



PRIMO PIANO

## Unipol in bottiglia

Secondo il sito specializzato winenews.it, il gruppo Unipol avrebbe acquistato 12 ettari di vigneti a Montalcino, mitica terra del Brunello.

I terreni, già proprietà di Roberto Bellini (Podere Brizio), andrebbero ad arricchire le altre proprietà ereditate da Unipol in seguito all'integrazione con Fondiaria Sai, e gestite da Saiagricola. Una realtà da 5.000 ettari, di cui 300 vitati, che in Toscana si dividono tra La Poderina a Montalcino, la Fattoria del Cerro a Montepulciano e la Tenuta di Monterufoli a Pisa, e, in Umbria, tra Colpetrone a Montefalco e Montecorona a Umbertide; e ancora, in Piemonte, con la tenuta l'Arbiola.

A testimoniare l'appeal che vigne e tenute possono rappresentare anche per le grandi realtà del mondo assicurativo è il valore di un singolo ettaro vitato, che in territori pregiati come Montalcino oscilla tra i 350 e i 400 mila euro. Tra i colossi del settore che hanno investito sui filari c'è anche il gruppo Allianz, a cui appartiene Agricola San Felice a Castelnuovo Berardenga, 140 ettari vitati nel cuore del Chianti classico. Al gruppo fanno capo anche Tenuta Campogiovanni a Montalcino (14 ettari di vigneto) e la Tenuta Perolla in Maremma (Massa Marittima, 50 ettari).

**Beniamino Musto**

INTERMEDIARI

## Agenti, gestori del rischio nel nuovo welfare

**Conciliare il collocamento di prodotti per via telematica e la consulenza di uno specialista, acquisire competenze e diventare il punto di riferimento per il cliente nella protezione e la previdenza, proprio come i promotori finanziari lo sono da sempre nella gestione del risparmio. Così dovrà cambiare, secondo quanto emerso in un momento di confronto durante la Gnp, il ruolo dell'intermediario di assicurazione**

Si è conclusa con tante e rinnovate speranze anche la terza edizione della *Giornata nazionale della previdenza*, la tre giorni di incontri e dibattiti organizzata da **Alberto Brambilla**, presidente del comitato tecnico di *Itinerari Previdenziali* ed ex sottosegretario al welfare con delega alla previdenza. Anche quest'anno, come ogni anno, la partecipazione di tutte le anime del welfare italiano, dalla Stato agli enti, dalle casse ai privati, è stata ampia, a dimostrazione di come, oggi soprattutto, sia imprescindibile il contributo di tutti.

Dal punto di vista assicurativo, tante compagnie hanno partecipato a workshop e dibattiti, non solo per far conoscere la propria offerta di prodotti di protezione e di welfare, ma soprattutto per confrontarsi concretamente con tutti gli altri attori del comparto.

### AGENTI, UN CANALE PRIVILEGIATO?

La questione di fondo è capire come far crescere la cultura assicurativa e la percezione dei bisogni previdenziali. In questo anche il mondo della distribuzione è chiamato ad assumersi le proprie responsabilità. In una tavola rotonda durante la Gnp 2013 se n'è parlato proprio dal punto di vista dell'intermediazione. Moderati dal direttore di *Insurance Daily*, **Maria Rosa Alaggio**, si sono ritrovati l'avvocato **Maurizio Hazan**, dello studio legale Taurini & Hazan; **Vincenzo Cirasola**, presidente di Anapa; **Antonella Maier**, direttore centrale area vita ed employee benefit di Generali; **Sandro Scapellato**, direttore marketing e distribuzione di Helvetia; **Enzo Cozzolino**, membro della commissione tecnica vita di Helvetia ed **Emanuele Passerin d'Entrèves**, responsabile formazione commerciale di Reale Mutua.

Partiamo però prima da un dato. Il canale privilegiato per la distribuzione di piani di previdenza individuali sono gli agenti, che l'anno scorso hanno distribuito il 43% di nuovi Pip, in crescita al 27,2%. Le Poste sono cresciute in quello strumento addirittura del 121,3%, conquistando una quota di mercato pari al 16,3%. Meno degli agenti, ma con una sola gamma di prodotti. Il dato dimostra che il consumatore si fida di chi è in grado di assisterlo e dargli una consulenza costante.

### TRA GESTORI DEL RISCHIO E FAMILY RISK MANAGER

L'avvocato Hazan ha ricordato come "il momento legislativo sia unico". In ambito assicurativo, alla luce delle nuove norme, si tratta di far sposare istanze apparente contrapposte: il collocamento di prodotti per via telematica e la consulenza di uno specialista, come deve essere l'agente che vuole vendere una polizza di protezione. "L'intermediario deve tornare a essere un gestore del rischio", ha sottolineato Hazan. Tante questioni però si frappongono: quale futuro per la formazione? Come riconvertire la propria attività? Come supportare il cliente nella ricomposizione delle proprie esigenze di spesa? (continua a pag.2)



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



(continua da pag. 1) Secondo Maier di **Generali**, è essenziale “essere molto tradizionali nella *proposition* dei prodotti di questo ramo”. Per la manager, le compagnie devono “farsi carico dei bisogni del consumatore e fornire prodotti e strumenti che facciano fare agli agenti il lavoro di proposta. Il Leone di Trieste, per questo, ha un prodotto a caricamento zero per gli under 40, che negli anni ha raddoppiato la penetrazione”.

**Helvetia** vede gli agenti come veri e propri *family risk manager*, cioè gestori attivi del portafoglio dei clienti. Ma per fare questo serve creare prima di tutto un contatto duraturo, che nasca anche da condivisioni culturali e formazione. “La compagnia – ha ricordato Scapellato

– organizza i *Salotti previdenziali* in agenzia proprio per facilitare le occasioni di condivisione tra intermediario e cliente, che rischiano di essere sempre più rare”.

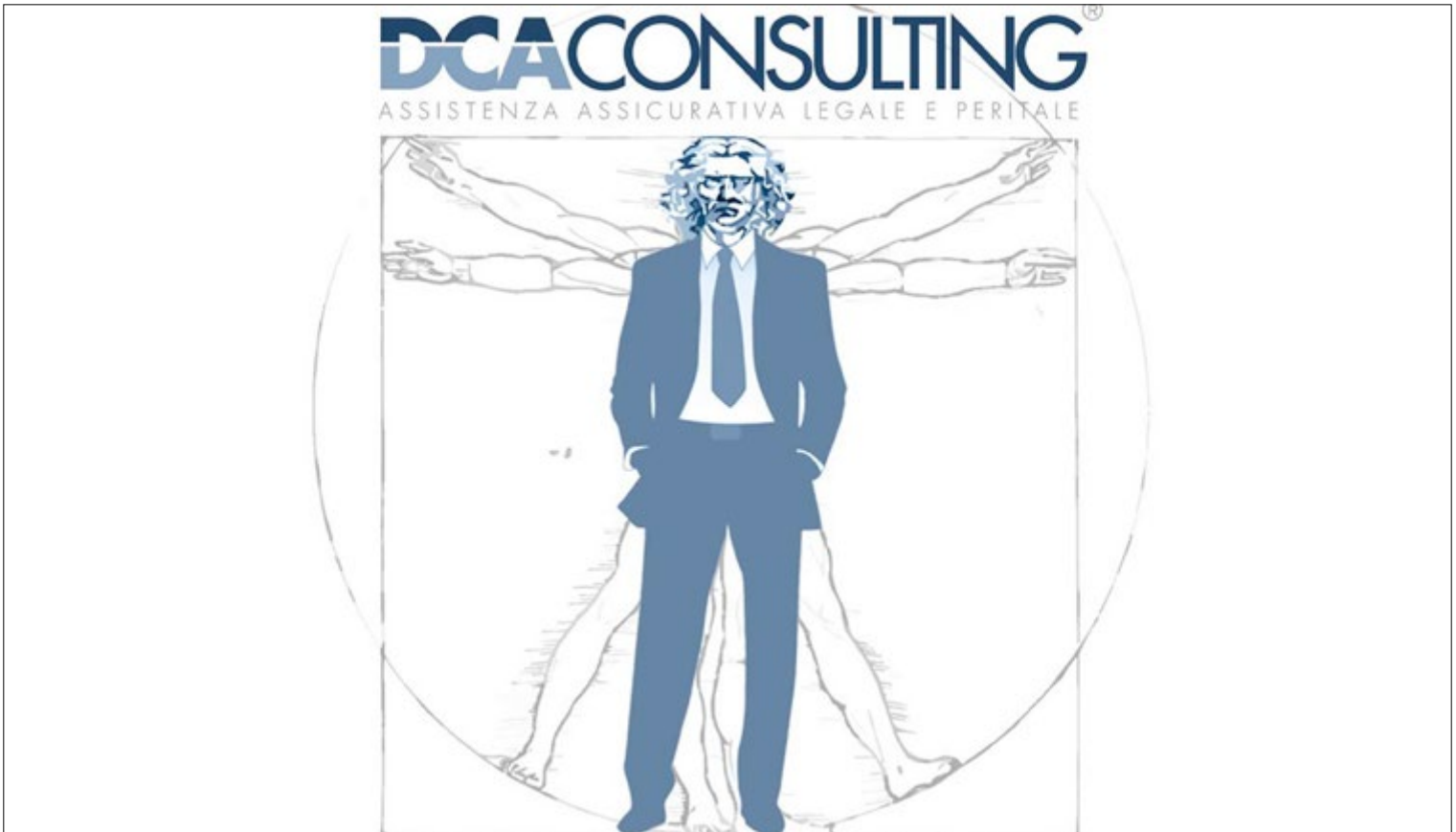
### PER UN NUOVO CONCETTO DI RISPARMIO

La questione del contatto è centrale per tutto il modello di business. “Dobbiamo abbattere il costo del singolo contatto agente-cliente”, ha spiegato Passerin d’Entrèves di **Reale Mutua**. “La compagnia deve facilitare il contatto anche attraverso enti e associazioni, arrivando a sacche di clientela cui il singolo agente, da solo, non potrebbe raggiungere”.

Ma cosa ne pensano gli agenti? Cirasola è stato chiaro: “c’è un problema di risparmio delle famiglie, che purtroppo non lascia molto spazio all’accumulazione previdenziale”. Il presidente del gruppo agenti Generali ha precisato poi che a livello di remunerazione deve essere premiato proprio quell’agente che riesce a fidelizzare il cliente, “sfruttando poi tutti i vantaggi di *up-selling* e *cross-selling*”. Cirasola ha sottolineato come i bravi agenti credano non solo nella previdenza, ma anche “nella totalità del welfare”, e le compagnie che hanno schiacciato le agenzie sull’Rc auto, in questo momento saranno forzatamente più indietro.

L’intermediario, secondo Cozzolino, dovrà essere un “semplificatore”. Parlare di prodotti previdenziali non è semplice: “l’agente – ha detto il membro della commissione tecnica vita di Helvetia – deve acquisire nuove tecniche: centrale quindi sarà l’apporto della formazione erogata dalle compagnie”. Contemporaneamente l’intermediario specializzato dovrà saper trovare quel risparmio residuale attraverso la crescita della cultura assicurativa. Insomma, come ha detto in conclusione Maurizio Hazan, deve cambiare anche la percezione dell’assicuratore, che, in parole semplici “deve educare a vivere meglio”.

**Fabrizio Aurilia**





## Un unico soggetto giuridico per previdenza e assistenza

**Sergio Corbello, presidente di Assoprevidenza: si favorisca la diffusione delle coperture Ltc anche con agevolazioni fiscali**



Serve urgentemente un intervento normativo per la riorganizzazione dello stato sociale. A sottolinearlo è **Sergio Corbello**, presidente di **Assoprevidenza**, intervenendo nel corso del seminario *“Le parole del welfare dopo la crisi: integrazione, sinergia, sviluppo”*, organizzato dall’associazione nell’ambito della Giornata nazionale della previdenza. In un Paese come l’Italia, che continua ad invecchiare, un solido sistema di protezione sociale è quanto mai necessario. Corbello ritiene “ragionevole abbattere gli steccati tra previdenza e assistenza complementare”, in modo da “convergere in un unico soggetto giuridico le prestazioni pensionistiche complementari, quelle integrative sanitarie e le coperture dei rischi legati alla non-autosufficienza”, che vanno ricercate in soluzione di *Long term care* in un’ottica di welfare integrato. “In questo modo – spiega Corbello – avremmo un fondo della previdenza complessivo che assumerebbe un ruolo centrale di tutto il modello di welfare”.

Secondo il presidente di Assoprevidenza, una soluzione percorribile potrebbe essere quella di considerare gli attuali benefici fiscali riconosciuti in fase di apporto contributivo alle due forme complementari, in una sorta di “tesoretto tributario individuale, consentendo ai fondi pensione di gestire anche forme di assistenza sanitaria integrativa, pur con la rigida separazione amministrativa e contabile necessaria per legge”.

Secondo le stime del Censis, la quota di persone con disabilità sul totale della popolazione, oggi pari al 6,7% (4,1 milioni di persone), arriverà nel 2020 al 7,9% (4,8 milioni) e nel 2040 al 10,7% (6,7 milioni). A fronte della crescente domanda di assistenza di una popolazione in costante invecchiamento, il rischio di un’ulteriore contrazione di risorse pubbliche per prestazioni sociali si fa dunque molto alto. Una soluzione a questo problema può arrivare dalla diffusione di coperture Long term care, “riconoscendo – spiega Corbello – un maggior beneficio di deducibilità dei premi per i piani di Ltc che prevedano la diretta fornitura di servizi in luogo della mera erogazione di una specifica rendita in favore del disabile”. Secondo Assoprevidenza è giunto il momento di avviare una riflessione aperta e senza condizionamenti ideologici sul futu-

ro assetto del welfare italiano, dove la previdenza complementare (che attualmente coinvolge solamente 5,5 milioni di lavoratori su un bacino potenziale di circa 23 milioni di persone) deve assumere un ruolo determinante. Oggi i fondi pensione non possono operare nel settore della sanità e dell’assistenza perché la normativa del 1993 ha circoscritto alla sola previdenza la loro attività. “Tuttavia – aggiunge Corbello – poter disporre di fondi pensione complementari in grado di offrire, con tutte le dovute distinzioni del caso, coperture di assistenza e sanità integrativa garantirebbe un notevole risparmio e considerevoli economie di scala innegabili”. Su questo argomento “l’iniziativa privata si è dimostrata molto sensibile giocando di anticipo sulle istituzioni – ricorda – sono infatti numerose le iniziative avviate, a livello locale e aziendale, per rispondere ai crescenti bisogni sociali di cittadini e lavoratori”. Dal canto loro gli enti previdenziali privati hanno messo a punto, autonomamente, misure di sostegno al reddito e di assistenza, anche sanitaria integrativa o di lungodegenza, tramite indennità, sussidi e polizze assicurative, per alleviare momenti di difficoltà dei propri iscritti e dei loro nuclei familiari. “Questo – conclude Corbello – è stato possibile grazie alla valorizzazione della dimensione collettiva che consente indubbi vantaggi di natura economica”.

**Beniamino Musto**

NEWS

## Gaspere Menduni nuovo presidente del gruppo agenti Axa Italia

Guidato per dieci anni da Alessandro Lazzaro, il congresso del gruppo agenti **Axa Italia** ha affidato l’incarico di presidenza a **Gaspere Menduni**, già membro del consiglio direttivo dell’associazione. Compito principale del nuovo presidente sarà quello di gestire il dialogo tra gli intermediari e il numero uno di Axa Italia, l’amministratore delegato **Andrea Rossi**. Nel corso del congresso, che si è tenuto a Siena nei giorni scorsi, è stato definito il programma che dovrà caratterizzare i prossimi due anni di attività: l’obiettivo principale è quello sostenere la collaborazione tra agenti e compagnia all’interno dello sviluppo della compagnia digitale e delle strategie multi-accesso, a proposito delle quali il ruolo dell’agente rimarrà di imprescindibile centralità. Obiettivo ulteriore è, inoltre, quello dell’integrazione delle due reti di rappresentanza degli agenti della compagnia: il Gruppo Agenti Axa Italia, ora guidato da Menduni, e il Gruppo Agenti Axa presieduto da Sergio Rovera.





INTERMEDIARI

## Ania-Anapa via al confronto

**L'associazione presieduta da Vincenzo Cirasola aveva chiesto di riprendere il dialogo tra agenti e compagnie**

**Aldo Minucci**, presidente dell'**Ania**, ha risposto affermativamente alla richiesta di **Anapa** che lo scorso 6 maggio aveva scritto alla rappresentanza delle compagnie per chiedere un incontro, anche nell'ottica di riallacciare un dialogo tra imprese e agenti. Nella sua lettera indirizzata al presidente di Anapa, **Vincenzo Cirasola**, Minucci si è reso disponibile a sottoporre anche alle altre organizzazioni rappresentative degli agenti (**Sna** e **Unapass**) "la possibilità di riprendere un confronto sulle principali tematiche dell'intermediazione assicurativa, alla luce delle trasformazioni in atto". Successivamente al prossimo comitato esecutivo dell'**Ania**, convocato per il 21 maggio, Minucci sottoporrà "alle organizzazioni degli agenti che risultassero realmente interessate a confrontarsi con l'**Ania** in modo costruttivo, le possibili date per il primo incontro esplorativo". Anapa sottolinea la propria volontà di essere "l'artefice della ripresa del dialogo, ormai sospeso da oltre sei anni", fra la rappresentanza delle imprese e quelle degli agenti di assicurazione. "È giunta l'ora di mettere da parte inutili individualismi, sterili invidie o logiche conflittuali", ha sottolineato Vincenzo Cirasola. "Il momento assume una portata storica - ricorda - e ognuno, nel rispetto dei reciproci ruoli, deve assumersi le proprie responsabilità. Siamo nel pieno di una crisi strutturale, di sistema, e potremo uscirne soltanto condividendo valori e obiettivi. L'attività di agente di assicurazione - spiega il presidente di Anapa - si sta continuamente trasformando, sotto l'impulso del mercato e del legislatore, e abbiamo un'impellente necessità di rivedere l'impianto normativo collettivo - conclude Cirasola - per adeguarlo ai tempi e alle nuove dinamiche che si stanno affermando nel mercato assicurativo".

NEWS

## Salvi: nessuna sovrapposizione tra Gaat e Sna

**Roberto Salvi**, presidente del gruppo agenti Toro Assicurazioni-**Gaat**, replica via lettera ai rilievi sollevati, la scorsa settimana, dal presidente dello **Sna**, **Claudio Demozzi** in merito alla consultazione avviata tra gli Agenti Toro per consentire la modifica dello statuto associativo. Roberto Salvi spiega che la consultazione deliberata dal consiglio nazionale del **Gaat** "non è volta ad avviare autonome iniziative di tutela sindacale tout-court, ma è finalizzata a consentire al **Gaat** di rafforzare la capacità di manovra nei confronti della mandante, a tutela dei propri iscritti e dei propri valori".

MANAGEMENT

## La trappola del manipolatore

È giusto manipolare le persone?

Già ai tempi di Platone la retorica logografica dei sofisti era fortemente criticata.

Ma in realtà dobbiamo aspettare il Romanticismo per trovare la retorica manipolatoria o meno, come elemento contrapposto ad un'ideale spontaneità, per poi arrivare al Novecento, quando la retorica era spesso avvicinata alla demagogia, e quindi vista come uno strumento di dominio. Anche la sua rilettura a uso dei venditori e dirigenti d'azienda non sempre mette quest'arte in buona luce. Va ricordato però che spesso l'abuso non è nella tecnica, ma nei propositi di chi se ne serve.

Ma come possiamo riconoscere un'azione manipolatoria nei nostri confronti?

Le manipolazioni hanno tutte in comune il tentativo di far leva sulla nostra emotività.

Chi manipola quindi:

- Tenta di farci sentire colpevoli
- Ci mette in forte soggezione
- Ci affascina
- Ci riempie di complimenti
- Ci confonde con la sua capacità retorica
- Tende ad evidenziare uno stato di bisogno.

Se cadiamo nella trappola del manipolatore difficilmente riusciamo ad uscirne illesi, questo perché chi si fa manipolare quasi mai se ne accorge, e finisce in una sorta di ipnosi dove prova piacere a essere manipolato. Vede questa tecnica come una liberazione da tutte quelle infrastrutture culturali che in qualche modo non gli permettono di agire come vorrebbe.

In realtà quindi, spesso, la manipolazione può essere un fatto positivo proprio perché, seppure passivamente e inconsciamente, giustifica un nostro atteggiamento o una nostra decisione. Chi vende per esempio, molto spesso usa tecniche manipolatorie agendo proprio sui sensi di colpa che di solito aggrediscono chi fa un acquisto importante, trovando attraverso la manipolazione gli elementi utili a giustificare la spesa fatta sull'onda dell'emotività.

In realtà nella società di oggi siamo quasi tutti un po' manipolatori e un po' vittime della manipolazione. Non ce ne accorgiamo ma ogni volta che entriamo in relazione con qualcuno, il processo nei due sensi (attivo o passivo) prende rapidamente forma.

In realtà molto spesso essere manipolati ci fa piacere. È un modo per trovare giustificazione alle nostre azioni.

**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](mailto:alaggio@insuranceconnect.it)

**Editore e Redazione:** Insurance Connect Srl, Via Montepulciano 21, 20124 Milano 02.36768000 [redazione@insuranceconnect.it](mailto:redazione@insuranceconnect.it)

Per inserzioni pubblicitarie contattare [info@insuranceconnect.it](mailto:info@insuranceconnect.it)

Supplemento al 20 maggio di [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it)

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