



PRIMO PIANO

Donne, motore per la crescita

Le donne costituiscono un bacino di risorse inutilizzato, nonostante siano uno straordinario potenziale di crescita per il Paese.

Sull'evoluzione del loro ruolo nel mercato del lavoro, il settore assicurativo può dare un contributo "grazie a obiettivi e target chiari e misurabili".

Ne è convinto Andrea Rossi, numero uno di Axa in Italia, che è intervenuto nell'ambito del workshop *Il genere della finanza: quali sfide?* tenutosi presso l'università Bocconi di Milano. Rossi sottolinea che il proprio gruppo ha avviato "un meccanismo di identificazione di talenti, di coaching per la leadership al femminile e per il rientro della maternità".

Nel settore delle assicurazioni, secondo uno studio di Axa, sebbene ci sia una sostanziale parità di genere nel numero dei dipendenti, quando si sale alle posizioni apicali la differenza di genere aumenta: tra i dirigenti solo il 12% è donna (dati Ania 2010).

L'Ocse, nel 2012, ha evidenziato che se la partecipazione femminile al lavoro raggiungesse i livelli maschili, la forza lavoro italiana crescerebbe del 7% e il Pil-pro capite dell'1% annuo.

Inoltre, "l'entrata delle donne nei Cda può avere un'influenza sull'evoluzione della governance, sulla trasparenza e sulle carriere", sostiene l'economista e consigliere non esecutivo di Unicredit, Lucrezia Reichlin, convinta che la legge sulle quote rosa nei cda delle quotate rappresenti "una piccola goccia ma molto importante".

Beniamino Musto

INTERMEDIARI

Collaborazioni, un agente wholesale sul modello dei broker

Da un territorio difficile come quello siciliano della provincia di Agrigento possono arrivare nuove idee per lo sviluppo delle agenzie più in difficoltà

A che punto siamo con la reale penetrazione delle collaborazioni tra intermediari è difficile dirlo. Tra interpretazioni in senso strategico o in senso tattico, posizioni contrapposte ed entusiasmi della prima ora, forse è ancora troppo presto per stabilire quanto si stia diffondendo la nuova possibilità e soprattutto se si siano già fissate le best practice da cui far discendere un modello. Un'interpretazione originale però, tra tanti distinguo, la fornisce **Giovanni Borsellino**, presidente provinciale **Sna** di Agrigento, che pensa a un agente *wholesale* sul modello broker, con uno o più mandati ricevuti tramite il sindacato.

Come sono vissute le collaborazioni tra intermediari dagli operatori siciliani?

Non sono tra coloro che si aspettano conseguenze rivoluzionarie dalla libertà di collaborazione tra intermediari: è un fatto positivo che una battaglia che lo Sna porta avanti dai tempi di Ghironi e delle lenzuolate di Bersani abbia finalmente trovato uno sbocco utile.

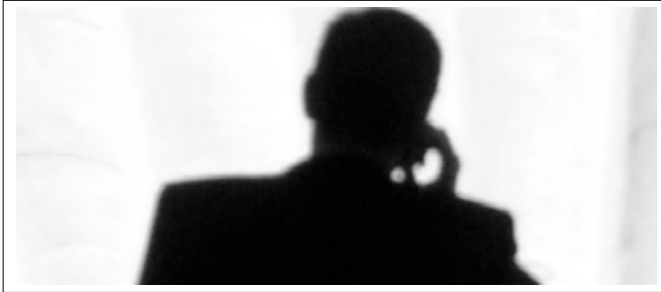
Ma ho anche il timore che, almeno nella nostra realtà, la collaborazione resterà un fatto molto limitato, per almeno due ragioni: le compagnie continueranno a mettere i bastoni tra le ruote e a "scoraggiare" i colleghi, mentre questi sono portati a vedere nell'intermediario sempre e comunque un concorrente. Credo che questa libertà di collaborazione verrà utilizzata in modo "tattico" ma prevalentemente difensivo, e cioè nell'ottica di mantenere il rapporto con il cliente, che vuole una certa polizza che la mandante principale non gradisce, eliminando gli specchietti per le allodole finora collocati in E e i rischi sottintesi a una collaborazione "sotterranea" (e questo è positivo). Occorrerebbe inventarsi una sorta di agente provinciale *wholesale*, che potrebbe essere il presidente Sna con uno o più mandati ricevuti per il tramite del sindacato, e aperto alla collaborazione, in favore di tutti i colleghi iscritti della provincia, che sarebbero così rassicurati circa il loro rapporto con il proprio cliente: qualcosa del genere già lo fanno i broker.

Esiste uno "spread" di diritti e uno di rispetto civile tra agenti e le imprese. Saprebbe esprimere un misuratore di questo spread, valutata la situazione nella quale la vostra categoria naviga?

Se un misuratore si vuole cercare, lo si può trovare solo nella capacità dell'agente di essere malleabile rispetto alle direttive della mandante; finché ti adatti, segui le indicazioni, raggiungi gli obiettivi, produci un utile apprezzabile per la mandante, sei un bravo agente e per te c'è il massimo rispetto; ma non appena esci fuori dal recinto, il rapporto con la mandante va a farsi benedire e non si rispettano più non solo la civiltà ma nemmeno la buona creanza. E se vuoi vedere riconosciuti i tuoi diritti devi andare in tribunale. (continua a p.2)



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



(continua da p. 1) Il mercato italiano soffre molto. Al netto dell'inflazione i conti sarebbero in rosso. Sono spariti i veri assicuratori? La responsabilità deve ricadere sul management non all'altezza del ruolo, dei prodotti assicurativi poco appetibili e spesso scopiazzati o di un servizio migliore che manca?

Gli assicuratori *tout-court* sono sempre meno nelle compagnie, indirizzate a sviluppare il settore vita con commistioni di carattere finanziario-speculativo che hanno stravolto il ruolo tradizionale di venditori di sicurezze e tutele. Sono stati venduti ai nostri migliori clienti prodotti con fondamenta d'argilla. Facile immaginare le ricadute negative in termini di immagine, propensione alla spesa assicurativa e di sviluppo. La nostra categoria spesso appare più impegnata nella difesa dell'esistente piuttosto che nella crescita e nello sviluppo del portafoglio. Siamo legati ai capricci delle mandanti: oggi ti fanno sviluppare un dato segmento di mercato con un prodotto anche interessante e competitivo per poi disdettare tutto il portafoglio creato con grandi sacrifici. Anche le realtà agenziali meglio organizzate (e non sono poi tantissime) sul piano commerciale soffrono di questi cambiamenti di rotta repentini, e sono "costrette", per tenersi in piedi, a dedicarsi a prodotti molto standardizzati e dallo scarso valore aggiunto.

Carla Barin

PER RICEVERE OGNI GIORNO "INSURANCE DAILY",
IL PRIMO QUOTIDIANO DEL SETTORE ASSICURATIVO,
ISCRIVITI GRATUITAMENTE AL SITO
WWW.INSURANCETRADE.IT

IPF
italy protection forum
* pension

3° Annual

Milano
Hotel Principe di Savoia

26 marzo
09:30 - 17:00

Registrati

partecipazione
gratuita

www.italyprotectionforum.it

Innovazione = Opportunità



è il momento di fare qualcosa di diverso



PRODOTTI

Easy, il servizio di membership che risolve i piccoli grandi problemi quotidiani

Il programma, lanciato da Europ Assistance, mette a disposizione un personal assistant 24 ore su 24

Una soluzione rapida, pensata per provare a risolvere tutti i piccoli grandi problemi della vita quotidiana: è questo l'obiettivo dichiarato di *Easy*, l'ultimo prodotto lanciato da **Europ Assistance**. Si tratta di un programma di membership aderendo al quale si potrà chiamare un numero unico dedicato per essere assistiti in ogni momento del giorno e della notte, e per qualunque esigenza.

Il servizio mette a disposizione 365 giorni l'anno, sette giorni su sette e 24 ore al giorno un personal assistant in grado di trovare la soluzione giusta a ogni bisogno di assistenza, come ad esempio quello di poter disporre di una protezione sicura per i propri dati sensibili, evitando le preoccupazioni legate ai furti d'identità e le relative frodi creditizie, oppure di avere un passaporto sanitario aggiornato e disponibile in 11 lingue, con una cartella clinica archiviata in un'unica piattaforma e facilmente consultabile.

Easy, inoltre, mette a disposizione un'agenda online per organizzare e gestire le proprie attività quotidiane, gli appuntamenti personali e tutte le scadenze relative ad auto, viaggi, casa e salute.

L'adesione al programma di membership offre la possibilità di avere vantaggi sull'intera offerta di *Europ Assistance*, con uno sconto fino al 20% sulle soluzioni assicurative e fino al 10% sui servizi di assistenza *on demand*. Ai clienti di *Easy* viene proposta inoltre una gamma di prodotti dedicati, che vanno dalla consulenza medica telefonica alla prenotazione di un *check up* personalizzato o di esami diagnostici, fino al programma *travel tips*, che permette di bloccare immediatamente le carte di credito, prenotare un albergo anche all'ultimo minuto, noleggiare un'auto, chiedere informazioni turistiche mediche e burocratiche sulle proprie mete di viaggio.

Easy è acquistabile online attraverso il sito internet di *Europ Assistance*, nella sezione dedicata, chiamando il numero verde dedicato (803803) oppure presso una filiale della compagnia (nelle città di Milano, Bologna e Roma).

“Abbiamo l'ambizione di rendere *Easy* un nuovo modo di vivere e di pensare - spiega **Paolo Frapiccini**, amministratore delegato e direttore generale di *Europ Assistance Italia* - senza stress e riducendo al minimo le preoccupazioni quotidiane e l'ansia da imprevisto. Secondo Frapiccini, *Easy* diventerà il fiore all'occhiello dell'offerta di *Europ Assistance*. “Questo risultato - sottolinea il numero uno della compagnia - è raggiungibile solo svolgendo sempre meglio la nostra mission: risolvere i piccoli e grandi problemi di ogni giorno”.

B.M.

COMPAGNIE

Quixa, un anno di spesa gratis a chi fa un preventivo online

Il concorso, che scade il 14 aprile, mette in palio 5.000 euro da spendere in buoni acquisto in supermercati convenzionati e una cena preparata a domicilio da un personal chef

Un anno di spesa gratis facendo un preventivo online. È quanto è possibile vincere partecipando al nuovo concorso lanciato da **Quixa**, compagnia online del gruppo **Axa**. L'iniziativa offrirà, a tutti coloro che salveranno un preventivo online per la propria polizza auto, la possibilità di vincere dei buoni spesa per un valore totale di 5.000 euro. Una somma considerevole, che è stata quantificata come l'equivalente della somma spesa in un anno da un nucleo familiare medio formato da quattro persone. I buoni si potranno spendere in uno degli oltre 270 supermercati e ipermercati convenzionati con l'iniziativa.

Il concorso, che *Quixa* ha chiamato *Preventivo gustoso*, mette in palio anche un'altra sorpresa per il fortunato vincitore: la possibilità di avere a disposizione un personal chef che cucinerà a domicilio un menu di alta gastronomia. Il cuoco che sarà a disposizione del vincitore è Marco Sacco, presidente del gruppo Chic, (*Charming Italian chef*, www.charmingitalianchef.com): sarà lui ad allestire un'intera cena, dall'antipasto al dolce, realizzata secondo i gusti del vincitore.

L'iniziativa è partita ufficialmente il 18 marzo. Per partecipare al concorso è sufficiente salvare un preventivo per la propria polizza Rc auto sul sito www.quixa.it o sul sito mobile m.quixa.it entro il 14 aprile 2013, senza nessun obbligo di acquisto. Il salvataggio del preventivo avviene semplicemente cliccando sul pulsante *Fai un preventivo auto* presente in home page del sito web o nelle sue sezioni interne, e inserire le informazioni richieste seguendo la procedura guidata. Sul sito mobile è invece sufficiente inserire la targa del veicolo da assicurare, assieme alla data di nascita del proprietario, per ottenere una quotazione. L'estrazione del vincitore verrà effettuata entro il 15 maggio. Tutti gli ulteriori dettagli relativi al concorso e al regolamento sono disponibili all'indirizzo internet della compagnia.

B.M.





Telemedicina, vantaggi poco sfruttati

La Commissione Europea nel 2008 approvò il documento Com-2008-689/Final sulla telemedicina “a beneficio dei pazienti, dei sistemi sanitari, della società”.

Le conclusioni del parere del Cese sono le seguenti:

- la telemedicina necessita di un'ideale attività di comunicazione;
- lo sviluppo della telemedicina dev'essere visto nel quadro di una evoluzione generale delle politiche e dei sistemi sanitari;
- gli utenti del sistema sanitario dovranno diventare maggiormente “attori” della loro salute.

Alcune regioni, come il Veneto e la Lombardia, hanno sviluppato progetti di rilevante interesse, ma ancora siamo distanti per alcuni servizi, dai livelli essenziali di assistenza.

Tante sono le aziende che si occupano oggi in Italia di telemedicina, ma la diffusione di tale tecnologia è praticamente vicina allo zero, sebbene produrrebbe reali risparmi alla Sanità sia privata che pubblica, e quindi al cittadino.

La vera questione è, come mai la telemedicina non decolla? Si deve attribuire la scarsa diffusione alla instabilità degli attuali sistemi di monitoraggio o di trasmissione del dato? O forse il problema è la complicazione delle norme riguardanti il trattamento dei dati sensibili che certamente non facilita il lavoro di chi si vuole cimentare in tale tecnologia?

Come mai una tecnologia che oggi costa poco, per lo meno per gli ipertesi, i diabetici e gli scompensati non trova una sua diffusione capillare?

Io mi sono fatto un'idea:

- poca attrattività dei *device* il cui aspetto è poco curato, anche se oggi iHealth, azienda americana, ha prodotto dei *device* con un bellissimo aspetto sulla logica dei prodotti Apple;

- i sistemi di telemedicina non sono ancora *user friendly* (facili da usare);
- ci si ostina a creare delle cartelle mediche con l'inserimento dei dati a cura del paziente invece che limitarsi a cartelle più semplici e soprattutto in cui i dati vengono inseriti automaticamente;
- c'è ancora una certa ostilità da parte dei medici di famiglia;
- i costi di erogazione praticati dalle società che attualmente offrono questo servizio sono elevati;
- scarsa o quasi nulla è la diffusione dei *device* adatti alla telemedicina nelle farmacie;

Alla luce di quanto sopra, il primo operatore che risolverà questi aspetti si accaparrerà gran parte del mercato in virtù del detto “chi ben comincia è a metà dell'opera”.

Leonardo Alberti,
trainer scuola di Palo Alto,
consulente di direzione strategica in ambito assicurativo,
docente vendite e management



INSIEME A VOI
IL FUTURO CHE ABBIAMO PENSATO!



NOI SAPPIAMO
COSA VOGLIONO GLI AGENTI

vieni a scoprirci su
www.anapaweb.it

Insurance Daily

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio alaggio@insuranceconnect.it

Editore e Redazione: Insurance Connect Srl, Via Montepulciano 21, 20124 Milano 02.87069835 redazione@insuranceconnect.it

Per inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.it

Supplemento al 19 marzo di www.insurancetrade.it

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