

PRIMO PIANO

Record delle polizze agricole

Il mercato delle polizze agricole agevolate ha raggiunto nel 2023 il suo nuovo massimo storico. Lo scorso anno, secondo l'ultimo rapporto di Ismea sulla gestione del rischio in agricoltura, il giro d'affari delle polizze finanziate con contributi comunitari e nazionali è ammontato a 10,3 miliardi di euro, in rialzo del 2,2% su base annua. A trainare il mercato al nuovo record è stato principalmente il +4,1% fatto segnare dal comparto delle colture vegetali che, con un risultato complessivo di 7,5 miliardi di euro di produzione lorda vendibile assicurata, è riuscito a compensare il calo messo a bilancio dalla zootecnia (-1,5%) e dalle strutture aziendali (-3,6%).

Il rapporto segnala un'inversione di tendenza rispetto agli ultimi anni nei costi assicurativi, con la tariffa media nel comparto vegetale che registra per la prima volta dal 2016 una contrazione (-0,33%) dopo un 2022 caratterizzato da un migliore rapporto sinistri/premi. Cala del 4% pure il numero di aziende assicurate, oggi poco più di 63mila, per una superficie complessiva di 1,28 milioni di ettari: anche aggiungendo al dato gli allevamenti e le aziende con polizze contro i danni alle strutture, il trend rimane comunque in discesa rispetto al 2022 (-4%), con un totale di circa 74mila imprese assicurate.

Giacomo Corvi

AGENTI

Ulivieri, guardare al futuro senza dimenticare le proprie radici

Arrivato al suo settimo mandato, il presidente del Gruppo Agenti Zurich (Gaz) fa il punto con Insurance Daily sulle sfide di una fase complessa e di cambiamento per il ruolo dell'agente. Parole di apprezzamento per il nuovo ceo di Zurich Italia, Bruno Scaroni, che ha annunciato che la compagnia non investirà più nel canale diretto per concentrare i propri sforzi su quello fisico

Il ventinovesimo congresso del Gruppo Agenti Zurich (Gaz) ha confermato ancora una volta Enrico Ulivieri alla presidenza dell'associazione. Si tratta del settimo mandato per l'agente che guida il gruppo dal 2007. Nel corso del congresso, che si è svolto in Sardegna (a Chia) dal 6 all'8 giugno, Ulivieri ha fatto il punto sull'operato dell'associazione nell'ultimo mandato chiarendone gli obiettivi per il prossimo futuro, che vertono in primis su un più stretto rapporto con la base. Il presidente si è anche confrontato con i vertici della compagnia che hanno partecipato all'appuntamento, in particolare con Michele Colio, head of distribution marketing & costumers di Zurich Italia. Molto apprezzato è stato l'intervento dell'amministratore delegato Bruno Scaroni, che ha fatto un importante annuncio: la compagnia non investirà più sul proprio canale diretto per concentrare tutte le proprie energie sulle reti fisiche. Una scelta accolta con grande soddisfazione dal gruppo agenti, e di cui Ulivieri, in questa intervista a Insurance Daily, sottolinea la valenza strategica. "Trovo molto positivo – spiega – che una multinazionale come Zurich decida di concentrare in un paese come il nostro tutti i propri investimenti sui canali fisici. Bisognerà capire le future opportunità che una scelta così importante ci potrà regalare, ma sono confidente: sono sempre stato dell'idea che le novità vadano affrontate con fiducia e non con paura".



Enrico Ulivieri

COSA SARÀ DI ZURICH CONNECT

Il nome di Zurich Connect, tuttavia, non sparirà, precisa Ulivieri: "la delicata operazione ci vedrà impegnati su due fronti: il primo è rappresentato dal tentativo di far avvicinare i circa 300mila clienti al mondo agenziale, definiamolo tradizionale; allo stesso tempo, competenze, flessibilità e know how potrebbero essere messi a disposizione degli agenti Zurich per coprire rischi particolari, quali gli stand alone o in futuro quelli cat nat. Inoltre è in partenza un progetto pilota dedicato alle coperture assicurative dei fabbricati civili (condomini)". Una soluzione nei confronti della quale, tuttavia, c'è chi vede qualche rischio per gli agenti. Il presidente del Gaz non è di questo avviso. "Nel nostro mondo – dice – c'è qualcuno che sta cercando di mantenere uno status quo legato a un modello di agente che non esiste più. Rispetto a questa iniziativa noi avremmo potuto in effetti scegliere di ritirarci sull'Aventino: la compagnia avrebbe distribuito ugualmente i mandati di questo nuovo esperimento, ma noi non avremmo avuto alcun controllo sull'operazione". (continua a pag 2)

(continua da pag 1) “Noi invece - prosegue - abbiamo deciso di voler valutare quali fossero i rischi per noi, per poi eventualmente cercare di influenzare la compagnia per limitarli”. Ulivieri sottolinea che i rapporti che il Gaz ha con Zurich “sono finalmente buoni ma non per caso. Sono il frutto di un lungo percorso politico fatto anche di battaglie a volte durissime. Oggi rispetto al passato il rapporto con la compagnia, e in particolare con Michele Colio, è schietto, vero e fortemente rispettoso dei ruoli e dei rispettivi obiettivi. Rispetto al passato – aggiunge – la compagnia alle parole ha fatto seguire i fatti”: Ulivieri cita l’aumento delle tabelle provvigionali e i contributi elargiti durante il Covid-19 (di cui la mandante non ha mai chiesto la restituzione) fino ad arrivare a concentrare tutte le sue energie verso i canali fisici. “Quando la compagnia ci aiuta a sostenere di più la redditività dei colleghi, e quando ci aiuta a certificare l’importanza di un canale dichiarato essenziale, io non posso che dichiarare di essere soddisfatto, sempre nei limiti di una relazione che gioco-forza può diventare anche conflittuale, sempre però nell’alveo rappresentato dal profondo senso di rispetto reciproco”.



L'APPREZZAMENTO PER IL NUOVO CEO SCARONI

Molto positiva è l’opinione nei confronti del nuovo amministratore delegato per l’Italia. “L’ingegner Scaroni è riuscito a trasmetterci entusiasmo. La sua nomina ha certificato la volontà della casa madre di voler investire nel nostro paese”. Scaroni, che già era stato in Zurich prima di passare in **Generali**, “dove ha certamente vissuto una importante esperienza professionale, è venuto a raccogliere una sfida affascinante ma non semplicissima”. Oltre all’entusiasmo di veder tornare a casa un manager di primo piano, “il nuovo country ceo – riflette Ulivieri – durante il congresso ha avuto la capacità di essere empatico nel suo modo di rapportarsi con i colleghi. Oltre al suo intervento, il suo comportamento all’interno delle giornate che ha trascorso con noi ha colpito positivamente tutti i colleghi. Io non avevo dubbi perché già conoscevo le qualità della persona oltre alle indubbie competenze da manager. Ma per i colleghi è stato bello vedere qualcuno che riuscisse a generare entusiasmo dimostrando grande empatia. Era da tempo che all’interno del nostro gruppo sentivamo la necessità di trovare una guida. E pensando a tutti i cambiamenti che ci aspettano nel prossimo futuro, credo che miglior guida non ci potesse capitare”. Non sarà un percorso semplice, ammette Ulivieri, “perché siamo attesi da grandi sfide”. Grandi sfide che, aggiunge, “dovranno essere portate avanti da una rete agenziale capace di immaginare, intercettare e capire quali cambiamenti dovrà fare per essere coerente col mercato di riferimento, oltre che con la Nuova Zurich che sta ridefinendo i propri equilibri e presenza nel nostro paese. Perché Zurich è una compagnia che ha deciso di crescere in Italia, e quindi all’immobilismo di un tempo dobbiamo abituarci a una compagnia che si attende di avere una rete pronta a recepire gli stimoli ricevuti”.

UN BILANCIO PERSONALE

Arrivato alla settima nomina, Ulivieri rivela che questa è stata l’elezione “che mi ha dato più soddisfazioni, perché – spiega – avviene in un momento di profondo cambiamento, in cui i colleghi sono spaesati. Perché appare ormai lampante che un modello agenziale stia andando in difficoltà e che si debba trovare un diverso modello. Il comportamento costruttivo e di grande entusiasmo tenuto nel corso di questo congresso, i contributi che hanno dato i colleghi, e soprattutto la capacità di trasmettermi entusiasmo è stata come una certificazione del fatto che abbiamo trovato in questa dirigenza (non solo in me, ma in tutta la mia squadra) la capacità di essere una guida credibile per il difficile percorso che ci aspetta. E questo mi riempie di grande soddisfazione oltre che di una grande responsabilità”.

Rispondendo alla domanda sul perché della scelta del titolo del congresso, *Oltre-Beyond-Ultra*, Ulivieri spiega che “sono tre modi di dire la stessa parola. *Oltre* lo diciamo anche a noi stessi, per non continuare a cercare di mantenere lo status quo ma finalmente cominciare a guardare quello che il mondo si attende da noi. *Beyond*, perché l’inglese è la lingua che rappresenta la modernità futuro. *Ultra*, dal latino, perché non dobbiamo dimenticarci chi siamo. Noi non siamo contrari all’uso della tecnologia, anzi, dobbiamo sfruttarne tutti gli strumenti, sempre però che questi siano stati costruiti per non impedirci di fare la nostra attività. Sono orgoglioso di avere a che fare con una compagnia che questo paradigma lo ha fatto suo, e che vuole metterci a disposizione tutti gli strumenti che esaltino la figura dell’agente”.

L’essere stato confermato in questa fase difficile rappresenta “una soddisfazione grandissima, e mi conferisce una responsabilità che va anche oltre le mie forze, nel senso che i colleghi si attendono tanto, e si attendono di essere tutelati: sanno che non sarà possibile mantenere tutte le nostre abitudini, ma sono altresì consapevoli che cercheremo come Gaz di aiutarli a riconvertire le proprie agenzie per renderle più coerenti con le attese di un mercato profondamente mutato, cercando di limitare il più possibile la velocità e le spinte della compagnia. Sarà un compito difficile, ma sarebbe un suicidio rimanere fermi e attendere”, dice. (continua a pag 3)



© jarmoluk - pixabay

(continua da pag 2)

In una fase in cui bisogna costruire il futuro, aggiunge, “essere uno dei costruttori del proprio futuro io credo che sia uno stimolo molto importante. Dobbiamo riuscire a presentare ai nostri colleghi un nuovo modello agenziale economicamente più sostenibile. Lo dobbiamo fare soprattutto per le generazioni future che dovranno essere messe in condizione di potersi esprimere al meglio in questa meravigliosa professione. Evolvere per continuare a rimanere essenziali”.

IL NUOVO RUOLO DEI GRUPPI AGENTI

Caratteristica della direzione di Ulivieri è anche l'aver reso il Gaz alfiere di battaglie valide per l'intera categoria: dalla proposta di legge sull'obbligatorietà delle polizze catastrofali per tutte le abitazioni civili (iniziativa portata avanti assieme a **Konsumer Italia**) al ricorso al Tar contro il Preventivass (presentato assieme all'**Unione Agenti Axa**). Secondo Ulivieri, “i gruppi agenti sono costretti a riempire i vuoti che qualcun altro lascia. Ci sono ad esempio argomenti, e mi riferisco in particolare al tema dei dati, dove tutti i gruppi sono stati costretti a sottoscrivere accordi nel tentativo di salvaguardare la propria relazione con il cliente. È un argomento che non era contenuto negli accordi collettivi, ma che l'adozione di strumenti tecnologici moderni porta in evidenza. Qualcuno ama sostenere che sia meglio mantenere gli accordi in essere piuttosto che rischiare di firmare un brutto accordo, ma sul tema mi permetto di non essere d'accordo. I brutti accordi non si firmano a prescindere, ma l'Ana 2003 è oltremodo anacronistico perché disegna, descrive un intermediario che non esiste più; a mio parere le rappresentanze di categoria, al contrario, dovrebbero costruire attraverso testi illuminati il futuro della categoria, delle nuove generazioni. Per costruire, m'insegna lei, servirebbe quanto meno un disegno, un progetto, un'idea di futuro che purtroppo non mi pare emerga dai confronti a cui assistiamo”.

Beniamino Musto

RICERCHE

AI generativa, aziende italiane in grave ritardo

Uno studio di Coleman Parkes rivela che il 94% dei decision maker italiani ha pianificato investimenti in Gen AI per il prossimo anno. Soltanto il 3% afferma di averla integrata nei propri processi

Sei decision maker italiani su dieci ritengono che l'intelligenza artificiale generativa (Gen AI) migliorerà significativamente l'esperienza dei clienti e sarà un importante driver di innovazione all'interno delle aziende. Conseguentemente, il 30% delle società ha dichiarato di aver già iniziato a utilizzare in via sperimentale questa tecnologia, mentre un altro 30% prevede di farlo nei prossimi 12 mesi e un 31% entro due anni. Lo rivela un recente studio, condotto su scala globale da **Coleman Parkes** e promosso da **Sas**, che ha raccolto le opinioni di molte figure decisionali nel campo della Gen AI e dell'analisi dei dati. Sebbene le organizzazioni italiane siano entusiaste del potenziale dell'AI generativa, i risultati della ricerca indicano che esistono ancora diversi ostacoli che ne rallentano l'adozione. È vero che il 94% di loro dichiara di aver già pianificato gli investimenti per il prossimo anno, ma è anche vero che soltanto il 3% afferma di avere completamente integrato questa tecnologia nei propri processi aziendali.

Le principali barriere d'ingresso

Lo studio ha identificato diversi ostacoli che rallentano l'adozione della Gen AI in Italia. Prima di tutto, la mancanza di tool appropriati (57%) e i dubbi sull'uso dei dataset, sia interni sia esterni (56%). Vi sono poi le complessità nel passare dalla fase concettuale a quella pratica e nel dimostrare i ritorni sugli investimenti (51%), e nell'integrazione con i sistemi preesistenti in azienda (45%). Quattro intervistati su dieci, infine, citano l'assenza di competenze interne. Sono inoltre emerse diverse preoccupazioni legate all'utilizzo di questa tecnologia: la privacy dei dati è una delle maggiori (79% degli intervistati), seguita dalla security (73%) e dalle implicazioni etiche (65%). Le preoccupazioni sembrano riflettersi anche nella capacità di governance: solo il 4% dei decision maker italiani riporta una presenza stabile e attiva di un Gen AI governance framework, mentre il numero di intervistati che conferma di avere sviluppato sistemi di misurazione di bias e rischi associati alla privacy nei large language model è al di sotto del 10%. Il 48%, infine, non ha ancora stabilito una policy d'uso della tecnologia all'interno della propria azienda.

M.S.

#115
giugno 2024

INSURANCE REVIEW

Strategie e innovazione per
il settore assicurativo

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

UNA
ALL'ASCOI

PERITI 18 ATTUA

do i sinistri
quenza
complessi

Ardonagh,
di un broke
intraprend

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