

PRIMO PIANO

Esa sulla finanza digitale

Serve un intervento rapido per garantire un quadro regolamentare adeguato alla finanza digitale. L'ha detto ieri l'Esa, le tre autorità europee di supervisione finanziaria (Eba, Eiopa ed Esma), nella sua risposta alla call lanciata sull'argomento dalla Commissione Europea.

Secondo l'Esa, "l'uso di tecnologie innovative nel settore finanziario europeo sta spingendo l'evoluzione delle catene del valore, la dipendenza dalle piattaforme digitali sta crescendo rapidamente e stanno emergendo nuovi gruppi che svolgono attività miste", ossia finanziarie e non finanziarie. Tutto ciò pone grandi opportunità per consumatori e imprese, ma anche nuovi rischi. Per questo l'Esa evidenzia la necessità di interventi che garantiscano la tutela dei clienti e la gestione delle minacce. Nel dettaglio, le autorità chiedono un approccio olistico all'attività di regolamentazione e supervisione, un rafforzamento degli strumenti di protezione dei consumatori, un'ulteriore convergenza nella classificazione dei servizi cross-border e nelle attività contro il riciclaggio e il finanziamento del terrorismo, una regolamentazione efficace delle attività miste e un aumento delle risorse di supervisione e coordinamento con altre autorità, nonché un miglior monitoraggio delle attività sui social network.

G.C.

INTERMEDIARI

Nardilli (Anapa): "Pronti a cogliere le opportunità"

L'uscita dalla pandemia, l'evoluzione normativa, le sfide di mercato e il decennale dell'associazione: il presidente regionale di Puglia e Basilicata analizza le sfide, ma anche le occasioni di sviluppo, che attendono gli agenti nel prossimo futuro

Il senso della sfida, ma anche l'ottimismo di chi sa che gli agenti hanno tutte le carte in regola per affrontare i cambiamenti del mercato. È quello che traspare dalle parole di **Alessandro Nardilli**, presidente regionale di **Anapa Rete ImpresAgenzia** in Puglia e Basilicata, in questa intervista a *Insurance Daily*. Titolare di un'agenzia **Reale Mutua** a Bari, Nardilli si sofferma in particolare sull'uscita dalla pandemia, sull'evoluzione normativa, sull'innovazione tecnologica e, più in generale, sull'attuale scenario di mercato. Senza dimenticare un importante traguardo, per gli intermediari: quest'anno, a maggio, Anapa Rete ImpresAgenzia festeggerà dieci anni di attività.



Alessandro Nardilli

Quali sono le peculiarità, le criticità e le opportunità per sviluppare l'attività degli agenti nel territorio in cui lei opera?

Operare in un territorio ricco di creatività imprenditoriale e di propensione all'iniziativa commerciale e turistica come la Puglia, regione in cui opero da quasi quarant'anni, richiede una forte carica di dinamismo e una spiccata capacità organizzativa.

Dovessi guardare al prossimo futuro con gli occhi di un giovane agente, orienterei lo sguardo, oltre che agli asset consolidati della nostra economia territoriale come l'agricoltura e il turismo costiero di qualità, a settori come le energie rinnovabili e le tecnologie avanzate, che si sono progressivamente affermati in questi anni. Dimensione e struttura agenziale completano il set di fattori critici di successo per liberare risorse da destinare al potenziamento della digitalizzazione dei processi commerciali e amministrativi.

A breve scoccherà il secondo anno di pandemia. Come hanno reagito, a suo parere, gli agenti del territorio in cui lei opera di fronte a questa situazione di emergenza? In che modo governo e compagnie avrebbero potuto fare di più per sostenere il lavoro degli intermediari?

Nella prima fase della pandemia le reti agenziali della Puglia hanno vissuto un momento di smarrimento e confusione, al pari del resto del Paese, determinato dall'impreparazione nell'affrontare un evento sconosciuto, imprevisto e di portata globale. Superata la prima fase, gli agenti e il personale di agenzia hanno saputo adattarsi all'emergenza sanitaria, mantenendo la continuità del servizio agenziale in presenza, nel rispetto dei protocolli di sicurezza e di prevenzione che di volta in volta venivano emanati dalle istituzioni. Credo che questa sia la più chiara dimostrazione del valore sociale della nostra professione. Un pensiero affettuoso va ai colleghi e collaboratori vittime del Covid-19 e ai loro familiari va la mia vicinanza e solidarietà. (continua a pag. 2)

(continua da pag. 1)

Per quanto riguarda le compagnie, la maggior parte ha in qualche modo sostenuto e supportato le proprie reti agenziali, seppur con differenze anche sostanziali, ma in generale ritengo che si siano attivate in misura piuttosto soddisfacente.

L'evoluzione normativa, intanto, è andata avanti. L'Ivass ha recentemente pubblicato le Q&A sulla disciplina della distribuzione assicurativa. La sua associazione ha espresso soddisfazione per alcuni chiarimenti arrivati dall'autorità di vigilanza, mentre altri punti restano in sospeso. Su quali argomenti, a suo parere, sono necessari ulteriori chiarimenti?

Condivido la soddisfazione espressa dal presidente **Vicenzo Cirasola** sulle risposte fornite dall'Ivass su alcuni temi e obblighi, in verità poco chiari, introdotti dalla revisione del Regolamento 40/2020. Ritengo molto positiva la precisazione in tema di "casi di maggiore gravità" che possono determinare la revoca del mandato di agenzia, così come quella in tema di obbligo di registrazione delle conversazioni telefoniche, escludendolo nei casi in cui le trattative avvengano in forma ibrida.

Forti perplessità permangono invece per la mancata risposta circa l'obbligo di comunicare il quantum provvigionale percepito; poi sul tema della disparità di trattamento in ordine alle politiche di *inducement* rispetto ad altro tipo di intermediari, e sul mantenimento dell'obbligo di comunicazione inerente alle partecipazioni e gli "stretti legami". Un intervento di segno diverso anche su questi temi sarebbe andato nella direzione di una effettiva semplificazione e di un alleggerimento degli adempimenti di *compliance* che, in non pochi casi, appesantiscono inutilmente i costi senza alcun beneficio per gli assicurati.

Tuttavia, credo che l'aspetto più interessante dell'intervento della vigilanza sia l'affermazione con cui preannuncia la necessità, se non proprio l'intenzione, di avviare una più ampia revisione della regolamentazione in materia di distribuzione assicurativa e in particolare del Regolamento 40/2018 e degli altri a esso collegati.

Innovazione tecnologica, evoluzione normativa e ripresa dopo l'emergenza sanitaria: quali sono le sfide principali per gli agenti in questo momento? E quali, più nel dettaglio, quelle del territorio di competenza?

Le previsioni macroeconomiche per l'anno in corso stimano una crescita del Pil oscillante tra il 3,8% e il 4%. La pandemia ha accelerato un processo di alfabetizzazione digitale che nel settore della distribuzione assicurativa è stato più massiccio che altrove. Firma Otp, digital payment e riunioni in videocall sono entrati prepotentemente a far parte del set di strumenti consulenziali e commerciali delle agenzie, innovando significativamente le modalità tradizionali della relazione con i propri clienti. Se a questo si aggiunge l'arrivo delle provvidenze finanziarie connesse al Pnrr, anche per il nostro settore le opportunità di crescita e di sviluppo saranno molto interessanti.

Instant insurance, *embedded insurance*, *open insurance*, e via dicendo, sono fenomeni che allargano gli orizzonti del mercato tradizionale e indicano un trend da osservare con interesse, ma che non potranno mai sostituire il ruolo consulenziale degli agenti. A patto, però, che quest'ultimi siano aperti e disponibili verso un modello di business ibrido e integrato, attento e orientato alle logiche comportamentali delle giovani generazioni, senza però snaturare il core della loro funzione e del loro ruolo. La mutualità non è solo un elemento fondamentale del concetto di assicurazione, ma ne rappresenta l'essenza stessa.

Il prossimo maggio la sua associazione celebrerà il traguardo dei dieci anni di attività. Come valuta finora questo percorso? E quali sono le sfide che attendono Anapa nel prossimo futuro?

Dieci anni davvero formidabili. Un percorso costellato da difficoltà e tanti successi. L'unificazione con **Unapass**, associazione dalla quale provengo e dove ho condiviso tante idee e iniziative con il compianto **Massimo Congiu**, del quale mi onoro di essere stato prima di tutto un amico, dimostra la volontà di Anapa Rete ImpresAgenzia di voler essere un'associazione di rappresentanza inclusiva, unitaria e dialogante con tutti i player del nostro mondo.

Abbiamo sempre perseguito l'unità della categoria, il sostegno ai gruppi agenti, ai quali riconosciamo un ruolo fondamentale e non subalterno nelle negoziazioni di secondo livello; un dialogo basato sul riconoscimento delle reciproche esigenze con le rappresentanze dei nostri dipendenti e collaboratori, e la costante ricerca di un confronto aperto, franco e trasparente con le imprese mandanti. Auspico che la trattativa già avviata per il rinnovo dell'Ana possa uscire dalla fase di empasse nella quale è ferma da qualche tempo, e traghettare la categoria verso un modello di relazione industriale più moderno, che tenga conto del mutato contesto normativo ed economico del nostro settore. Sarà inoltre necessario svolgere una sempre maggiore attività di sensibilizzazione e di stimolo nei confronti delle giovani generazioni di agenti coinvolgendoli e invitandoli concretamente a impegnarsi e ad assumere l'iniziativa politica e di rappresentanza.



Luigi Federico Signorini, presidente di Ivass

RICERCHE

Imprese a caccia di sostenibilità

Il 50% delle aziende italiane è convinto che il processo di transizione verso un'economia sostenibile avrà un impatto favorevole sulla propria attività, mentre solo il 4% ritiene possa essere un freno alla crescita. I dati di uno studio realizzato da Euler Hermes in collaborazione con Format Research

Dalla pandemia usciremo migliori? All'inizio ne eravamo convinti. Nei primi mesi del 2020, chiusi in casa, con le città deserte, pensavamo che tutti insieme, tutto il mondo insieme, ne saremmo usciti presto e soprattutto migliori. Oggi, a due anni di distanza, mentre imbocchiamo, forse, l'ultima curva prima del rettilineo finale che ci porterà fuori dal tunnel, non siamo più tanto convinti. Eppure, questo periodo di sospensione è stato fondamentale per ripensare molti modelli di business, per provare a scrivere nuove regole condivise sulla sostenibilità, dalla tutela dell'ambiente a quella dei lavoratori, dall'attenzione verso i giovani al riconoscimento professionale delle donne.

Su questo tema **Euler Hermes**, in collaborazione con **Format Research**, ha realizzato uno studio su un campione d'impresie italiane extra-agricole e non finanziarie, con un fatturato di almeno 2,5 milioni di euro.

Esg, la strada tracciata

Secondo l'indagine, le imprese che intendono competere, e vincere la sfida, devono aderire ai principi Esg, "farli propri e rimodulare i propri modelli produttivi guardando al futuro e al benessere delle persone". Ambiente, sociale e corporate governance sono i parametri discriminanti per valutare le imprese: è "la strada tracciata" dalle principali istituzioni internazionali. L'Unione Europea ha costruito il Next Generation Eu proprio sulla transizione energetica e sullo sviluppo di progetti sostenibili.

Da qui discendono i quattro pilastri sui quali la maggioranza delle imprese ha confermato l'intenzione di orientarsi per costruire un nuovo modello di sviluppo: "un cambiamento destinato ad avere un impatto positivo sul business; mettersi al riparo dagli effetti nefasti dei cambiamenti climatici; investire nella sostenibilità per cambiare i modelli produttivi; un'occasione per riformare i modelli di business".

Solo il 4% non è impegnato nella transizione

Nel dettaglio, il 50% delle imprese italiane è convinto che il processo di transizione verso un'economia sostenibile avrà un impatto favorevole sulla propria attività, il che spiega la decisione di tantissime aziende di aderire ai principi Esg, sviluppando i modelli di business sostenibili, come abbiamo visto.

In particolare, sono le aziende di dimensioni maggiori (il 72% del totale) ad aver "compreso l'importanza di modificare il loro rapporto con l'ambiente e con l'essere umano", scrivono gli analisti. Tra queste, le imprese manifatturiere del

Nord Italia e le grandi imprese della ricezione turistica e alberghiera, molte di quest'ultime presenti anche al Sud.

Il dato più significativo per comprendere la portata del cambiamento, secondo Euler Hermes, riguarda le aziende non convinte: solo il 4% delle imprese ritiene che lo sviluppo sostenibile possa essere un freno alla crescita. Il 37,8% delle aziende italiane ha già avviato investimenti in tema di sostenibilità ambientale; il 27,8% aveva iniziato prima del 2020, mentre il 10% ha cominciato nel corso dell'ultimo biennio. Solo il 7,7% lo farà entro il 2023.

Effetti positivi a cascata

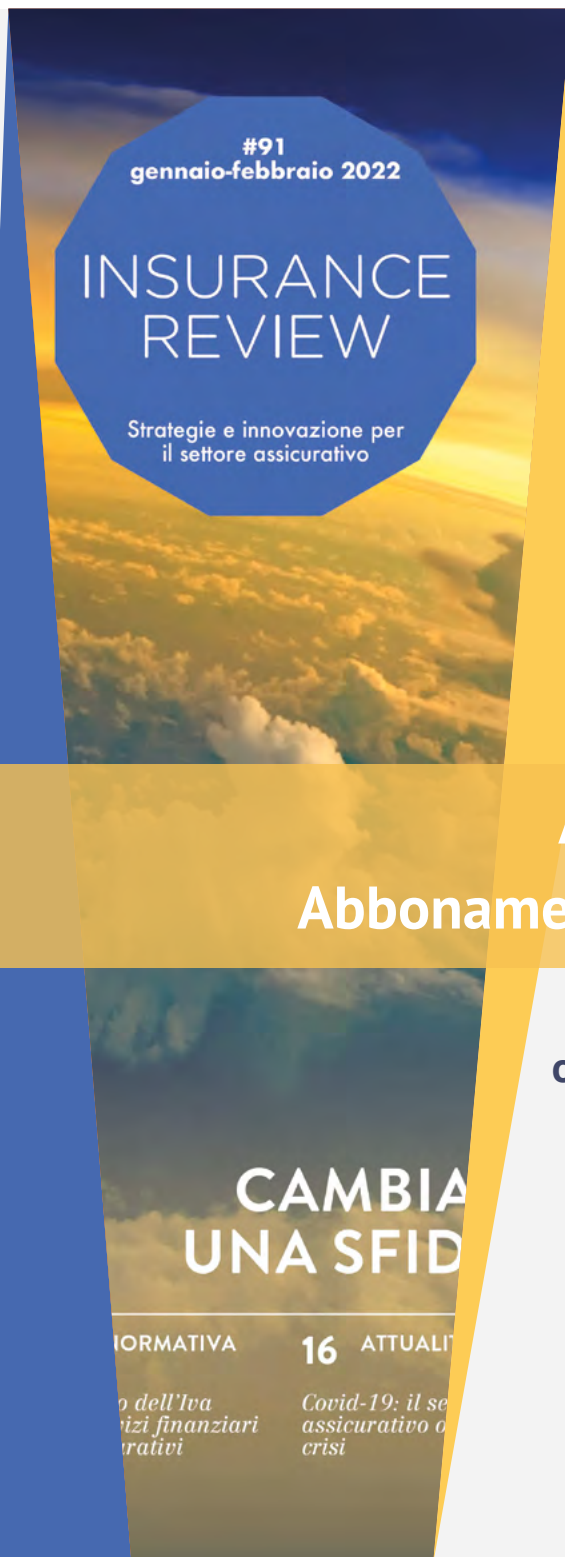
"A oggi – si legge nello studio – le aziende più avanzate in tema di stanziamenti sono quelle manifatturiere, del turismo e dei servizi alle imprese. A livello territoriale, sono a oggi in fase avanzata le aziende del Nord Est, Emilia Romagna, Veneto, Friuli Venezia Giulia e delle Province autonome di Trento e Bolzano".

Centrale è il tema normativo. Il 70% delle imprese punta alla sostenibilità per adeguarsi alle normative italiane e internazionali, ma anche perché investire nel settore migliora l'efficienza operativa, riduce i costi, e contribuisce ad aumentare il fatturato. Un'impresa su tre è convinta che investire nel green sia un acceleratore del business, nonché un facilitatore di accesso al credito.

"La sostenibilità – ha commentato **Pierluigi Ascani**, presidente di Format Research – non solo si sta dimostrando un booster della crescita, ma un vero e proprio volano di sviluppo, con le imprese che acquisiscono nuovo business dimostrando di essere sostenibili ai propri clienti e che allo stesso tempo chiedono ai propri fornitori di praticare adeguate politiche per la sostenibilità, con un effetto positivo circolare e a cascata sull'intero tessuto delle imprese italiane in filiera".



Fabrizio Aurilia



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