



EDITORIALE

Ha ancora senso definirsi "Sindacato"?

Associazione di categoria, Confindustria degli agenti, Sindacato, Unione. Sono solo definizioni che non cambiano la sostanza o termini che indicano una condizione di cambiamento ed evoluzione?

Abbiamo seguito e pubblicato tante opinioni di agenti e diversi pareri di esperti che, all'unanimità, hanno condannato il discusso art. 34.

Il quadro che ne emerge è quello di un "pasticcio" che scontenta tutti, gli agenti così come le compagnie. Il risultato di oggi deriva forse da una mancanza di incisività politica da parte delle rappresentanze di categoria e dalla necessità di voltare pagina, da parte del legislatore, senza però comprendere le ricadute sul sistema assicurativo e quindi sui consumatori.

Nella situazione attuale, serve allora una rappresentanza più spinta sul versante politico, oppure un organismo che sappia unire le capacità politiche e di tutela del singolo con una più ampia visione imprenditoriale? La risposta va ricercata, probabilmente, in una corretta valutazione della figura e del ruolo degli agenti. Che vanno tutelati, ma anche accompagnati verso una dimensione imprenditoriale fino a oggi sconosciuta. Ecco allora che il termine Sindacato può sembrare superato, salvo poi non ricorrervi quando ciò che serve è principalmente la tutela dei diritti. Difendere i diritti del singolo e accompagnarlo nella sua evoluzione professionale (anche per chi è più in difficoltà) non è certo una sfida da poco, di questi tempi. Ma è quello che evidentemente serve fare, dando significato alle definizioni e superando polemiche o personalismi.

*Maria Rosa Alaggio, direttore Insurance Magazine e Insurance Trade
alaggio@insuranceconnect.it*

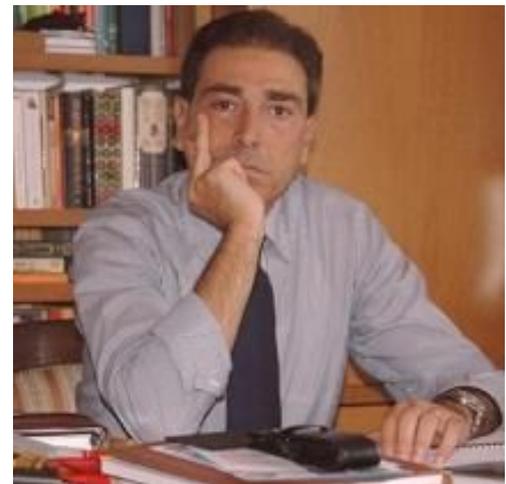
INTERMEDIARI

Da Sindacato a piccola Confindustria

Lavorare insieme alle imprese, organizzandosi come "hub", punti di aggregazione imprenditoriale, sul territorio. Così è possibile, secondo Stefano Ripoli, presidente Provinciale Sna di Bergamo, mettere in atto reali economie di scala a supporto degli agenti

Le agenzie si dibattono da tempo in una costante disperazione, con margini economici in grande difficoltà e "armonia" interna in caduta libera. I presidenti Provinciali, vero "core business" di questa associazione di categoria, hanno meglio di altri il polso della situazione sul territorio, con una crisi caratterizzata da nuove "bolle" che si profilano su alcuni mercati: quello immobiliare, settore che ha sempre mosso l'economia, quello dei "derivati" spalmati ovunque. Le banche occidentali sono quasi tutte inquinate da titoli sporchi, da obbligazioni che stentano a mantenere il loro valore nominale. A questo si aggiunga il comparto assicurativo. Se Sparta piange Atene non ride. Tutti sentono il morso della recessione, anche la grande Germania.

Sulle tematiche che più da vicino riguardano la categoria degli agenti coinvolgiamo oggi **Stefano Ripoli**, 53 anni, **presidente Provinciale di Bergamo** e agente AllianzRas dal 1988, oggi plurimandatario.



Stefano Ripoli, presidente Provinciale Sna di Bergamo

Quale evoluzione intravede nel ruolo del Sindacato degli agenti?

Intanto inizio con una provocazione che causerà sconcerto se non compresa nel suo spirito più profondo: ha ancora senso chiamarsi "Sindacato"? A mio parere la nostra categoria, composta da imprenditori, avrebbe la necessità di riconoscersi in qualcosa di diverso, una "piccola" Confindustria, che sia in grado di interloquire con le controparti istituzionali con le caratteristiche proprie degli imprenditori. *(continua a p.2)*

NEWS DA WWW.INSURANCETRADE.IT

Il Gruppo RGI presenta il nuovo paradigma di "Compagnia digitale"



Si terrà il **5 ottobre 2012**, dalle 9:30 alle 17:00, presso il Forte di Bard - 11120 - Bard (Valle D'Aosta) il primo evento annuale organizzato dal Gruppo RGI dal titolo *"RGI Next - about digital"*.

Efficienza operativa, expense ratio mirata, sinergie sui costi, semplificazione organizzativa sono alcune delle possibili strategie che il Gruppo RGI intende introdurre con la presentazione del nuovo paradigma di "Compagnia digitale".

L'evento nasce dalla consapevolezza che le sfide imposte oggi dal mercato al settore assicurativo potranno essere vinte attraverso l'innovazione nelle strategie commerciali e di marketing, oltre che con una migliore organizzazione dei processi e relativi asset tecnologici. Concentrarsi sulla crescita dei volumi d'affari è possibile pensando di utilizzare la tecnologia come abilitatore e puntando a consistenti risultati tecnici. L'obiettivo del nuovo paradigma di "Compagnia digitale" è pertanto accrescere l'efficienza industriale migliorando la catena del valore, snellire i processi ed elevare il livello di automazione puntando sulla digitalizzazione e su una strategia multi-accesso.

Per informazioni ufficiostampa@rgi.it.



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



(continua da p. 1) Non possiamo continuare a non prendere decisioni in merito: o ci svincoliamo dalla sudditanza psicologica e organizzativa delle compagnie oppure i problemi supereranno le opportunità. Su questo tema per nulla incide la scelta tra plurimandato o monomandato. Sono convinto che le compagnie abbiano la necessità di un confronto qualificato con imprenditori che propongano idee e progetti.

A proposito di futuro, come immagina i prossimi anni per l'intermediazione assicurativa in generale e degli agenti in particolare?

Complessa, ma ancora con significative opportunità per gli agenti. La difficoltà sarà proporzionale alla capacità del sistema assicurativo italiano, nel suo insieme, di comprendere l'unicità del modello rapportuale, sociale e culturale del nostro Paese. Inoltre, come categoria, dovremo decidere se accettare l'ipotesi di modelli organizzativi, forse pensati da qualche compagnia, oppure individuare e studiare nuove strutture di distribuzione. Credo che lavorare insieme alle imprese alla possibilità di organizzarsi come "hub" (punti di aggregazione imprenditoriale) sul territorio consenta di mettere in atto reali economie di scala, riorganizzazioni interne per competenze specifiche e per responsabilità di performance, oltre a sperimentazioni e integrazioni della tecnologia con la tradizione agenziale.

Il tema della tecnologia pare appassioni molte compagnie. Lei cosa ne pensa?

Mi pare un falso e fuorviante problema. La nostra categoria ha sempre gestito i cambiamenti manifestando un'elevata capacità di adattamento, anche rispetto alla tecnologia. Rilevo invece che il freno all'innovazione sia stato proprio posto dalle compagnie che hanno spesso utilizzato la tecnologia non in chiave commerciale ma di mero controllo delle attività dei loro intermediari, aggravandone il peso gestionale. Internet è solo una delle opportunità ma che da sola non produce effetti. Il modello che auspico è quello capace di utilizzare le innovazioni tecnologiche per migliorare il servizio alle agenzie riducendone i costi amministrativi e favorendo l'innegabile vantaggio, tutto italiano, offerto dal contatto personale.

Esiste un modello italiano? O esistono modelli esportabili e quindi replicabili?

L'antropologo statunitense Edward T. Hall ha trascorso la sua vita a far comprendere che modelli di differenti culture non possono essere introdotti in contesti diversi se non attraverso un percorso di forte revisione e adattamento. Il sistema di rapporti interpersonali, tipicamente italiano, mal si concilia con un impianto organizzativo tedesco o anglosassone. Mi torna in mente la battuta di Peter Sloan: quando una donna italiana, a differenza di una anglosassone, ti chiede "cosa intendi dire?" non ti sta chiedendo di chiarire un concetto, ti sta dando il tempo necessario a cambiare opinione. Siamo diversi e diversamente il nostro sistema deve essere gestito.

Torniamo ai temi sindacali, come valuta i nuovi passi verso il tentativo di unificazione tra le due sigle sindacali?

Valuto molto positivamente il rinnovato confronto tra Sna e Unapass, ma non sono ottimista. Non credo che vi siano ancor le condizioni perché avvenga quello che la logica imporrebbe. Troppi ostacoli ed eccesso di personalismi si frappongono tra le necessità della categoria e gli egoismi di parte. Non siamo in grado di gestire le diversità in casa nostra, come possiamo affrontare un percorso che necessita di rinunce alla visibilità e al potere? Gli attuali leader devono onestamente valutare il possibile danno che stanno apportando all'intera categoria: iscritti e non iscritti. Affronterei invece, prioritariamente e in maniera più incisiva, il tema del numero degli iscritti ai due Sindacati. Mi chiedo quale forza contrattuale si possa esprimere contando su una platea di intermediari che per circa i due terzi non si riconosce in alcuna delle sigle di rappresentanza. Da questo punto di vista i Gruppi Aziendali, invece, garantiscono normalmente una elevata adesione alle loro Associazioni. Partirei da lì. Senza indugio, con un forte coordinamento e con una condivisione degli obiettivi nel rispetto delle regole democratiche, mai attraverso "una fusione per incorporazione".

Allora è anche un problema di modello di rappresentanza?

Absolutamente sì. Il mondo corre, le necessità mutano e sembra che il Sindacato sia escluso dalla necessità di rinnovamento. Se ogni forma di aggregazione ha subito, negli ultimi anni, una crisi di ruolo è perché l'iscritto non si riconosce più nella sua istituzione di riferimento. L'ideologia e il senso storico di appartenenza non sono più sufficienti a costituire il collante tra agenti e Sindacato. Forse si dovrebbe puntare su servizi di qualità e nuove opportunità di crescita professionale ("Accademia") che un Sindacato dovrebbe sviluppare; a iniziare da un progetto di "consorzio di promozione dell'immagine" della rete degli agenti italiani. E anche questo tema si scontra con l'insufficiente platea di iscritti oltre alle loro debolezze finanziarie e organizzative. Potrebbe essere interessante valutare la promozione del "canale italiano" nei confronti di nuovi competitor che manifestino interesse ad affrontare il nostro mercato attraverso prodotti e sistemi di approccio innovativi.

Carla Barin



Obbligo di informativa, sì ma quando?

Il legislatore non stabilisce le tempistiche per il rilascio delle informazioni al cliente generando ulteriori dubbi e rischiando di vanificare lo scopo della norma

Per quanto riguarda il *quomodo* dell'informativa, la stessa deve essere resa, secondo quanto stabilito dall'art. 34, prima della stipula del contratto di assicurazione o del relativo rinnovo (art. 6 comma 1 dello schema di regolamento).

Non è stato stabilito, dunque, un preciso momento entro il quale assolvere l'obbligo, ragion per la quale lo stesso potrebbe essere adempiuto, con evidente rischio di vanificarne in concreto lo scopo, anche un attimo prima del perfezionamento del contratto (o della sua "sottoscrizione", secondo quanto tecnicamente indicato dall'art. 34); in un fase - cioè - in cui il convincimento del cliente potrebbe ritenersi di fatto acquisito in modo tale da poter essere difficilmente messo in discussione. Si consideri, peraltro, che nel testo della relazione introduttiva il "rilascio" delle informazioni viene collocato non in un qualsiasi momento, purché antecedente alla stipula, bensì nel momento in cui si realizza il contatto tra l'intermediario e il cliente (e quindi in sede di "primo" contatto). Tale ultima impostazione, certamente condivisibile in concreto, non può oggi essere sostenuta in assenza di una sua esplicita trasposizione all'interno del testo regolamentare. La stessa può tuttavia ritenersi bastevole a sostenere che ai fini dell'obbligo di comparazione occorre vi sia un "contatto" con il cliente, anche se a distanza. Contatto che non si verifica nei casi di rinnovo automatico della polizza in assenza di disdetta. In tali ipotesi, infatti, il rapporto assicurativo prosegue automaticamente senza che l'intermediario a cui è assegnato il contratto entri in relazione con l'assicurato. In considerazione di ciò il regolamento, volendo comunque favorire il confronto tariffario, impone agli intermediari di svolgere comunque il servizio comparativo/informativo anche nei confronti di quei clienti che, in funzione della scelta di rinnovare o disdettare la polizza, gliene facciano richiesta. E in tal senso è posto a carico delle imprese l'obbligo di integrare la comunicazione di cui all'art. 3 del regolamento Isvap n. 4 con l'avviso della possibilità di rivolgersi all'intermediario onde ottenere le informazioni tariffarie e contrattuali in oggetto.



OBBLIGO DI ADEGUATEZZA

Qualche riflessione, da ultimo, merita di esser svolta in relazione a quanto sancito dall'art. 7 dello schema di regolamento a proposito degli obblighi di "diligenza, correttezza, trasparenza e professionalità" a cui gli intermediari sono tenuti nell'assolvimento dei loro doveri di informazione comparativa. Trattasi di sostanziali affermazioni di principio tese ad evitare - così si dice nella relazione di presentazione - un accesso strumentale e sistematico a preventivi peggiorativi per il cliente (e tali, dunque, da indurlo a scegliere la soluzione "collocata" dall'intermediario). In verità ben potrebbero registrarsi altre forme di utilizzo distorto del confronto tariffario (con finalità opposte e cioè tali da disincentivare l'acquisto da parte di clienti "sgraditi", con potenziale elusione dell'obbligo a contrarre). L'inconveniente - se tal può definirsi - potrebbe essere ovviato attraverso un accesso sistematico ai prodotti presentati da tre imprese selezionate a priori in modo obiettivo e imparziale: in tal caso il maggior o minor favore delle soluzioni in concreto presentate dipenderebbe non da scelte strumentali ma dall'ordinario gioco della personalizzazione tariffaria.

Ma al di là di tali - forse ovvie - indicazioni, la norma richiama le regole di comportamento di cui all'art. 47 del regolamento 5 tra cui quella comunemente denominata "di adeguatezza", volta a far sì che ai clienti siano proposte soluzioni assicurative effettivamente calzanti alle loro situazioni di rischio e relative esigenze di copertura.

Il che equivale a dire che nel presentare i tre preventivi personalizzati l'intermediario dovrà effettuare una previa selezione tra le proposte reperibili sul mercato ed evitare di proporre formule contrattuali non adeguate alle esigenze di quel cliente (si pensi al caso della formula con "guida esperta" in caso di assicurato neo patentato). Vi è dunque da chiedersi se, in questo contesto, possano essere posti in comparazione soluzioni contrattuali disomogenee e tra loro diversamente strutturate, anche in relazione alle diverse formule tariffarie prescelte (bonus malus, con franchigia, miste ovvero chilometriche).

Tratto da "Il confronto tariffario nella Rc auto (e nello schema di regolamento dell'Isvap)" di Maurizio Hazan e Alessandro Bugli, avvocati dello Studio legale Taurini & Hazan, pubblicato sul nostro sito www.insurancetrade.it. Per leggere l'intero articolo <http://bit.ly/OThfjX>



PROFESSIONI

In tempi di crisi, spazio all'inventiva



Piazza Affari scivola a -2,7% lo spread vola oltre i 535 punti. E' quanto stiamo leggendo sui giornali in questi ultimi tempi, in partenza per le ferie, ignari di quello che ci aspetterà al nostro rientro. Io non sono un economista e quindi posso riferire solo quello che leggo e sento. La situazione è critica e ci aspetta un fine anno inquietante. I posti di lavoro sono seriamente a rischio, forse è giunto il momento di inventarsi qualche nuovo lavoro: meglio prevenire che curare.

Ancora una volta ci vengono in aiuto i paesi anglosassoni. Il "declutter" è la professione che sta prendendo piede all'estero. Di che cosa si tratta? Di una persona che viene reclutata per metterci a posto casa o l'ufficio. Stiamo quindi parlando della vecchia governante? Assolutamente no. Si tratta di qualcuno dotato di una particolare attitudine che mette a disposizione del cliente la conoscenza dei principi di "feng shui" (antica arte geomantica taoista cinese, ausiliaria dell'architettura; affine alla geomanzia occidentale, ma a differenza di questa prende in considerazione anche aspetti della psiche e dell'astrologia) per dare una nuova armonia e ordine ai nostri spazi sia abitativi che di lavoro.

In pratica il *declutter* interviene sia su spazi piuttosto disordinati e pieni di cose inutili, ordinandoli ed eliminando quest'ultime, sia in spazi apparentemente vuoti e ordinati ma con disarmonie e negatività dovute a una cattiva disposizione dell'arredamento e delle nostre cose (secondo le tradizioni culturali, un esperto feng shui è ritenuto in grado di valutare una casa dal punto di vista energetico, e di decidere quali sono i "rimedi" da adottare per armonizzare l'energia all'interno della casa e portare alla famiglia che la abita prosperità e serenità).

Se riteniamo che essere *declutter* richieda fatica e sia poco esaltante, possiamo riciclarci nell'attività del "personal assistant in affitto", altra professione in auge nei paesi anglosassoni.

Si tratta di un assistente personale per manager che necessitano temporaneamente di tale figura. Il lavoro viene svolto da casa con l'ausilio di un pc e di un telefono, e il "PA in affitto" svolge tutte le attività di assistenza (gestione appuntamenti, risposta alle mail, lavoro di segreteria, pianificazione trasferte, gestione impegni ecc.) per professionisti e manager, da casa sua e a costi notevolmente ridotti per il manager stesso. Bastano dieci clienti per assicurarsi un discreto stipendio. L'importante è che ogni singola prestazione venga retribuita singolarmente, evitando così di ricadere nella figura della segretaria/o a tutto tondo con uno stipendio inferiore al valore effettivo delle prestazioni.

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

MERCATO

Sinistri Rc auto, i numeri dei contenziosi nel 2011

L'Isvap ha diffuso le statistiche relative all'ambito civile e penale

Alla fine dello scorso anno le **cause civili** pendenti, in ogni grado di giurisdizione, erano **293.772**, in lieve calo (0,6%) rispetto al 2010; mentre quelle **penali**, in aumento dell'1,1%, erano **7.542**. Lo rende noto l'Isvap nella sua annuale relazione sullo stato del contenzioso per i sinistri Rc auto, elaborata grazie alle informazioni inviate dalle imprese.

Diminuiscono dunque le cause civili e aumentano quelle penali, ma per quanto riguarda il primo ambito l'Autorità segnala che l'incidenza delle cause sul numero dei sinistri a riserva è in crescita per il terzo anno consecutivo, attestandosi al 19,3% (17,7% alla fine del 2010). Questo è dovuto a una riduzione del numero delle cause molto più contenuta rispetto al calo dell'8,6% registrato dal numero dei sinistri appostati a riserva. In dettaglio, le cause di I grado pendenti al 31 dicembre 2011 erano 279.555 (-0,6%) e rappresentano, come nel 2010, il 95,2% dei procedimenti civili in essere. Tra questi quelli pendenti presso i Giudici di Pace sono in leggera crescita (0,9%) e costituiscono l'82,1% del totale; anche qui l'incidenza sui sinistri a riserva continua a crescere, raggiungendo il 15,1%.

Per quanto riguarda i procedimenti civili di II e III grado, a fine 2011 erano pendenti 14.217 cause, quasi invariate rispetto al 2010. Nello specifico mostrano una crescita sia i procedimenti innanzi i Tribunali (0,8%) che nelle Corti d'Appello (0,3%), mentre sono in calo le cause in trattazione presso la Corte di Cassazione (-11,3%).

Per quanto riguarda i contenziosi penali l'incidenza sui sinistri a riserva è pari allo 0,5%. Le cause pendenti sono in prevalenza presso i Tribunali (6.053 procedimenti) e i Giudici di Pace (1.404).

L'Isvap precisa che i dati statistici si riferiscono alle imprese di assicurazione nazionali e alle rappresentanze in Italia di imprese extra See e non comprendono le cause pendenti concernenti i sinistri delle compagnie poste in liquidazione coatta amministrativa e i sinistri gestiti dal Fondo di garanzia vittime della strada.

D.P.