



PRIMO PIANO

Le moto al ministero

Anche le moto vogliono il loro tavolo tecnico per discutere i temi dell'Rc. Lo chiede l'Ancma, l'Associazione nazionale ciclo motociclo e accessori, che fa parte di Confindustria, al ministro dello Sviluppo economico Flavio Zanonato. "Ciclomotori e moto - dicono da Ancma - meritano una commissione permanente, al ministero dello Sviluppo economico, in tema di assicurazioni affinché tutti gli attori in grado di dare un effettivo contributo, dall'Ivass all'Ania, alle associazioni dei consumatori, possano lavorare nella stessa direzione". La richiesta segue quella degli attuari di aprire un confronto sull'Rc auto. Le due ruote sostengono che "i costi assicurativi rappresentano il principale motivo di non acquisto del veicolo, con conseguenze devastanti per un mercato già in ginocchio". Oltre ai dati noti rivelati da Antitrust e varie associazioni dei consumatori, Ancma fa notare il peso dell'Rc moto sul costo reale del veicolo: "si va dal 36% in una città come Roma fino al 59% a Napoli (valori medi), per assicurare un ciclomotore, e dal 25% di Milano fino al 61%, sempre a Napoli, per assicurare un motociclo 125cc". Ora, secondo i produttori, si tratta di cogliere "l'ultima occasione" per salvare un settore che ha sempre prodotto ricchezza.

Fabrizio Aurilia

COMPAGNIE

Parola d'ordine: stare al passo con l'innovazione

Pietro Bianchi, direttore business di Direct Line analizza le potenzialità del mercato, spiega quale impatto potranno avere le novità legislative, e illustra come si delinea il rapporto tra la casa madre e la compagnia italiana

Partita inizialmente con il solo telefono, oggi ha trovato nel web il suo ambiente naturale. Pioniera della vendita di polizze assicurative senza intermediazione degli agenti in Regno Unito, **Direct Line** è diventata la compagnia diretta di maggior peso nel mercato britannico. In Italia dal 2002, in poco più di dieci anni si è guadagnata un posto di primissimo piano nel mercato delle dirette, fino a oggi concentrandosi prevalentemente sul business dell'auto. Abbiamo chiesto a **Pietro Bianchi**, direttore business di Direct Line in Italia, di illustrarci quali saranno le strategie della compagnia nell'immediato futuro.



Pietro Bianchi, direttore business di Direct Line

Dottor Bianchi, Direct Line propone prevalentemente prodotti Rc auto. È in previsione un ampliamento del business anche a prodotti non-auto?

Ogni anno analizziamo il mercato e valutiamo attentamente l'opportunità di lanciare nuovi prodotti sul mercato. Tuttavia la situazione economica del nostro Paese ci spinge a riflettere molto su questo punto: in un contesto in cui quattro milioni di automobilisti evadono la Rc auto, diventa complesso proporre altri prodotti. Per il momento, pensiamo di continuare a focalizzarci prevalentemente sull'auto, e a essere riconosciuti come la migliore compagnia auto nel mercato; e successivamente incominciare a proporre altri prodotti, per aumentare la fidelizzazione. Nel Regno Unito, Direct Line ha una grande esperienza non solo nelle polizze auto, ma anche in altri prodotti, quali polizze Casa (anche in Italia dal 2008), Viaggi e Animali, Business. Ovviamente questa *expertise* sarà capitalizzata quando e se decideremo di entrare nel mercato italiano con un nuovo prodotto. È importante capire se il consumatore italiano è pronto per un nuovo prodotto, soprattutto ora che è un momento così critico. Non escludiamo che in futuro ci possano essere delle novità: saranno prodotti chiari e semplici, che offriremo con attività di *cross-selling* delle polizze auto, e poi, eventualmente, con canali alternativi. Inoltre stiamo puntando con decisione sul mondo *telematics* dove stiamo accumulando parecchia esperienza e siamo seguiti da vicino Dalla Casa Madre che è interessata agli sviluppi futuri.

Sono state molte le novità legislative che si apprestano a mutare il contesto assicurativo. Qual è il vostro punto di vista? Vi sentite avvantaggiati o svantaggiati?

L'obiettivo delle liberalizzazioni dovrebbe essere quello di permettere al cliente di avere premi Rc auto in linea con il mercato europeo. Per raggiungere questo obiettivo la cosa fondamentale sono le tabelle relative agli indennizzi per i gravi sinistri allineati al mercato europeo.

Ogni mese analizziamo i nuovi regolamenti per capire l'impatto che può esserci sul nostro business, e ci stiamo rendendo conto che questo impatto è neutro. Non vediamo ripercussioni negative, ma neanche sconvolgimenti così positivi da farci dire: "non vediamo l'ora che queste norme entrino in vigore". Ci sono questioni aperte. Prendiamo la scatola nera. I clienti dovrebbero avere dei vantaggi in termini di prezzo, e la compagnia un vantaggio oggettivo nella ricostruzione della dinamica dei sinistri. Tuttavia, se la norma prevedrà l'obbligatorietà per tutti, sarà complicato per le compagnie pagarne il costo e offrire uno sconto significativo. Le compagnie devono offrire vantaggi al cliente, ma anche mantenere una certa profittabilità. Il costo medio annuale degli apparecchi si aggira intorno ai 70-80 euro: su un premio medio di 500 è il 15/18%, in più, se aggiungiamo il cosiddetto "significativo sconto" arriviamo almeno al 25%. Di conseguenza, significa che il 25% del premio deve essere recuperato nel mondo sinistri. E sappiamo quanto sia complesso questo discorso. Per quanto riguarda l'*home insurance*, offrire un servizio innovativo è parte del nostro dna e non abbiamo alcun problema, anzi. *(continua a pag.2)*



11 GIUGNO 2013 N. 315

(continua da pag. 1) Crediamo tuttavia che si debba rispondere in prima battuta alle reali esigenze dei consumatori e stiamo procedendo in tal senso.

Una compagnia diretta punta prevalentemente sul costo contenuto della polizza. Qual è quello che Direct Line considera il proprio valore aggiunto, al di là del prezzo competitivo?

Sappiamo che la prima leva per attirare il cliente è il prezzo. Una volta conquistato, è fondamentale il servizio e risolvere tutti i problemi che l'assicurato può avere: informazioni rapide e gestione dei sinistri. Quest'ultimo aspetto è da noi considerato il fiore all'occhiello: due sinistri su tre liquidati in 15 giorni. Tutto questo ci ha permesso di ottenere, dal 2008, la certificazione ISO 9001 di tutta la filiera dei sinistri. Inoltre nel 2013 abbiamo ottenuto il sigillo di qualità come la migliore compagnia Rca in Italia. Parola d'ordine è dunque competitività, ma anche porre la soddisfazione del cliente al centro di ogni processo. E poi stare al passo con l'innovazione, in tempi in cui tutto cambia alla velocità della luce.

Rispetto al Regno Unito, mercato a cui necessariamente vi riferite spesso, in cosa Direct Line ha dovuto adattarsi alle specificità del mercato italiano?

Direct Line nel Regno Unito nasce come la compagnia esperta della polizza auto e nel tempo ha lanciato nuovi prodotti con uguale fortuna. In realtà si tratta di offrire il prodotto giusto al momento giusto e di fare cultura assicurativa con i consumatori e offrire prodotti di valore. Questa è stata la via tracciata da Direct Line nel Regno Unito, ma anche nel nostro Paese dal 2002. Il gruppo ha sempre creduto in noi e lo ha dimostrato sostenendoci e investendo in tutti questi anni. Direct Line ha sempre compreso la propria divisione International (Italia e Germania) in strategie che rispecchiassero le esigenze dei mercati locali, senza perdere l'identità e con una spinta all'innovazione e alla libertà dei mercati. Al momento la scelta è stata quella di continuare a spingere sulla polizza auto, perché riteniamo che ci siano ancora buoni margini di crescita. Il consumatore ha cominciato ora a guardarsi veramente intorno per trovare la soluzione assicurativa migliore per il proprio profilo di rischio e lo sta facendo attraverso i comparatori e i broker on line. Il Regno Unito in questo è molto avanti e contiamo di far tesoro dell'esperienza che ci viene dai nostri cugini d'Oltre Manica. Siamo a profitto già da alcuni anni e questo ha rinforzato ancora di più i rapporti con la nostra Casa Madre che per noi è sempre il punto di riferimento, ma, vista la nostra storia e le dimensioni raggiunte anche in Italia, stiamo rendendo sempre più reciproco e proficuo per entrambi uno scambio di idee ed esperienze. Non dimentichiamo che oggi abbiamo un milione di clienti solo in Italia e siamo leader del mercato diretto. Una dimensione di tutto rispetto.

Beniamino Musto



A F F I D A B I L I T À
I N S U R A N C E
S T A B I L I T À

C O N S O L I D A T I O N
I N S U R A N C E
R E L I A N C E

“ Leaders by birth, insurance experts by choice !”

La creazione di un network assicurativo è come l'assemblaggio di un *puzzle*...
non è completo se non ha il *pezzo* più importante: **L'OUTSOURCER**.

I Services DCA per il claims con High Skilling a maggior impatto sul territorio Italiano sono:
Antifraud Area e Legal Network Premium Services.

For info and free area test write at: areatest@dcaconsulting.it
call: 06 89015080/1/2

Do not miss the next idea by DCA CONSULTING!



Attuari: gestione del rischio esigenza fondamentale per tutte le imprese

Risk management e Solvency II sono stati gli argomenti al centro del dibattito, nella seconda giornata del congresso nazionale tenutosi la scorsa settimana

Rischi inattesi o mal valutati possono creare situazioni irreparabili per le imprese. Il dibattito sul ruolo sempre più importante del *risk management* è stato uno degli argomenti centrali tra quelli che hanno caratterizzato la seconda giornata del congresso nazionale degli attuari, giunto alla decima edizione e svoltosi presso il Salone delle fontane dell'Eur, a Roma. Gli attuari hanno voluto sottolineare come la gestione del rischio non riguarda soltanto le assicurazioni e le banche: è un'esigenza fondamentale per tutte le imprese, non soltanto come funzione di controllo, ma anche e soprattutto come strumento di protezione del patrimonio aziendale. "È ora che i fenomeni economici - ha sostenuto nel suo intervento il presidente del consiglio nazionale degli attuari, **Giampaolo Crenca** - siano valutati secondo l'approccio attuariale per costruire un primo ombrello di protezione tecnico-economico basato su modelli previsionali. Si tratta di un percorso in atto da tempo nelle banche e nelle compagnie di assicurazione - prosegue Crenca - ma ancora poco sviluppato e consolidato nelle altre imprese e in altri settori. La gestione del rischio è il mestiere degli attuari, che possiedono le tecniche quantitative per valutarli". Ma ci sono anche i rischi che interessano tutta la collettività, come per esempio le catastrofi naturali e i disastri ambientali che colpiscono spesso l'Italia: basti pensare ai terremoti. "Il problema è più ampio e complesso ma anche in questo ambito esistono studi attuariali a supporto - ha spiegato il presidente del consiglio nazionale degli attuari - la nostra categoria si candida a dare il proprio contributo. Il Governo ci chiami a discuterne, con le nostre idee e le nostre tecniche siamo in grado di trovare soluzioni per la gestione di que-

sti rischi dal punto di vista quantitativo".

L'altro tema forte della giornata è stato il regime *Solvency II*, la normativa europea che stabilisce requisiti patrimoniali e accantonamenti obbligatori per i rischi delle compagnie di assicurazione. Si è discusso in particolare della nuova figura del responsabile della funzione attuariale. A questo riguardo, secondo Crenca "fermo restando che l'attuario può svolgere a pieno titolo anche l'attività di risk manager, il responsabile della funzione attuariale deve assolutamente essere un attuario iscritto all'albo - ha concluso - perché solo questo garantisce la qualificazione e la formazione necessaria per svolgere una attività così delicata".

B.M.



ARAG TUTELA LEGALE IMPRESA

Studiata per tutelare l'attività delle aziende e dei professionisti, fornisce un'efficace protezione e la copertura delle spese legali.



ARAG SE - Rappresentanza Generale e Direzione per l'Italia - Viale del Commercio, 59 - 37135 Verona - www.arag.it

Messaggio promozionale. Prima della sottoscrizione leggere il fascicolo informativo disponibile sul sito: www.arag.it e presso i punti vendita.

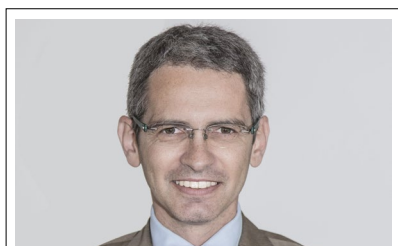




CARRIERE

Rsa Italia, Mirko Migone nuovo responsabile operations & technology

In azienda dal 2007, ha contribuito a definire la strategia IT della compagnia



Mirko Migone, operations & technology director Rsa

Mirko Migone è stato nominato nuovo operations & technology director di **Rsa Italia**. Trentanove anni, una laurea in ingegneria meccanica conseguita presso l'Università degli Studi di Genova, Migone è approdato in Rsa nel 2007. Inizialmente ha ricoperto il ruolo di IT strategy program manager, contribuendo

alla definizione della strategia di *information technology* della compagnia per il triennio 2009 - 2011; in seguito ha assunto la responsabilità del portafoglio motor, ruolo all'interno del quale ha guidato l'ottimizzazione dei processi assicurativi e disegnato e implementato il nuovo sistema informativo che ha realizzato la dematerializzazione dei contrassegni Rc auto.

Prima dell'ingresso in Rsa, Migone ha maturato un'importante esperienza professionale in Accenture, dove ha gestito complessi progetti IT per primari gruppi assicurativi. "Siamo certi che Mirko Migone, nel nuovo ruolo, darà un ulteriore significativo contributo all'evoluzione di un'area strategica come l'IT - ha sottolineato **Fabrizio Moscone**, ceo di Rsa Italia - soprattutto in questa fase di grande evoluzione tecnologica e normativa".

B.M.

EVENTI

Anapa, al forum Gaa presenti Sna, Unapass e Uea

Il 25 giugno a Bologna al Forum Gaa di **Anapa**, saranno presenti le principali associazioni degli agenti. A discutere in vista del confronto con l'Ania, ci saranno i vertici di **Sna, Unapass e Uea** insieme a diversi gruppi aziendali agenti che hanno aderito all'iniziativa dell'associazione guidata da Vincenzo Cirasola. L'incontro apre quindi a tutte le rappresentanze degli agenti, sia a livello di associazioni generaliste sia di gruppi. L'inizio dei lavori è previsto alle ore 14:15.

Per ulteriori informazioni [clicca qui](#).

PSICOLOGIA

Esperienza e sviluppo intellettuale

Si intende per intelligenza "quel processo mentale che permette di acquisire nuove idee e capacità con l'obiettivo di poter, attraverso l'esperienza acquisita, risolvere in modo efficace diversi problemi".

Jean Piaget (Neuchâtel, 9 agosto 1896 - Ginevra, 16 settembre 1980) psicologo, biologo, pedagogista e filosofo svizzero ha sconfessato la teoria per cui "intelligenti si nasce".

Gli studi di questo psicologo hanno dimostrato che lo sviluppo dell'intelligenza nell'infanzia è conseguenza sia di aspetti genetici (fattori genetici) che di fattori ambientali. Studi su gemelli o figli adottivi hanno rafforzato questa teoria dimostrando che è proprio l'ambiente in cui hanno vissuto la loro infanzia questi soggetti che caratterizza il loro sviluppo intellettuale.

Sempre su questo argomento trovo la teoria sviluppata da Reuven Feuerstein.

Nato in Romania nel 1921 da genitori ebrei, trascorse a Bucarest infanzia e adolescenza, a tre anni sapeva leggere in due lingue, a otto insegnava l'ebraico ai bambini della comunità israelita di cui faceva parte.

Poco prima dello scoppio della seconda guerra mondiale Feuerstein insegnava in una scuola per i figli dei deportati di Auschwitz, fu arrestato nel 1944 e internato in un campo di concentramento da cui fuggì in modo rocambolesco e s'imbarcò verso Israele dove poi si occupò dei bambini scampati alla persecuzione nazista.

A contatto con questi, che certo non avevano goduto di condizioni di vita ed occasioni di apprendimento simili a quelle dei bambini normali, prese corpo la formulazione della modificabilità cognitiva strutturale.

Si chiedeva quale forza permettesse ai bambini di dimenticare il dramma, di tornare a giocare. Di fronte a questi ragazzi maturò la convinzione che *l'uomo è in grado di automodificarsi in modo significativo*.

Questo psicologo, dall'infanzia complessa, ma molto formativa, ha messo a punto quindi un programma che consente un notevole recupero delle capacità cognitive proprio in quei settori dove sono maggiormente carenti.

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 11 giugno di www.insurancetrade.it

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