



PRIMO PIANO

Buone feste da Insurance Connect

La redazione di Insurance Connect va in vacanza dal 24 dicembre al 6 gennaio. Resteranno sempre a disposizione tutti i contenuti di www.insurancetrade.it, con le interviste, gli approfondimenti e i video dei quattro convegni organizzati nel 2014. Insurance Daily sarà di nuovo nelle vostre caselle email da lunedì 19 gennaio 2015.

Anche nel 2014 abbiamo cercato di fornirvi, attraverso le nostre tante attività, spunti nuovi per il dibattito e la riflessione, cercando di non fossilizzarci su argomenti autoreferenziali, ma di dare davvero un valore aggiunto all'informazione di settore. Il riscontro positivo che abbiamo ottenuto ci gratifica e ci stimola a impegnarci nelle novità per l'anno prossimo. A voi tutti, i nostri più calorosi auguri di buon Natale e felice 2015.



INTERMEDIARI

Verso un sindacato unico?

La volontà di rivendicare le singole posizioni pone tutto il sistema in una condizione di fragilità e instabilità, secondo il presidente del gruppo aziendale di UnipolSai, Jean François Mossino. Che richiama gli agenti alla costituzione di un'unica rappresentanza

Nuovi valori, visioni e soluzioni da condividere. Sull'importanza dell'unione fra i sindacati e fra gli agenti insiste uno dei protagonisti dell'intermediazione italiana: **Jean François Mossino**. Agente **UnipolSai** a Chivasso e Caluso (Torino), presidente della commissione agenti del **Bipar** e componente del *management committee* (Ufficio presidenza e comitato strategico del Bipar) e presidente del gruppo aziendale di UnipolSai, linea **Sai** che, con i suoi cinque gruppi aziendali, costituisce la compagine agenziale più numerosa della compagna.

Il Cda di UnipolSai, per voce dell'ad, Carlo Cimbri, dichiara di essere uscito dall'Ania motivando le ragioni in modo abbastanza circostanziato. L'Ania ha tentato di trattenerlo, senza successo. Dall'alto della sua esperienza, questa mossa di UnipolSai può compromettere, e quindi modificare, l'assetto del mercato provocando conseguenze a catena?

A ogni azione consegue una reazione. L'uscita da Ania di un protagonista così importante del mercato italiano provoca senza dubbio determinanti cambiamenti, tanto all'interno dell'associazione delle imprese, quanto all'esterno. Ma bisognerebbe interrogarsi sulle ragioni di una simile decisione, perché, a compromettere e a modificare l'assetto del mercato, potrebbero essere altre scelte, anche di chi è rimasto in Ania e magari ha contribuito a determinare le scelte di UnipolSai.

(continua a pag. 2)



Jean François Mossino

NEWS DA WWW.INSURANCETRADE.IT

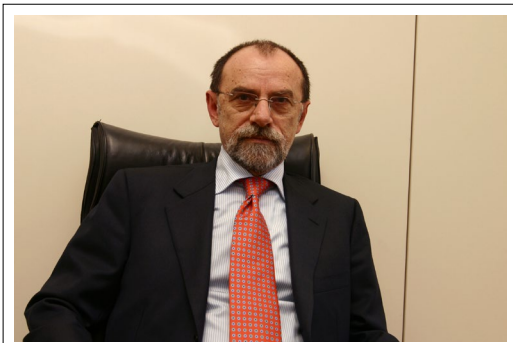
Allianz e Ace: accordo da 365 mln di dollari

Allianz e Ace hanno raggiunto un accordo per la cessione da parte del gruppo tedesco del *business personal* di **Fireman's Fund**, una delle controllate operanti negli Stati Uniti: la transazione ha il valore di 365 milioni di dollari. Ace incrementerà così la sua presenza nella fascia di clientela *high net worth* negli Stati Uniti, integrando la quota che già possiede in quel segmento di mercato. Ace, nell'ambito della transazione, acquisirà la riassicurazione delle passività esistenti, e l'accesso a una rete di 1.100 intermediari tra agenti e broker. L'operazione, che è soggetta all'approvazione delle Autorità competenti, dovrebbe essere completata nel secondo trimestre del 2015.

Dal canto suo, Allianz si ripositiona nel mercato P&C degli Stati Uniti attraverso l'integrazione di Fireman's Fund in **Allianz Global Corporate & Specialty**, la compagna *corporate* globale del gruppo Allianz.



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



Franco Ellena, direttore generale di UnipolSai

(continua da pag. 1)

L'Ania è tuttora in rotta di collisione con gli agenti: l'associazione delle imprese esclude la volontà di rinnovare l'accordo scaduto dal 2006. Sarebbe utile almeno fare sintesi sulle sostanziali modifiche avvenute nel corso degli otto anni trascorsi e apportate dal legislatore. È possibile, a suo parere, gestire un mercato senza regole certe?

Bisogna chiarire che cosa intendiamo per regole certe, perché da un po' di anni a questa parte ne servirebbero diverse, anche al di là dell'Ana, se vogliamo determinare una distribuzione assicurativa equilibrata e armonica nel nostro Paese. Circoscrivendo la domanda, all'assenza di un accordo nazionale tra imprese e agenti, vi sono Paesi, come la Spagna e la Germania, che non ne dispongono, eppure non versano in condizioni peggiori delle nostre. Personalmente, ritengo che sarebbe preferibile, in particolare nel nostro Paese, che si definisse un accordo nazionale, aggiornato ed evoluto, di riferimento e guida per gli accordi integrativi di secondo livello. In Francia lo si è fatto a metà degli anni '90.

Dalla viva voce del presidente della commissione distribuzione dell'Ania, Franco Ellena, abbiamo ascoltato che quanto contenuto nell'Ana 2003 dovrebbe essere focalizzato all'interno di singoli contratti aziendali. Quale il confine di una contrattazione tra primo e secondo livello? Eliminando le regole certe per tutti, non si corre il rischio di creare comportamenti non equi tra loro?

Ho già risposto nella precedente domanda, dicendo che cosa sarebbe meglio secondo me. Trattare al secondo livello gli istituti oggi definiti al primo livello, peraltro da oltre 50 anni, potrebbe generare instabilità, a danno di un ampio sistema di interlocutori: agenti, compagnie, consumatori e, quindi, del Paese in generale.

Diritto industriale: trattative serrate tra gruppi aziendali e singole imprese rappresentate per la titolarità dei dati della clientela e della parte che attiene la banca dati. È certamente un problema importante. A suo parere, potrebbe cambiare qualcosa se gli agenti acquisissero tale titolarità? Nel gruppo aziendale da lei presieduto che regole ci sono?

I dati sono del cliente, che sceglie a chi dare l'autorizzazione di trattarli e custodirli. In un mercato in rapida evoluzione, dove sono i clienti a incalzare lo sviluppo di nuove modalità di comunicazione e di relazione, dove nella maggior parte dei casi è indispensabile che compagnie e agenti mettano in comune le informazioni che hanno per elaborare strategie vincenti, questo tema è secondo me superato.

Ormai, tanto le compagnie quanto gli agenti, hanno modo e diritto di chiedere e ottenere, in autonomia e separatamente, i dati del cliente. Inoltre, sono molteplici le fonti e i canali di comunicazione per ottenere queste informazioni. Credo che ognuna delle parti debba essere titolare per il ruolo che riveste e per le competenze che ha, negoziando e definendo le condizioni alle quali condividere tutte le informazioni, in una sorta di campo neutrale, accessibile a entrambe le parti, da cui attingere i dati che servono a ognuno, per poterli utilizzare nel rispetto delle norme e delle leggi vigenti: in assoluta autonomia o in funzione di regole condivise.

Con i grandi gruppi assicurativi, che costituiscono il 70% del mercato, non credo che si possa adottare una soluzione differente; in particolare se gli agenti intendono utilizzare strumenti e società di servizio della compagnia per fidelizzare il cliente con offerte distinte e competitive, multi prodotto (scatola nera, carrozzerie convenzionate, finanziamenti, prodotti bancari, ecc.) e multicanale (nuove tecnologie e nuovi strumenti di relazione al servizio delle agenzie). Un anno dopo essere diventato presidente del Ga Sai, nel 2004, abbiamo sottoscritto un accordo con cui la compagnia si impegnava a ritornare a ogni agenzia Sai, su un server di proprietà dell'agente, tutti i dati dei clienti. L'accordo è a tuttora vigente e rispettato, nei limiti del praticabile e compatibile. *(continua a pag. 3)*



(continua da pag. 2) Allora eravamo agenti di una compagnia ben distinta nel gruppo Fondiaria Sai. Oggi non è più così. Sarebbe scorretto che la compagnia ritornasse alla mia agenzia informazioni e dati che un mio cliente ha dato a un collega di un'altra divisione del gruppo UnipolSai (magari ai tempi in cui eravamo concorrenti, mandatari di due compagnie diverse). Lo stesso per i dati di cui la compagnia dispone grazie alla raccolta effettuata dalla molteplicità di canali o di società di servizi di cui si avvale (ad esempio la banca). Diventare titolare di quei dati porrebbe oggettivamente problemi. Per questo motivo stiamo lavorando a un nuovo accordo di gruppo, anche su questo tema delicato e indispensabile.

Il 2 e 3 dicembre, il consiglio nazionale delle regioni di Aau, gruppo aziendale di UnipolSai, presieduto da Enzo Sivori, decide di uscire da Sna per costituire "un'associazione moderna, democratica autorevolmente rappresentativa". Può affermarsi il concetto dividi et impera? Quale il suo pensiero?

Che si tratti di un'ulteriore divisione non vi è dubbio. Mi chiedo, però, a chi derivi effettivamente il beneficio di imperare. A me non sembra che nessuna delle rappresentanze generaliste (sia delle compagnie da una parte, sia degli agenti dall'altra) siano oggi in condizioni di farlo: quanto meno in maniera forte, efficace e costruttiva. Se fossimo alla frutta, non sarebbe certo per effetto dell'ultimo di una serie di fatti che riguardano i rapporti tra l'associazione agenti Unipol e lo Sna. Molti altri andrebbero presi in esame a proposito di fatti precedenti: come ad esempio quelli che hanno visto nascere una terza rappresentanza degli agenti. Non riesco a vedere vincitori, nemmeno sul fronte delle compagnie. Questa situazione pone tutto il sistema in una condizione di fragilità e di instabilità. Nemmeno sono d'accordo con chi pensa che a pagarne le conseguenze saranno solo gli agenti. Le ripercussioni conseguenti sulle compagnie, e quindi sulla qualità dell'intero sistema distributivo, non tarderanno di manifestarsi, secondo me. Prevale purtroppo la volontà di affermare visioni e soluzioni eccessivamente arbitrarie, lontane tra di loro e, soprattutto, distanti dalla necessità di trovare punti di incontro. Troppo spesso anche lontane dal mondo reale. In una simile situazione è indispensabile che ognuno metta in discussione una parte delle proprie visioni e verifichi a cosa sia possibile rinunciare per conquistare nuovi valori, in particolare se questi ultimi servono a uscire da uno stato di crisi che continua a peggiorare con il passare del tempo. In questo senso credo che andrebbe accolto da tutte le rappresentanze degli agenti l'invito dell'Aau, che non vuole costituire un quarto sindacato: si rende al momento neutrale per invitare quelli che ci sono a costituirne uno solo. Temo però che prevalga la volontà di rivendicare invece le singole posizioni e ragioni. Il rischio è che in assenza di soluzioni concrete ai problemi che attanagliano ogni giorno di più la categoria, il vuoto lasciato si riempia in maniera inopportuna e dannosa, con azioni scoordinate, dettate dall'urgente necessità di risolvere.

Carla Barin

RICERCHE

Rc auto, rallenta il calo dei premi

Solo per i neopatentati i prezzi crescono del 3,3%. In Puglia e Calabria le riduzioni semestrali più considerevoli. Lo rileva un'analisi Facile.it e Assicurazione.it



Il premio Rc auto medio in Italia, a novembre 2014, è stato di 628,05 euro, con una contrazione dello 0,39%, rispetto a tre mesi prima e del 3,58% rispetto al semestre precedente. Questi i dati dell'*Osservatorio Rc auto di Facile.it e Assicurazione.it*, realizzato monitorando i prezzi offerti dalle compagnie assicurative attive sul mercato italiano e analizzando le caratteristiche dei preventivi compilati dagli utenti.

L'indagine analizza tre profili con classe di merito ed età differenti: un guidatore di 40 anni in prima classe di merito, per il quale l'assicurazione auto media, a novembre 2014, è stata di 337,7 euro (-1,7% rispetto a sei mesi prima); una donna di 35 anni, in quarta classe, con premio medio, registrato nel mese di novembre, di 365,18 euro (-8,9% nel semestre); un giovane neopatentato, in quattordicesima classe, che registra una leggera crescita (+3,3% nel semestre) facendo lievitare il premio medio a 1.517,14 euro.

Interessante è il dato legato alle garanzie accessorie: la copertura più scelta, a novembre 2014, è stata l'*assistenza stradale*, richiesta dal 34,44% degli utenti che hanno calcolato un preventivo; segue la *infortunati conducente* (tre mesi fa la preferita, ora ferma al 28,39%) e la *tutela legale*, con il 22,09%.

A livello regionale, si conferma il divario netto tra Nord e Sud, nei premi medi, con una classifica pressoché immobile rispetto alla rilevazione dello scorso trimestre: resta prima in classifica la Campania, unica regione che, rispetto al semestre precedente, registra un aumento dei suoi premi e dove il prezzo per l'assicurazione auto è il più alto in assoluto (1.249,57 euro); a netta distanza troviamo la Puglia (929,5 euro) e la Calabria (871,12 euro), tutte con premi che doppiano le regioni con i valori più bassi, vale a dire Valle d'Aosta (401,5 euro) e Friuli Venezia Giulia (430,16 euro); i cali più drastici li troviamo lì dove i premi sono più elevati: in Puglia (-13%) e Calabria (-12,4%).

Laura Servidio



GRAZIE

AGLI OLTRE **2.200** INTERMEDIARI ACCREDITATI
AI **CLIENTI** CHE HANNO SOTTOSCRITTO OLTRE **80.000** CONTRATTI
ALLE **COMPAGNIE** CHE CI HANNO DATO FIDUCIA
ABBIAMO RAGGIUNTO **30.000.000 €** DI PREMI

BUON NATALE E UN MIGLIORE 2015



ASSIMEDICI ASSINFERMIERI ASSIPROFESSIONISTI assi **Enti Pubblici** **MASTERcover**

ASSIMEDICI Srl

Viale di Porta Vercellina 20, 20123 Milano

Tel. (+39) 02.91.98.33.11 - Fax (+39) 02.87.18.19.05 - www.assimedi.it - E-mail info@assimedi.it

Numero Verde
800-MEDICI
800-633424

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 19 dicembre di www.insurancetrade.it

Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 - ISSN 2385-2577