



EDITORIALE

Strategia multicanale, un indice di solidità

L'approccio multicanale, la capacità di posizionarsi sul mercato in un'ottica multibrand, la riconoscibilità del marchio. Sono le tre voci che Fitch ha riconosciuto come elementi di successo nel confermare il rating A- di Generali.

Ma le difficili condizioni di mercato, in Italia così come in Spagna, incidono negativamente sul giudizio complessivo che viene dato all'economia del nostro Paese e quindi alle aziende che vi operano. Che ci piaccia o meno, dobbiamo scontare una situazione di precarietà generale che, nell'epoca della globalizzazione, non tiene conto dei confini nazionali ma di condizioni che diventano "contagiose" al di là di tutte le previsioni razionali.

In un contesto tanto delicato, fondamentale risulta il ruolo delle strategie su cui poggia il business di quelle aziende capaci di operare sul territorio in ambiti "multi-accesso", vuoi per distinzione dei canali distributivi o per la molteplicità di marchi attivi. Un dato di fatto che dovrebbe farci riflettere. Perché rappresenta un indice dell'importanza di visioni strategiche e operative di più ampio respiro, in grado di portare valore sia sul mercato sia sulla solidità del sistema.

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

INTERMEDIARI

Soluzioni, non polemiche

Una categoria disomogenea, frammentata e troppo spesso subordinata alle mandanti. Paola Cobbe, presidente della Provinciale Sna di Siena e agente Allianz-Lloyd Adriatico, delinea lo scenario di oggi e l'impossibilità di un futuro ancora legato all'Ana 2003

E' un mercato in grande sofferenza, aggravato da una crisi economica senza precedenti. Le agenzie italiane danno segni di stanchezza, tuttora operano in un clima di parasubordinazione e di assoluta "sudditanza": nessuna possibilità di estrinsecare la propria imprenditorialità, né sul piano tecnico, né sul fronte dell'organizzazione. Lacci e laccioli ancora oggi si sprecano anche a livello di mandato, con vincoli tuttora assurdi. La categoria degli agenti, debole e in difficoltà su molti fronti, si ripiega a sottoscrivere obblighi che in qualunque altro settore sarebbero sdegnosamente respinti. Non va sottovalutata, inoltre, l'incapacità di far rispettare alle compagnie mandatarie l'Accordo 2003; direi di più, si arriva addirittura a sottoscrivere "deroghe" allo stesso, in cambio di nulla o quasi.



Paola Cobbe, presidente Provinciale Sna di Siena

Questo nel comparto assicurativo accade anche perché gli agenti italiani sono sempre più divisi. In questo momento emerge una spaccatura profonda.

Chiedo l'opinione di alcuni presidenti Provinciali, che sono il vero cuore della categoria e dalle loro scrivanie passano gioie e dolori. Inizio con **Paola Cobbe**, presidente della **Provinciale di Siena**, agente Allianz-Lloyd Adriatico, toscana doc, conoscitrice attenta dell'intermediazione italiana.

I suoi colleghi hanno ingaggiato una sorta di "guerra santa" per stabilire se sia meglio essere monomandatari o plurimandatari. Fermo e impregiudicato il diritto di ogni singolo agente di scegliere, quale il suo pensiero?

Sì, sembra quasi che scegliere in un senso o in un altro suddivida la categoria in ulteriori sottogruppi: serie B e serie A. *(continua a p.2)*

NEWS DA WWW.INSURANCETRADE.IT

Generali, Fitch conferma A- con outlook negativo

Generali rimane in serie A. L'agenzia di rating **Fitch** ha confermato al Leone il rating A- con outlook negativo. Tra le motivazioni risalta la "significativa performance operativa del gruppo in un contesto di condizioni di mercato impegnative soprattutto in Italia e Spagna", e nonostante l'elevata esposizione di Generali alla crisi del debito della Zona Euro "principalmente attraverso la sua significativa partecipazione al debito sovrano italiano".

Rispetto a quest'ultimo punto Fitch ha anche sottolineato che un eventuale ulteriore deterioramento dell'affidabilità creditizia del nostro Paese "potrebbe erodere in modo rilevante il capitale del gruppo". L'agenzia ha inoltre spiegato che i rating di Generali riflettono "l'approccio multi-canale e multi-brand di successo e la riconoscibilità del marchio".



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



(continua da p. 1) Certo sarebbe auspicabile che tutti approdassero al plurimandato, per vari motivi: contrastare un potere assoluto delle mandanti sulla propria rete, mettere in "concorrenza" le compagnie in termini di qualità di prodotti, prezzi, tempi di risposta, tempi di liquidazione, condizioni assuntive, considerazione dell'intermediario come partner e non come suddito ecc. Questo porterebbe innumerevoli vantaggi proprio e anche ai consumatori.

Ma nella realtà è incontrovertibile che la nostra categoria è talmente disomogenea nel condurre e organizzare l'attività quotidiana, che è assurdo pensare che tutti siano pronti a questo cambiamento radicale del modo di lavorare. Oltre al fatto che essere plurimandatari richiede una predisposizione mentale e anche una capacità economica agenziale consistente. Inoltre, le compagnie spesso disincentivano, con modi a volte anche prepotenti o intimidatori, la libertà di scelta. Siamo lontani, ahimè.

Questa ordinaria rinuncia della categoria a far rispettare i propri diritti, sanciti dall'Accordo 2003, derogato sistematicamente, crea gravi danni. Non le appare anacronistico che i Gruppi Aziendali reclamino un tavolo per un "nuovo" Ana, quando non hanno forza e volontà per far applicare quello in corso?

E' più che anacronistico. Da anni (dai decreti Bersani, per la precisione), in ogni circostanza, paleso il mio pensiero dettato dal semplice buon senso. Dobbiamo dimenticarci il rinnovo. Lo so, non è popolare ciò che sostengo, ma ritengo che sia molto verosimile.

Del resto, se i miei subagenti diventassero plurimandatari e trasferissero il mio portafoglio, su cui magari sto pagando una cospicua rivalsa, in altre compagnie, cosa farei? Darei loro ulteriori tutele o li inviterei ad andare via prima che dissolvano il mio patrimonio? E' chiaro che uno dei motivi del non rinnovo è questo. I Gruppi pur di trovare flebili rimedi all'annosa questione della perdita di redditività delle agenzie derogano all'Ana 2003, cercando di tenere in equilibrio i rapporti con la rispettiva mandante, purtroppo sempre da una posizione di estrema debolezza. Paradossalmente, queste deroghe indeboliscono l'azione sindacale nazionale.

Nel mio immaginario, un Sindacato, prima di sbandierare il vessillo della libertà, ha il dovere di creare una rete di tutela affinché si consenta, a coloro che intraprendono questa strada in barba alle vedute della propria mandante principale, anzitutto una reale libertà di scelta, con la tranquillità di potere proseguire l'attività quotidiana anche l'indomani che la compagnia non gradisca i percorsi intrapresi dall'intermediario. In parole povere: se prendo il secondo mandato e la compagnia mi revoca, io dal giorno dopo intermedio per le compagnie che Sna mi ha messo a disposizione (tramite architetture societarie costituite ad hoc).

E sono tranquillo e sereno, senza il patema di dover ritrovare immediatamente altri mandati. Forse così cambierebbe anche l'atteggiamento dei nostri interlocutori.



Roberto Salvi

Lei ha grande esperienza associativa e conosce bene l'ambiente Sna. Perché tante divisioni? Ci sono, dietro il sipario di questa crisi, ragioni vere, condivisibili, o solo gelosie per le "poltrone" mancate?

E' vero, spesso non c'è un disegno, una strategia, o almeno non è chiara e quindi è come se non esistesse. I detrattori si comportano senza un minimo di coerenza. Hanno appoggiato una presidenza (conoscendone benissimo l'anima), per prenderne le distanze dopo pochi giorni. Anche non prendere posizione è come appartenere al girone degli ignavi. Forse è mancanza di coraggio, della serie "avrei voluto ma non posso".

Purtroppo stiamo assistendo a tutto questo anche per la grande difficoltà che sta dimostrando l'esecutivo in carica di aggregare anche coloro che hanno appoggiato la sua elezione: più paradossale di così. I colleghi non gradiscono più chi fomenta le continue estenuanti polemiche. Non è questo che vogliamo.

Le varie correnti di pensiero nate negli anni di presidenza Metti, a mio modo di vedere, non hanno più senso di esistere, in quanto *Intermediari Uniti* ha partorito la "sua" presidenza e una delle due vice presidenze; il *Coraggio di cambiare* l'altra vice presidenza. E' logico pensare che, quindi, abbiano esaurito la loro funzione. Altra cosa per *Agenti al centro*, che ha legittimato la sua presenza conquistando l'altro 50% di elettorato alle ultime elezioni.

Lei era nella lista di Roberto Salvi, che ha perso l'ultimo Congresso sul filo di lana. Diversa identità, altri sogni. Cosa avrebbe suggerito di diverso, se la vostra lista avesse vinto?

Errato. Diversa identità, vero, ma non altri sogni. Soprattutto, modi diversi per arrivare a realizzarli. Personalmente ritengo che l'esperienza del passato sia fondamentale per non ripercorrere errori mentre si affronta il presente per costruire il futuro.

Va anche sottolineato un passaggio fondamentale. Con il 50% dei voti, nemmeno Salvi, forse, avrebbe potuto fare granchè. Fondamentale, e da subito, sarebbe stato coinvolgere la compagine sconfitta e affrontare insieme il percorso contro il decreto "vergogna".

L'intelligenza di chi governa (e abbiamo avuto la fortuna di avere entrambi i candidati dotati di grandi capacità) passa obbligatoriamente dal coinvolgimento più largo possibile, affinché il consenso diventi trasversale e di più ampio respiro. Otto voti di differenza sono pochissimi per governare in "solitaria".

Carla Barin



Quali fonti per la (pluri)preventivazione?

Il testo di legge indica i siti internet delle compagnie, il preventivatore Isvap e gli aggregatori costituiti dalle associazioni degli intermediari. Ma non chiarisce molti dubbi

Altro tema da indagare, in merito all'effettiva applicazione dell'art. 34 del **Decreto Legge 1/2012** è quello afferente alla fonte presso la quale attingere i preventivi e reperire la documentazione contrattuale. In proposito l'art. 6, dopo aver confermato la necessità di presentare soluzioni assicurative proposte da "imprese appartenenti a diversi gruppi assicurativi", precisa che le informazioni in oggetto possono essere recuperate in via esclusiva:

a) utilizzando i dati obbligatoriamente pubblicati dalle imprese assicurative ai sensi dell'art. 131 del cap e del regolamento Isvap n. 23 (e cioè il servizio di informativa precontrattuale e preventivazione personalizzata on line che ciascuna compagnia è tenuta a offrire al pubblico sul proprio sito);

b) avvalendosi delle informazioni risultanti dal servizio di preventivazione dell'Isvap (denominato "Tuo preventivatore");

c) accedendo ad appositi servizi di aggregazione che le associazioni degli intermediari potranno all'uopo costituire, utilizzando a loro volta i dati ricavati dai siti di ciascuna singola impresa.

COME E DOVE REPERIRE LE INFORMAZIONI?

Tali previsioni inducono qualche incertezza. In primo luogo, pur nella loro alternatività, i tre strumenti di cui sopra sono qualificati come esclusivi. Il che sembra sillogisticamente escludere la possibilità di ricorrere ad altre fonti informative, anche se ugualmente funzionali (convenzioni con le imprese, accordi tra intermediari e via discorrendo).

Né si comprende se le "associazioni degli intermediari" di cui alla lettera c) siano da individuarsi nelle organizzazioni rappresentative già esistenti a livello nazionale ovvero possano essere costituite ad hoc, anche a livello locale, proprio con la finalità di strutturare nuovi servizi di comparazione/aggregazione dei dati resi disponibili, in virtù dei loro mandati, da ciascun intermediario associato.

A nostro parere, comunque, non potrebbe revocarsi in dubbio la legittimità di un'informazione comparativa fornita da un singolo intermediario nell'ambito dei rapporti di (pluri)mandato da questi intrattenuti con (almeno) quattro imprese operanti nel settore della Rc auto e facenti capo a quattro diversi gruppi assicurativi.

Diversamente opinando si dovrebbe ritenere che un intermediario che intendesse proporre alla propria utenza tutte le soluzioni di cui dispone in relazione ai diversi mandati conferitigli dovrebbe corredare ciascuna proposta di altri tre preventivi, distinti da quelli rilasciati dalle proprie mandanti. Il che parrebbe del tutto incongruo, sproporzionato rispetto allo scopo della norma e difficilmente realizzabile in concreto (specie nelle attuali dinamiche di mercato, caratterizzate da sempre più rilevanti fenomeni di accorpamento di singole compagnie all'interno di macro gruppi di riferimento).

Interessante, inoltre, rilevare come l'accesso al servizio di preventivazione dell'Isvap non potrebbe ritenersi esaustivo, limitandosi alla comparazione tariffaria e non consentendo di reperire le necessarie informazioni contrattuali (fascicolo/nota informativa).

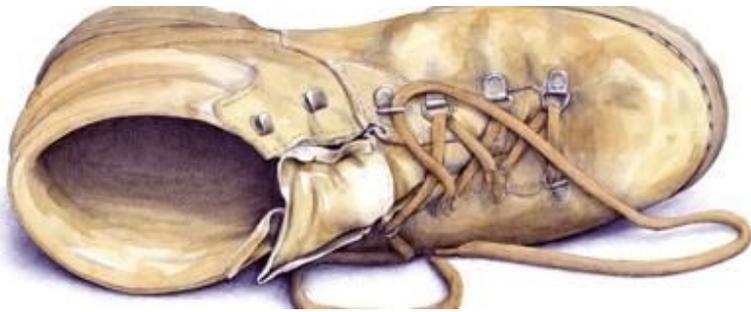
COMPARATORI E OBBLIGO DI INFORMATIVA

Utile osservare come i così detti "aggregatori" privati non rientrino tra i soggetti a cui rivolgersi per ottenere i dati oggetto di confronto (ciò, secondo quanto riferisce l'Istituto nella relazione di presentazione, in considerazione della non vincolatività delle quotazioni da loro proposte). Rimane da chiedersi se quegli stessi aggregatori privati, nella loro - pur discutibile - veste di intermediari iscritti alla sezione B del Rui, siano essi stessi tenuti a offrire, oltre al loro ordinario servizio di comparazione, la specifica informativa (anche contrattuale) di cui all'art. 34 del DI 1/2012. Una risposta negativa sembrerebbe potersi dare in considerazione della difficoltà di ricondurre quell'attività di aggregazione e confronto nell'ambito della vera e propria distribuzione di prodotti assicurativi (e si ricorderà come l'ambito di applicazione del regolamento sia stato limitato agli intermediari che distribuiscono garanzie della Rc auto).

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.

Per leggere l'intero articolo <http://bit.ly/OThfjX>





BON TON

Le scarpe parlano di noi

Molte persone quando incontrano qualcuno sono portate a osservare le mani e i piedi (scarpe) del loro interlocutore. Pochi, forse pochissimi, sanno che le soles delle scarpe dicono moltissimo su chi ci sta davanti.

Anna Guglielmi, giornalista, scrittrice e psicosintetista (la psicosintesi è una teoria e prassi psicologica che si è sviluppata dalla psicoanalisi, per evolversi sul versante della psicologia umanistica ed esistenziale e su quello della psicologia transpersonale), nel suo libro *Il linguaggio segreto del corpo* sviluppa molto bene l'argomento, spiegando il significato di una suola consumata.

Ed ecco quindi che si sviluppa il gioco dei meridiani orientali, punta della scarpa e meridiano dello stomaco, come l'identificazione dell'uomo o donna dalla punta consumata con una persona impaziente, che ha sempre fame anche di sapere, piena di voglia di vivere e di fare.

Il meridiano del fegato, zona della scarpa consumata quella dell'alluce, è tipica di una persona determinata nel lavoro e nel raggiungimento dei propri obiettivi, ma anche a volte irascibile. Il tacco "liso", è appalto di chi soffre di reni e ha spesso dolori lombari, cela una persona lenta nei movimenti, alla continua ricerca di sicurezza ed esitante nell'affrontare il futuro e le novità. Le persone timide, schive, e a volte frustrate sessualmente, consumano la parte interna della suola (milza e fegato), soffrono spesso anche di dolori al collo e alle spalle.

Vescica e cistifellea sono causa dell'usura della parte esterna della suola. Si tratta di persone pratiche, ma piuttosto paurose, ostili e colleriche.

Anche la postura o meglio il bilanciamento ci danno informazioni preziose. Se la persona che abbiamo di fronte poggia più peso sul piede sinistro vuole dire che preferisce entrare in contatto con le proprie emotività e intuizioni, usando poco il pensiero razionale. Se poi la stessa persona, mentre sta conversando con noi, passa il peso dal piede sinistro a quello destro (con una leggera oscillazione) vuol dire che si sta muovendo da uno stato emotivo a un atteggiamento razionale.

Ci sarebbe tant'altro da dire, ma già mi immagino voi che, mentre state leggendo questo articolo, vi togliete le scarpe e analizzate con molta attenzione in quale parte sono più consumate!

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

INTERMEDIARI

Lo Sniass contromano, bene l'articolo 34 e il regolamento Isvap

Per gli iscritti alla sezione E del Rui le norme rappresentano il riconoscimento del plurimandato

C'è un sindacato che non teme l'**Isvap** e il **regolamento 49** sulla multi-preventivazione, ma che anzi considera l'**articolo 34** della legge sulle liberalizzazioni un passo avanti nella maturazione del ruolo dell'agente verso la logica del plurimandato.

Questo sindacato è lo **Sniass**, sindacato nazionale intermediari di assicurazione, che si fa sentire a un giorno dal termine per la presentazione di commenti ed emendamenti allo schema pubblicato dall'Isvap, in pubblica consultazione fino a domani.

Partendo dal presupposto che, secondo il parere del segretario nazionale **Vito Stella**, "nulla verrà modificato dalla pubblica consultazione", lo Sniass non considera l'applicazione del regolamento "un fatto del tutto negativo". Il ragionamento parte dalla considerazione che le ricadute della legge non sono uguali per tutti gli intermediari iscritti al Rui: "per gli iscritti alla sezione E - precisa Stella - può rappresentare, e anzi rappresenta, il riconoscimento della loro funzione di plurimandatari, liberi di lavorare con chiunque e quindi di produrre più preventivi, di gruppi assicurativi diversi, per poi vendere la polizza al miglior prezzo, in risposta allo spirito del legislatore che ha voluto tutelare il consumatore".

Il vero problema, ammettono però dallo Sniass, è per i monomandatari che saranno costretti a "un lavoro assolutamente non redditizio". Ma la responsabilità è anche dell'Ania e delle compagnie, dice lo Sniass, che "sconsiglia" ai propri agenti di assumere altri mandati, approdando così al "pluralismo".

Bene quindi le battaglie che conducono Sna e Unapass per i loro iscritti, fa notare Stella, ma lo Sniass punta ad altri obiettivi.

F.A.

Insurance Daily

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio alaggio@insuranceconnect.it

Editore e Redazione: Insurance Connect Srl, Via Ripamonti 44, 20141 Milano 02.87069835 redazione@insuranceconnect.it

Pubblicità: Paola Della Torre dellatorre@insuranceconnect.it

Supplemento al 25 luglio di www.insurancetrade.it

Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/201