



PRIMO PIANO

## Innovazione per le start up

Offrire soluzioni innovative per rispondere alle esigenze delle start up in un mercato in continua evoluzione. Con questo obiettivo Aviva e Polihub (Fondazione Politecnico di Milano) hanno presentato l'iniziativa Aviva Digital On, dedicata ai nuovi trend digitali, finalizzata a sostenere e premiare i progetti più innovativi a supporto di professionisti, imprenditori e Pmi. Dal 5 novembre all'11 gennaio 2015, professionisti, sviluppatori, studenti, start up, aziende o appassionati di digital, possono partecipare al contest con un progetto basato sulle tecnologie digitali (web, mobile, social, internet delle cose, big data, cloud, ecc.) che favorisca l'innovazione, migliori la produttività e supporti il business. I progetti presentati saranno valutati da un comitato costituito da esperti universitari, executive di Aviva e partner dell'iniziativa. Le dieci proposte ritenute più interessanti saranno invitate a partecipare alla fase finale: il 4 febbraio la premiazione dei progetti vincitori. In palio ci sono dodici mesi all'interno di PoliHub, l'incubatore del Politecnico di Milano, e l'accesso al programma di accelerazione "Start up program" presso l'ateneo milanese.

**Beniamino Musto**

INTERMEDIARI

## L'agenzia dei sogni

**Agenti uniti in grandi strutture, dove accentrare le attività burocratiche, che gestiscono rischi complessi per settori di nicchia, anche da casa, grazie a una piattaforma on line, a cui offrire servizi di qualità e un'estesa presenza sul territorio. Questa la struttura del futuro secondo Aleandro Paoloni, agente Cattolica a Roma**

Costi ridotti, elevata professionalità e tecnologia, la ricerca di settori specializzati e un team di consulenti in grado di dare risposte adeguate all'utente. Questa la formula per gli agenti che vogliono affrontare con successo il nuovo mercato, secondo **Aleandro Paoloni**, assicuratore per caso e, oggi, titolare di un'agenzia **Cattolica** di Roma, a gestione familiare.

Un'attività a cui abbina anche la vita associativa: diventa regionale dell'allora **Uniass**, poi si iscrive a **Sna**, è componente della Provinciale romana, che reputa una meravigliosa esperienza, e ricopre l'incarico di *tutor* nella *Commissione formazione* del Lazio.

**Le abitudini dell'assicurato sono cambiate, stravolte dalle nuove tecnologie. Compagnie e agenti devono rivedere processi commerciali come vendita, pre-vendita e servizio. La gestione agenziale ne verrà compromessa?**

Vero. Le abitudini dell'assicurato sono cambiate, ma la consulenza e il servizio, che può offrire l'agente e/o l'intermediario, rimane unico. Finché si tratta di fare polizze pre-confezionate, senza problemi o particolari esigenze, la tecnologia web può sopperire all'agente, anche se il risparmio, tanto decantato, è pura illusione e disinformazione che i media stanno usando a proprio uso e consumo. Questo, però, deve darci il *la* per cambiare le nostre abitudini e modificare l'attuale gestione agenziale. Dovremo attuare una serie di processi e procedimenti, puntando sulla nostra professionalità, abbinata a una elevata tecnologia. Sna dovrebbe supportare i propri iscritti progettando e sviluppando una piattaforma/portale web dove farli accedere e interfacciare le varie tariffe delle compagnie. Ma solo un'associazione che conta molti iscritti potrebbe investire in tal senso e, con la forza dei numeri, il costo diventerebbe talmente basso che sarebbe sciocco non aderire. Le compagnie si stanno attrezzando, noi ancora no.

**Giovanni Pitruzzella, presidente dell'Antitrust, sostiene che nello scenario assicurativo nazionale dell'Rca l'installazione della scatola nera potrebbe essere un freno al malaffare, almeno per alcune zone. Anche il Governo ha rimesso in agenda il problema assicurativo. A suo parere, l'Italia, il cui comparto assicurativo è il più frodato d'Europa, riuscirà a debellare tanta malavita?**

Gli ambiti sui quali intervenire sono svariati; con le attuali tecnologie, *non c'è peggior sordo di chi non vuol sentire*. La scatola nera è uno dei maggiori strumenti di controllo in caso di sinistro. Sparirebbero le micropermanenti (fittizie), sarebbe un grande aiuto per definire la responsabilità del sinistro e, oltretutto, un valido riscontro sulla quantificazione dei danni, senza risarcimenti gonfiati. Il problema dei nostri governanti è che a loro interessa poco sviluppare la cultura assicurativa. In questo istante si pensa solo a risparmiare, ma, una buona polizza assicurativa è una tutela: è quel che serve per la salvaguardia dei nostri beni e del nostro futuro.

**Ccnl dei dipendenti di agenzia: lo Sna ne annuncia la ratifica, con due sigle sindacali sconosciute: Fisals (Federazione italiana dei sindacati autonomi lavoratori stranieri) e Fesica (Federazione sindacale industria commercio artigianato).**

*(continua a pag. 2)*



Aleandro Paoloni



*(continua da pag. 1)* Nessuna delle due può vantare un solo iscritto tra i vostri dipendenti di agenzia. Ferma la ratifica del Comitato Centrale, da più parti, si esprimono dubbi di rappresentatività e, quindi, sul potere di sottoscrizione. Qual è il suo pensiero?

Nessuno può negarlo. Gli agenti sono in sofferenza vera. Tanti oneri e pochi onori. L'unica categoria che gestisce e guadagna, quasi come un dipendente di compagnia, a proprie spese, con la qualifica di imprenditore. Il calo del fatturato è importante. In questa evidente situazione di recessione, dovevamo obbligatoriamente *chiudere una lunga ed estenuante trattativa*. Che sia stata chiusa con una sigla minoritaria, non è molto importante... possiamo sempre assumere lavoratori stranieri ed è ciò che stanno facendo le compagnie telefoniche. Il mio pensiero è di forte delusione per non essere giunti ad una vera azione di convergenza tra tutte le parti in causa. Sindacati compresi.

**Uno tra i più importanti gruppi assicurativi del vecchio continente, per bocca di un alto dirigente, ha affermato, convinto, che i piccoli agenti dovrebbero dotarsi di un back office digitale e trasformare la propria professione in risk management. In altre parole, dovrebbero smantellare le sedi agenziali, dipendenti e dotarsi solo di un ottimo computer? Lungimiranza o catastrofismo?**

Direi, che da una parte, sarei portato a dargli ragione, dall'altra mi rimane molto difficile pensare ad un abbandono di un punto di riferimento delle imprese, per l'immagine del loro brand, ma anche per gli utenti/assicurati fidelizzati che sono ancora tantissimi. Sarebbe come confermare lo sviluppo del centro commerciale, abbandonando totalmente il negozio di quartiere. Forse, commercialmente valido, ma potrebbe diventare un ulteriore impoverimento del nostro status di cittadini.

Le dò, invece, la mia interpretazione di come affronterei l'odierno mercato e di un mio sogno: più agenti, professionisti validi ed onesti, uniti in grandi strutture, dove accentrare le attività burocratiche, lo sviluppo e la soluzione di rischi complessi, ma con un'estesa presenza territoriale che potrebbero essere tanti piccoli uffici. Attività gestibile, anche da casa, con un'ottima piattaforma on line. Costi ridotti, arricchimento culturale, settori di nicchia specializzati, alta professionalità e la consapevolezza di un team di consulenti sempre pronti a dare al cittadino una mano in caso di bisogno. Non sembra, ma, oggi, la categoria ha necessità di operare nella sicurezza -fiducia nel proprio operato e nella propria mandante. e tranquillità. Da parte nostra, solo una squadra con coesione d'intenti può attraversare il guado!

*Carla Barin*

1 9 8 9 – 2 0 1 4

25

OGGI, COME 25 ANNI FA,  
SOLIDITÀ E COMPETENZA  
AL VOSTRO SERVIZIO

Gen Re®

Be direct.

Rivolgiti ad un sottoscrittore  
esperto, vicino a te.

In qualità di riassicuratori diretti valutiamo e sottoscriviamo ogni rischio insieme al nostro cliente. Questo scambio continuo di conoscenze tecniche ci consente di formulare la migliore offerta possibile per entrambe le parti.

Per le tue esigenze riassicurative scegli  
la via più semplice ed efficace: chiama  
oggi stesso un sottoscrittore Gen Re.

*Your success is our business.*



COMPAGNIE

## L'Expo è assicurata

**Generali Italia si è aggiudicata, con una gara europea, la copertura assicurativa danni e Rc del prestigioso evento, che si terrà a Milano dal 1° maggio al 31 ottobre del prossimo anno**

La polizza di **Generali Italia** assicura, attraverso *Global Corporate & Commercial* (la business unit internazionale dedicata all'assicurazione danni per le imprese di grandi dimensioni) i danni materiali, alle opere e al contenuto e la responsabilità civile durante le fasi di costruzione, durante l'esposizione e per i successivi dieci anni dalla realizzazione dell'opera.

“Siamo molto soddisfatti – ha dichiarato **Philippe Donnet**, amministratore delegato di Generali Italia – di essere il partner assicurativo di **Expo 2015**, una manifestazione di grande rilevanza internazionale e di notevole importanza per l'Italia. Grazie all'expertise internazionale del Gruppo e alla capacità di fornire le migliori soluzioni assicurative di Generali Italia, supporteremo Expo in ogni necessità di protezione, durante tutte le fasi dell'evento”.

Nell'elaborazione e sviluppo delle soluzioni necessarie alla copertura assicurativa della manifestazione, Expo 2015 Spa si è avvalsa della consulenza di **Aon**. “Siamo al fianco di Expo dal marzo del 2012, in qualità di broker esclusivo – ha ricordato **Andrea Parisi**, vice direttore generale di Aon e consigliere d'amministrazione – a seguito dell'aggiudicazione di apposita gara europea, per l'analisi dei rischi e l'identificazione del corretto mix di soluzioni per la gestione delle esposizioni”.

Per offrire un pronto intervento in caso di sinistro, sarà istituito un *help desk* multilingua presso l'area espositiva, gestito da esperti di **Europ Assistance**, la compagnia del gruppo Generali specializzata nel settore dell'assistenza privata.

“La partnership con Generali – ha osservato **Giuseppe Sala**, amministratore delegato di Expo 2015 – rappresenta una garanzia per l'Expo. Gli strumenti assicurativi sviluppati per l'esposizione universale ci permettono di lavorare con serenità alla costruzione e all'organizzazione dell'evento e saranno fondamentali, durante i sei mesi della manifestazione, per far vivere ai 20 milioni di visitatori attesi un'esperienza davvero straordinaria, in completa sicurezza”.

**Laura Servidio**

COMPAGNIE

## Equilibrio=benessere

**Una migliore gestione del tempo, il coinvolgimento della famiglia, la tutela della salute e della sicurezza. Questi gli obiettivi del work-life balance, utilizzato in Allianz già dagli anni '80**

Tutti gli strumenti che le aziende mettono a disposizione dei propri dipendenti per favorire la ricerca dell'equilibrio tra lavoro e famiglia (e del benessere) prendono il nome di *work-life balance*. Un concetto introdotto negli Stati Uniti verso la fine degli anni '70, per aiutare i dipendenti a gestire al meglio la vita professionale e privata e utilizzato in **Allianz**, a partire dagli anni '80.

“I principali strumenti e norme contrattuali di *work-life Balance*, presenti oggi in Allianz – racconta **Laura Pavani**, responsabile talent management di Allianz Italia – sono riconducibili a tre ambiti: l'equilibrio nella gestione del tempo; il coinvolgimento della famiglia e la tutela della salute e della sicurezza.

Riguardo al primo ambito – spiega – sono previste differenti tipologie di part time (verticale, orizzontale o misto), laddove la percentuale dei dipendenti con questo tipo di contratto, sul totale dipendenti Allianz Italia, è oggi del 15%; inoltre, è prevista una flessibilità oraria in entrata o uscita dalla sede di lavoro, e la maturazione di una banca ore che permette, all'occorrenza, un successivo utilizzo delle stesse; vi è poi il time-saving, il servizio di assistenza fiscale, uno sportello bancario interno, i servizi di mensa e di lavanderia, la possibilità di sottoscrivere in azienda abbonamenti con le aziende di trasporto locale, e la palestra”.

Il secondo ambito prevede la presenza di un asilo nido aziendale; un servizio di orientamento nel mondo del lavoro, offerto ai figli, fratelli e sorelle dei dipendenti (tra 18 ai 28 anni); la possibilità, una volta all'anno, per i bambini dei dipendenti di visitare la sede di lavoro del proprio genitore; borse di studio per i figli dei dipendenti che frequentano la scuola, dalla 5° elementare fino all'università; il corso di inglese on line gratuito usufruibile dal dipendente e da un suo familiare. “Per tutelare la salute e la sicurezza – conclude Pavani – vi è un'iniziativa di medicina preventiva che dà la possibilità di effettuare visite mediche di prevenzione; il servizio di ascolto e sostegno psicologico, il servizio telefonico, a supporto del benessere psicologico e quello d'infermeria e gestione della sicurezza sul lavoro”.

**L.S.**



## L'Italia è leader nelle scatole nere

**Secondo le rivelazioni dell'Ania nel nostro Paese, le black box sono più che raddoppiate, negli ultimi due anni, raggiungendo, nel 2014, quota tre milioni di esemplari**



Sempre più popolari tra gli automobilisti, i dispositivi elettronici installati nelle autovetture della Penisola, entro la fine dell'anno, saranno circa tre milioni. A rivelarlo, l'**Ania**, che registra una progressione, degli ultimi anni, assai rapida: a fine 2012, risultavano 1,2 milioni di scatole nere utilizzate dagli assicurati e, a fine 2013, il loro numero era già salito a due milioni di esemplari.

Un simile successo è avvenuto per effetto della naturale dinamica del mercato, caratterizzata da un'offerta di prodotti e servizi sempre più evoluta e dalla disponibilità al cambiamento degli automobilisti, attirati dalle favorevoli condizioni contrattuali delle polizze con scatola nera.

Secondo l'Ania, per promuovere lo sviluppo del mercato non è necessario imporre sconti, in misura predefinita rispetto ai contratti tradizionali, ma anzi "ciò rischierebbe di frenare la diffusione dei nuovi strumenti telematici, invece di favorirla.

Ciò non significa - osserva l'Ania - che l'utilizzo delle scatole nere non comporti riduzioni tariffarie anche consistenti a beneficio dei consumatori, soprattutto i più giovani". Secondo un'indagine realizzata dall'associazione lo scorso ottobre (che ha avuto per oggetto neopatentati di età compresa tra i 18 e i 25 anni, inquadrati nelle migliori classi di bonus-malus) si è verificata una significativa riduzione del rischio assicurativo per quanti, nel 2013, avevano sottoscritto un contratto con scatola nera e, nella gran parte delle province, è stato registrato un rilevante calo del premio puro assicurativo: rispetto a polizze prive di scatola nera, il premio puro è risultato inferiore di circa il 38 % a Roma, di oltre il 40% a Napoli e Bologna e di oltre il 60% a Palermo.

"Il principale cambiamento che stiamo osservando con l'introduzione delle scatole nere - spiega **Aldo Minucci**, presidente dell'Ania - attiene agli stili di guida degli automobilisti. Laddove le polizze prevedono un ulteriore sistema premiante, in termini di prezzo a fronte di comportamenti virtuosi monitorati dai dispositivi telematici, gli italiani reagiscono positivamente. Rispettano le regole, diventano automobilisti più prudenti. Stiamo, insomma, assistendo a una sorta di rivoluzione culturale - conclude Minucci - che si accompagna anche a un costo più contenuto delle coperture assicurative".

L.S.



Nai fareimpresa: soluzioni su misura per la piccola e media impresa.  
[www.nationalesuisse.it](http://www.nationalesuisse.it)

l'arte di assicurare

**nationale  
suisse**

### 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 25 novembre di [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it)

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