



PRIMO PIANO

Zurich cede il retail in Russia

Il gruppo Zurich vende le sue attività retail in Russia. L'assicuratore svizzero ha annunciato un accordo con il fondo di investimento Olma, che acquisirà le attività retail del gruppo elvetico. Si tratta di un portafoglio che comprende circa 1,2 milioni di polizze per un totale lordo di 7,1 miliardi di rubli, ovvero circa 220 milioni di dollari, al 2013. I contratti sono detenuti da clienti privati, piccole e medie aziende locali e collocati tramite agenzie, canali diretti e partnership. Il prezzo di vendita è fissato a 1 miliardo di rubli, circa 30 milioni di dollari).

Zurich, presente in Russia dal 1996, manterrà il suo business corporate, focalizzato prevalentemente su grossi clienti russi e multinazionali che operano nel Paese nel settore energetico e finanziario.

L'operazione, si legge in una nota della società, si inserisce nel solco della strategia 2014-2016 di Zurich, che prevede un forte focus di investimento su mercati che garantiscono più redditività, e una ridimensionamento (o un'uscita) da quelli meno performanti. "Quando presentammo i nostri risultati per il 2013 - spiega Mike Kerner, ceo di Zurich General Insurance - avevamo detto che il business retail russo non era cresciuto secondo le nostre aspettative". La transazione sarà completata nel terzo trimestre 2014.

Fabrizio Aurilia

INTERMEDIARI

Il prezzo non è concorrenza

Il mercato assicurativo italiano non è ancora pronto per una sana e vera competizione, su servizio, prodotti e post vendita. A ribadirlo è Stefano Ansuini, agente umbro di Tua Assicurazioni, che evidenzia un comportamento poco corretto delle mandanti verso i propri intermediari

Consulenza, servizio e professionalità. Gli assicurati, seppur tecnologici, amano essere seguiti e consigliati, ma il ricorso ai comparatori, avallati dalle stesse compagnie, sta cannibalizzando il mercato, costringendo l'agente a giocare al ribasso. Lo sa bene **Stefano Ansuini**, 50 anni, che dopo 25 anni da subagente, è oggi, agente di **Tua Assicurazioni** a Norcia e Sellano.

Inizia la sua carriera come produttore per **Phenix Soleil** e, nel 1987, apre un suo ufficio/sub-agenzia, a Sellano. Nel 2004, supera l'esame di promotore finanziario e sottoscrive un mandato con **Gan Finanza Sim** e, nel 2011, con Sol & Fin Sim spa, un'attività che ritiene strategica per soddisfare le esigenze della clientela.

Nel 2012, lascia **Groupama** (ex Phenix Soleil) e accetta la proposta di Tua Assicurazioni, che gli offre un mandato di agente a Norcia, con seconda sede Sellano e, dopo soli 15 mesi dalla sua nomina ad agente, apre un nuovo punto di vendita a Cascia, che gode subito di un buon consenso, malgrado la situazione economica generale.

All'entusiasmo per la sua professione unisce la passione per la politica: ha ricoperto il ruolo di amministratore comunale e vice Sindaco, presso il Comune di Sellano, per cinque anni, rieletto alle ultime elezioni amministrative del 25 maggio. *(continua a pag.2)*



Stefano Ansuini, agente Tua Assicurazioni a Norcia

NEWS DA WWW.INSURANCETRADE.IT

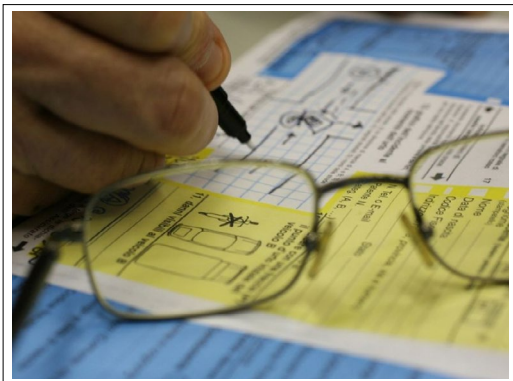
L'Abi chiede regole uguali per banche e assicurazioni

La possibilità per le compagnie assicurative di concedere credito alle imprese ha aperto un confronto a distanza tra banche e assicurazioni. La norma, contenuta all'interno del decreto *Competitività* (attualmente all'esame della commissione Industria del Senato) è stata valutata positivamente da parte dell'**Ania**.

Tuttavia, martedì scorso il presidente **Aldo Minucci**, nel corso dell'assemblea annuale dell'associazione, aveva espresso delle "perplexità circa la previsione che i destinatari dei finanziamenti debbano essere individuati necessariamente da una banca". Da parte delle banche, si registra l'osservazione di ieri dell'**Abi**, che per bocca del dg **Giovanni Sibatini** ha chiesto "parità di trattamento tra tutti i soggetti che possono partecipare al finanziamento delle imprese, anche sotto il profilo del trattamento contabile e di bilancio".



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



(continua da pag. 1)

Lei è un neo agente, con poco meno di due anni di anzianità e molta esperienza. La professione che ha scelto, oggi molto discussa, è messa a rischio dai canali cosiddetti alternativi. Alcuni suoi colleghi valutano la compagnia per la quale opera, una giovane impresa all'avanguardia. È sempre convinto di aver fatto la scelta giusta?

Ho fatto il subagente per oltre 25 anni, con lo stesso spirito ed entusiasmo odierno ma, certamente, con meno responsabilità. Credo di aver acquisito un'esperienza e una professionalità che vedevo di fatto *soffocata*, con mansioni, diciamo, non di primo piano. Amo ben figurare e assumermi le responsabilità di ciò che faccio. Il sub-agente è una figura importante nella gestione agenziale ma, di norma, con poche possibilità di crescita. In tutti i sensi. Per il modello di business che Tua Assicurazioni si è data, ossia svilupparsi soprattutto nei piccoli centri, credo di aver trovato la compagnia giusta per fare l'agente in un contesto territoriale piccolo, conosciuto e costruito ancora a misura d'uomo, dove opero. Sento di aver fatto la scelta giusta.

Il territorio di Norcia e Sellano in cui ha sede la sua agenzia, è abbastanza depresso e carente di industrie. Alla sua età si è esuberanti e riflessivi, ottimisti e preoccupati, realisti e sognatori: si riconosce in questa vostra generazione, il cui obiettivo primario è il cambiamento? Come immagina il suo futuro professionale?

In un'epoca come l'attuale in cui i cambiamenti, in tutti i settori, sono così veloci e travolgenti, non puoi fare altro che cavalcarli, se non vuoi restare fuori dai giochi. L'avvento della tecnologia di internet e dei social network, ha sconvolto le abitudini di vita di tutti, anche in un territorio montano, depresso e poco antropizzato nel quale svolgo il mio lavoro, pur con le ancora enormi difficoltà di *connessione* che a volte bloccano l'attività. La zona, e buona parte dell'Umbria, non è restata indifferente al processo

di modernizzazione tecnologica. Lavorando per una compagnia molto innovativa in questo settore, e per mia stessa indole personale, sono molto aperto ai cambiamenti, e dunque credo mi adatterò bene a questo nuovo modo di pensare e interagire con la clientela. Il futuro professionale lo vedo chiaramente: consulenza, servizio e professionalità saranno i modelli che mi prefiggo. Gli assicurati, pur affascinati dal web, amano essere seguiti e consigliati. L'ipotetico sinistro deve essere seguito passo dopo passo. Giorno dopo giorno. Anche per un banale incidente stradale che esige un *Cid*, l'assicurato vuole avere spiegazioni e consigli: viene in agenzia anche tre volte alla settimana per chiedere se ci sono *novità*. Difficile ipotizzare che la stragrande maggioranza delle persone, che vivono sul territorio affidatomi, riesca ad accontentarsi di un numero verde e di un call center disumanizzato e, non di rado, impreparato.

L'Antitrust ha chiuso l'istruttoria sugli ostacoli al plurimandato, accettando gli impegni sottoscritti dalle sette compagnie accusate di violare i termini della libera concorrenza: nessuna sanzione. A suo parere tutto questo porterà la sua categoria a operare in un regime di vera concorrenza?

Il mercato assicurativo italiano è ancora poco aperto o addirittura quasi timoroso di affrontare una sana e vera competizione, su servizio, prodotti ante e post vendita. Il prezzo, a mio parere, non può né deve considerarsi *concorrenza*. I grandi gruppi assicurativi tenteranno di scongiurare, con ogni mezzo, l'ingresso di altri marchi all'interno delle proprie agenzie. A mio avviso, cercheranno di creare un rapporto *one to one*, anche con la complicità degli agenti stessi, soprattutto di chi può vantare anni di mandato alle spalle e che, vuoi per privilegi acquisiti o altri legami stretti con la mandante, non è molto disposto a lavorare con altre compagnie, a ricominciare da zero e a farsi conoscere professionalmente, e a investire economicamente. Dando anche uno sguardo alla sola Rca, comparare preventivi di più imprese esige tempo, quindi denaro, a fronte di provvigioni sempre più risicate. Oggettivamente tutto ciò agisce da *freno*.

Sino a oggi, lei non ha ritenuto opportuno iscriversi a nessuna associazione di categoria. Possiamo definirlo un libero pensatore oppure questa scelta è stata scientemente fatta a tavolino?

Sinceramente, non mi sono posto il problema se è importante o meno l'iscrizione a un sindacato. Per la verità, sono abbastanza perplesso, e cerco di valutare obiettivamente che una società come la nostra, dove anche una Cgil conta poco o comunque meno di dieci anni fa, le quote associative costano. Sono disorientato. Da quanto apprendo leggendo sulle riviste di settore, gli scambi di *cortesie* tra queste associazioni fanno trapelare un'inimicizia tenace quanto assurda. (continua a pag.3)



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



(continua da pag.2) Tutti questi colleghi, che dovrebbero avere gli stessi interessi professionali, non fanno che criticarsi, su tutto. Senza dimenticare che sono pure *vertici* e che dovrebbero dare il buon esempio: e questo non aiuta il neofita ad iscriversi. Gli ordini e i contrordini si sprecano: apprendiamo tutto e il contrario di tutto. C'è confusione anche sul piano politico. A chi credere? Forse a nessuno. Mi duole dirlo ma, pen-

sando a coloro che oggi dovrebbero *tutelarmi*, mi passa un po' la voglia. Devo anche ammettere che, in questo primo periodo del mio mandato, sono stato assorbito da molto lavoro: produrre, conoscere bene i prodotti, ben figurare, interpretare un cambio di brand che, in qualche modo, va spiegato alla clientela che vuole *sapere*, trascurando forse ciò che dovrei considerare una *tutela* di categoria. Rifletterò.

I comparatori stanno scardinando il mercato della Rca, portato avanti a colpi di sconti che superano il 50% della tariffa applicata in agenzia. Gli agenti sono costretti a subire una concorrenza non certo leale dalle proprie mandanti. Come si difende sul suo territorio da questa situazione complessa?

Purtroppo, quello di accedere a dei comparatori sta diventando un fenomeno sempre più diffuso, anche se fortunatamente, nonostante molti clienti vadano su internet a curiosare, sono percentualmente pochi quelli che, poi, decidono di acquistare on line la propria polizza. Il problema, a mio parere gravissimo sia sul piano dell'immagine che di contatto con il cliente, è che la clientela viene in agenzia con il preventivo scaricato on line tra le mani, emesso dalla stessa compagnia per la quale ripeto il mandato, dove lavoro anche 12 ore al giorno e, onestamente, per quanto abile possa essere, trovo grandi difficoltà a giustificare la situazione. Ovviamente gli utenti *pretendono* parità di prezzo. Mi difendo sulle *garanzie accessorie* che accettano, anche se costa qualcosina di più. Questo comportamento, che unisce ormai tutte le compagnie, lo trovo poco rispettoso nei confronti dei propri agenti. L'unico modo per difenderci da quei clienti che non percepiscono il valore aggiunto prestato dagli agenti e, quindi, scelgono solo sulla *base* del prezzo, è quello di scontare la polizza per non perdere assicurati già acquisiti magari in altri rami, facendosi fornire una maggiore flessibilità tariffaria dall'impresa, lasciando perdere quelli che ogni anno cercano la compagnia più conveniente. Tutto ciò, tuttavia, assomiglia molto a un gioco al massacro.

Carla Barin

PRODOTTI

Ace, ecco la polizza per la firma elettronica avanzata

Copre le società per danni causati da problemi tecnici

Ace Italia ha lanciato un prodotto specifico per la *firma elettronica avanzata* che si affianca agli altri contratti in portafoglio destinati alla copertura dei rischi informatici. Si tratta di una polizza, "a oggi unica sul mercato italiano", si legge nella nota della compagnia, che copre le società che erogano soluzioni di firma elettronica avanzata per proteggere i titolari della firma elettronica avanzata e i terzi in genere da danni cagionati da inadeguate soluzioni tecniche.

Il nuovo prodotto prevede un indennizzo nei confronti dell'assicurato civilmente responsabile, a seguito di risarcimenti dovuti per danni patrimoniali, cagionati a terzi, compresi i clienti, in conseguenza di inadeguate soluzioni tecniche di firma elettronica avanzata. La polizza copre anche la responsabilità civile che possa derivare all'assicurato da atto anche doloso dei suoi dipendenti e delle persone delle quali deve rispondere. Infine, la copertura è estesa alla colpa grave.

FA.

NEWS DA WWW.INSURANCETRADE.IT

Restyling per la sede di Allianz Italia

Presentato il restyling della sede di **Allianz Italia**, che ieri ha aperto le porte della sua casa triestina per illustrare i dettagli dell'intervento da circa 40 milioni di euro, necessari per trasformare la struttura in un complesso all'avanguardia nei contenuti tecnologici. La cerimonia ha visto l'inaugurazione della nuova hall del palazzo di largo Imeri a Trieste alla presenza dei vertici della compagnia, delle rappresen-



tanze dei gruppi agenziali e delle più alte cariche istituzionali locali, tra cui il sindaco di Trieste, **Roberto Cosolini**, e il governatore del Friuli Venezia Giulia, **Debora Serracchiani**. L'ad di Allianz Italia, **Klaus-Peter Roehler**, ha sottolineato come "gli spazi lavorativi, riprogettati secondo gli approcci più avanzati, garantiranno il benessere delle persone che operano, mantenendo eccellenze come l'asilo nido, creato dieci anni fa: il primo realizzato da un'azienda privata nella Regione".



LIBRI

Imparare a fare il broker

Un manuale che accompagna il nuovo professionista lungo tutti i cambiamenti dell'intermediazione di oggi e di domani

Sempre più agenti stanno diventando broker. Complice la crisi di redditività delle agenzie, colpite in modo particolare dal calo del settore auto e dalla concorrenza degli altri canali nei rami danni, per molti intermediari iscritti in lettera A cambiare pelle sta diventando una necessità. A loro, ma soprattutto ai giovani che si avvicinano alla professione, è dedicato il libro *Diventare un broker professionista*, di **Mirko Odepemko** e **Salvatore Infantino**: un testo operativo che non si limita però a essere solo un manuale di consigli pratici.

Il volume, disponibile in versione cartacea e come ebook, è in vendita attraverso la piattaforma *lulu.com*, si apre con una definizione del lavoro del broker e con il suo inquadramento nel panorama assicurativo italiano, in confronto con l'esperienza di alcuni Paesi stranieri.

Gli autori si concentrano in particolare su tutte le fasi pratiche della professione: dal rapporto con il cliente, agli obblighi normativi, al *risk management*, fino al piazzamento dei rischi più complessi. Ma il broker deve saper anche gestire il sinistro e saper sfruttare a proprio favore tutte le nuove possibilità del marketing.

Dopo un capitolo di prospettiva sul futuro della distribuzione in Italia, gli autori presentano due business case e una serie di allegati pratici per l'operatività quotidiana dell'intermediario.

F.A.



PSICOLOGIA

Il cambiamento, una questione di punti di vista

Non si può cambiare. O meglio, non possiamo cambiare noi stessi, ma possiamo cambiare la nostra visione e la nostra prospettiva.

Diffidate di chi vi dice: "ti aiuterò a cambiare".

Immaginatevi di essere in un ufficio ai piedi di un grattacielo, in pieno centro a New York (Manhattan), nella hall. Bene, ora uscite in strada, cosa vedete? Macchine, traffico, rumori, caos, smog, poca luce. Ora salite i 35 piani del grattacielo e raggiungete la terrazza. Cosa vedete? Luce, il fiume Hudson, il sole, silenzio, aria pura, l'orizzonte, terrazze fiorite, tanta tranquillità.

Cosa avete fatto? Nulla, semplicemente avete cambiato il vostro punto di vista. Siete ancora nello stesso posto, nella stessa città, solo 35 piani sopra.

Ecco cosa vuol dire cambiare punto di vista. E allora? Tutto quanto ci viene detto o insegnato sul cambiamento è frutto di pura immaginazione? Non proprio.

Ricordiamoci che si può cambiare solo fino all'adolescenza, dopo è possibile solo lavorare sul nostro modo di essere, sull'aspetto interiore e su quello esteriore. Ma saremo, e resteremo, sempre noi con i nostri pregi e con i nostri difetti.

Non facciamo sforzi inutili, lavoriamo sul nostro modo di vedere e di pensare, non su quello di essere.

Cosa dicono *i pensatori* sul cambiamento?

- "Anche se siete sulla strada giusta, resterete travolti dagli altri se vi siederete ad aspettare". (Arthur Godfrey)
 - "Cambia prima di essere costretto a farlo". (Jack Welch)
 - "Cercare di cambiare le abitudini delle persone e il loro modo di pensare è come scrivere nella neve durante una tormenta. Ogni 20 minuti dovete ricominciare tutto da capo. Solo con una ripetizione costante riuscirete a creare il cambiamento". (Donald L. Dewar)
 - "Ci sono sempre due scelte nella vita: accettare le condizioni in cui viviamo o assumersi la responsabilità di cambiarle". (Denis Waitley)
 - "Cominciate col fare ciò che è necessario, poi ciò che è possibile. E all'improvviso vi sorprenderete a fare l'impossibile". (San Francesco d'Assisi)
 - "Dobbiamo diventare il cambiamento che vogliamo vedere". (Mahatma Gandhi)
 - "Il cambiamento è il risultato finale di tutto il percorso di apprendimento". (Leo Buscaglia)
 - "Il cambiamento è inevitabile, la crescita personale è una scelta". (Bob Proctor)
 - "Il modo migliore per predire il futuro è inventarlo". (Alan Kay)
- Non mi sembra si debba aggiungere nulla.

Leonardo Alberti,
trainer per alcune scuole di formazione
consulente di direzione strategica in ambito assicurativo,
docente vendite e management

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 4 luglio di www.insurancetrade.it

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