizzazione maggiore nei confronti del comparto sanitario, data la storica scarsa propensione all'acquisto e l'insufficiente conoscenza delle assicurazioni sanitarie. (continua a pag. 2)

(continua da pag. 1)

Sotto questo aspetto stanno nascendo inevitabilmente nuove iniziative da parte delle compagnie e una nuova attenzione dei clienti ai prodotti welfare che le reti distributive potrebbero cogliere e massimizzare.

Nell'ambito corporate, invece, un esempio potrebbero essere i malware e cyber attacchi ad alto impatto: sono ormai nell'esperienza di tantissimi imprenditori, ma mentre le aziende sono spesso abituate a prevenire i rischi tipici del proprio settore, sovente non sono preparate a valutare correttamente il cyber risk e ad affrontarlo con metodo. Possiamo quindi creare nuova consapevolezza verso una sicurezza evoluta in entrambi i casi, sollecitando le nostre mandanti a costruire prodotti di nuova generazione, idonei a proteggere adeguatamente privati e imprese in questo nuovo mondo.

La digitalizzazione è un processo ormai irreversibile. In che modo gli agenti possono calcarla, invece che subirla, in modo da coglierne le opportunità?

La pandemia ha indubbiamente dato una forte spinta digitale: siamo di fronte a un *new normal* (come lo chiamano i consulenti) che potrebbe cambiare profondamente i paradigmi del modello di relazione con il cliente e di organizzazione delle attività all'interno dell'agenzia, non necessariamente in peggio però.

Il nostro modello non è stato messo in discussione. Se durante questo periodo la quota di mercato delle compagnie dirette non è aumentata con lo stesso passo di tutti i servizi di e-commerce, evidentemente il valore riconosciuto nel nostro servizio di alta qualità e professionalità unitamente alle attività di caring nei confronti dei nostri clienti sono stati ancora una volta fattori determinanti.

Agenzia digitalizzata quindi, e non digitalizzazione agenziale: non si tratta di mettere insieme componenti tecnologiche già più o meno presenti ma di ridisegnare un nuovo modello di servizio complementare e a supporto di quello fisico.

Digitalizzazione, quindi, non come *artificial intelligence*, che dispensa consigli e soluzioni su basi statistiche, ma piuttosto come potenziamento per un *human touch* (soprattutto nella gestione del cliente) che niente e nessuno potrà mai sostituire.

Con gli interventi di Ivass e Consob arrivati la scorsa estate, l'Idd è ormai pienamente operativa. Qual è il suo giudizio sull'efficacia dello scopo principale della direttiva, cioè quello di fornire una maggior tutela del consumatore?

Quando si parla di Idd il primo pensiero di noi assicuratori è rivolto al grande impatto che questo nuovo quadro normativo in cui dovremo operare ha sulle nostre organizzazioni in termini di processi, di costi del lavoro, di responsabilità.

Siamo consci tuttavia del fatto che uno degli obiettivi primari di questa normativa sia una maggior tutela del consumatore, che si intende concretizzare attraverso l'ampliamento della platea dei destinatari della disciplina, la progettazione dei prodotti nella tutela del cliente già nella fase di ideazione, l'aumento della comprensione del prodotto e la sua comparabilità tra prodotti simili e il rafforzamento delle regole sulla condotta che i distributori devono seguire, e del sistema sanzionatorio conseguente in caso di comportamenti non conformi.

Il nostro compito è quindi molto complesso perché dobbiamo fare lo sforzo di semplificare in maniera trasparente e corretta quanto disciplinato dalla normativa, trasformando questi nuovi impattanti adempimenti in percezione di maggior tutela e informazione per il cliente.

L'efficacia o meno nell'ottenere questo scopo prioritario ritengo dipenda fortemente dal percorso, non banale, che siamo obbligati a intraprendere come attori principali della normativa e dal livello di supporto che potremo ottenere nell'adempiere alla normativa da parte di tutte le altre figure coinvolte.

Il tema della gestione dei dati dei clienti, e della loro titolarità, rappresenta un nodo nei rapporti tra agenti e compagnie. A suo modo di vedere questo argomento andrebbe normato solo nell'ambito di una trattativa di secondo livello tra gruppo agenti e mandante, o dovrebbero essere chiamate in causa anche le associazioni sindacali nazionali di categoria?

Il Gruppo Agenti Reale Mutua, del quale faccio parte, ha recentemente sottoscritto un accordo dati con la propria mandante. Tale accordo di secondo livello auspichiamo sia di reciproca soddisfazione, ma non voglio entrare nel tema specifico.

In linea di principio ritengo che temi così trasversali possano essere oggetto di analisi da parte delle rappresentanze sindacali che, secondo i rispettivi orientamenti, ne delineano le linee guida.

Ritengo tuttavia corretto demandare al secondo livello una più puntuale definizione degli accordi: in questa maniera è possibile tenere conto delle diverse realtà societarie e delle relazioni peculiari che ciascun gruppo intrattiene con le proprie mandanti.

Come vede l'evoluzione del mercato nel prossimo futuro? Quale messaggio vorrebbe lanciare alla categoria?

Vorrei lanciare un messaggio sintetico: *innovazione senza paura*. È un tema sfidante, ma l'innovazione è un ingrediente che inevitabilmente dovremmo aggiungere al cocktail vincente per la nostra categoria: passione per il nostro lavoro, etica, professionalità, capacità di adattamento al mercato, e quindi innovazione senza paura.



PERITI

Anche l'attività peritale diventa ecosistema

È nata da uno spin off dello studio Queirolo & Associati: Teec, società che offre servizi che spaziano dall'assessment dei modelli organizzativi alla reingegnerizzazione dei processi di business, ha recentemente stretto una collaborazione in ambito cyber con l'Università di Genova e lo Studio Legale De André

Un partner assieme a cui affrontare un percorso di innovazione. Così si presenta **Teec** (si pronuncia all'inglese), acronimo di *tecnologie evolute e consulenze*, neonata società che si colloca nel contesto dell'insurtech italiano, e che è frutto dell'unione di due expertise: da un lato quella di gestione dei servizi assicurativi in ambito peritale, dall'altro quella di competenze tecnologiche avanzate in architetture Dwh, big data, machine & deep learning e linguaggi di programmazione.

La società è nata ufficialmente lo scorso luglio: i soci fondatori sono **Roberto Queirolo** (amministratore delegato dello studio peritale **Queirolo & Associati**) per gli aspetti assicurativi e **Luciano Moreno (Softmore)** insieme a **Vincenzo Petito** (data scientist specializzato in business intelligence) per gli aspetti inerenti alla competenza tecnologica.

"I servizi offerti – spiega Roberto Queirolo, che in Teec ricopre la carica di presidente – spaziano dall'assessment dei modelli organizzativi alla reingegnerizzazione dei processi di business, fino alla consulenza applicativa e tecnica. Il tutto supportato dallo sviluppo di soluzioni in house, in grado di gestire le fasi dei macro-processi assicurativi di gestione dei sinistri e di analisi e mitigazione dei rischi, fino a giungere ai processi di costruzione delle polizze".

L'obiettivo a lungo termine di Teec è quello di "mettere a disposizione del mercato assicurativo strumenti e prima ancora approcci innovativi per agevolare il cambiamento e per sostenere l'adozione di nuovi paradigmi comportamentali e organizzativi, facilitati da moderne soluzioni, rendendo agili e al contempo efficaci i processi", sottolinea Queirolo.

Tecnicamente Teec non è una start up, ma nasce da uno spin-off di un ramo d'azienda della Queirolo & Associati, "potendo contare su tutta la rete dei programmatori che operano per Queirolo & Associati, e che si dedicherà specificamente alle consulenze e agli sviluppi informatici del mondo assicurativo".

Collaborazioni a valore aggiunto

La società ha recentemente stretto un accordo di collaborazione con lo studio legale De André per portare avanti i servizi di consulenza legati ai rischi cybernetici, nell'ambito di un progetto di *cyber crime investigation*. Teec, inoltre, "forte degli storici rapporti di collaborazione tra il nostro studio e l'università di Genova – aggiunge Queirolo – ha avviato una collaborazione anche con il **Dibris**, il Dipartimento di informatica, bioingegneria, robotica e ingegneria dei sistemi dell'ateneo genovese. Istituito nel maggio 2012, Dibris è una struttura universitaria la cui missione è promuovere e facilitare la creazione (ricerca), la trasmissione (didattica) e lo sfruttamento (trasferimento tecnologico) della conoscenza a livello nazionale e internazionale in tali ambiti". La



collaborazione con Teec nasce grazie al Dpr 382/80 che riordina la docenza universitaria; referente dell'ateneo nella collaborazione con Teec è il professor **Giorgio Delzanno**, responsabile scientifico del Dibris.

"Grazie a queste partnership – prosegue Queirolo – saremo in grado di affrontare e valutare gli impatti economici e reputazionali causati dai crimini informatici a trecentosessanta gradi, sorreggendo il tutto con l'irrinunciabile e più che mai opportuno apporto in termini di consulenza legale e forense che una realtà come lo Studio legale De André può garantirci". Il referente per la collaborazione tra lo studio legale e Teec è l'avvocato **Niccolò Medica**. Secondo Queirolo, questa è un'evoluzione necessaria per il mondo dei servizi peritali. "A fronte di un fenomeno come il crimine informatico, in continua evoluzione, uno studio peritale tradizionale non sarebbe in grado di seguirlo manifestando quelle competenze e quegli aggiornamenti tali da poter vendere un prodotto della consulenza e della perizia".

L'assicurato come parte attiva del processo liquidativo

A ricoprire la carica di amministratore delegato di Teec è **Cristiano Morales**, che sottolinea come "in un contesto in forte evoluzione, l'imperativo dominante è innovare, ritrovare efficienza e guadagnare in efficacia nella gestione dei rapporti con il cliente e più in generale negli ambiti tipici della catena del valore assicurativo. I primi passi li abbiamo compiuti nel mondo dei sinistri proponendo soluzioni, già sviluppate all'interno di Queirolo & Associati e ora gestite da Teec, che rendono l'assicurato parte attiva all'interno del processo liquidativo, migliorando le interazioni con i diversi stakeholder, semplificando le attività a basso valore aggiunto e salvaguardando i livelli di performance tecnica". In questo senso, è già parte integrante dei processi operativi la soluzione *LiquidaOnline*, che consente la liquidazione completamente automatizzata di sinistri property e casualty.

B.M.

#80
dicembre 2020

INSURANCE
REVIEW

Strategie e innovazione per
il settore assicurativo

RC AUTO,
DELLA T

ATTUALITÀ

24 DISTRIBU

del cliente
rno del tocco

Responsabili c
contitolari: l'a
dati di Reale

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