



EDITORIALE

Per ritrovare un'autentica unità sindacale

“Lei non dovrebbe sentire solo me ma dovrebbe chiamare anche gli altri presidenti dei gruppi aziendali che hanno deciso di sospendere la partecipazione alle riunioni dei comitati dei GAA. Tutti insieme, infatti, rappresentiamo una buona parte della categoria”. A parlare, dall'altra parte del filo, è **Vincenzo Cirasola**, presidente del Gruppo Agenti Generali, con il quale ho commentato questa mattina il documento in cui 12 presidenti di gruppi aziendali (l'approfondimento è pubblicato oggi sul nostro sito www.insurancetrade.it) si fanno promotori di un nuovo modello associativo, compatto e rappresentativo delle reali priorità per la professione. Un nuovo modello che incorpori risorse intellettuali non solo di Sna, Unapass o Gruppi Agenti, ma anche dei numerosi non iscritti ad alcun sindacato. Questa decisione è l'esito di mesi in cui si sono susseguiti richiami al dialogo, dichiarazioni di insoddisfazione per l'operato sia di Sna che di Unapass, ricerca di soluzioni concrete mai trovate. Ascolto Vincenzo Cirasola, ma vorrei contemporaneamente parlare anche con i presidenti Demozzi e Congiu per capire fino a che punto si apre davvero la fase di dialogo tanto auspicata con questa ultima azione o se siamo a una svolta che apre un nuovo percorso per le rappresentanze degli agenti. Ciò che è appare evidente, però, è la volontà di costruire e non di separare o distruggere.

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

INTERMEDIARI

Ramo auto, croce e delizia delle agenzie

Da una ricerca condotta da Sna e Iama Consulting risulta che oltre il 53% della raccolta della rete si forma attraverso la copertura obbligatoria. Filippo Guttadauro, responsabile del Centro Studi del sindacato, analizza il momento critico della distribuzione tra crisi di redditività e necessità di cambiamento

La distribuzione sta affrontando uno dei momenti più difficili della sua storia. Tra crisi di redditività, stagnazione del mercato, aumento della concorrenza di banche e canali diretti, la rete delle agenzie sta rischiando di perdere sempre più il suo ruolo centrale dell'universo assicurativo.

Nonostante i numeri consegnino ancora saldamente agli agenti lo scettro di re del mercato, soprattutto Rc auto, i dati di una ricerca targata Sna e Iama Consulting sulla rete distributiva italiana in un arco di quattro anni, fotografano una situazione quantomeno complessa. Come emerge dallo studio, la perdita di redditività agenziale ha superato il 22% in tre anni, con un incremento dei costi nello stesso periodo di oltre cinque punti percentuale.



Filippo Guttadauro, responsabile Centro Studi Sna

“Siamo chiamati tutti a uno sforzo costruttivo finalizzato alla definizione di nuovi modelli di business, nell'ottica di un recupero di efficienza e di redditività”, sottolinea **Filippo Guttadauro**, responsabile del **Centro Studi Sna**, mentre ricorda come occorra, contemporaneamente, sfruttare questo periodo per un reale cambiamento culturale, sfruttando le chiavi dell'innovazione e della ricerca per una maggiore capacità di autonomia imprenditoriale.

Quali sono, tra quelle prese in esame nella ricerca, le aree di analisi che considera più interessanti?

Occorre avere una visione di insieme, ma in particolare ritengo sia opportuno porre in evidenza tre aspetti fondamentali per capire lo scenario che abbiamo davanti: il mercato assicurativo, il cambiamento della distribuzione agenziale e lo sviluppo del plurimandato. *(continua a p.2)*

NEWS DA WWW.INSURANCETRADE.IT

Domani cda di Generali, Perissinotto verso l'uscita

Domani il consiglio d'amministrazione straordinario di Generali deciderà se accogliere la mozione di sfiducia verso il Group ceo **Giovanni Perissinotto**, presentata da Mediobanca, l'azionista di maggioranza relativa, e da alcuni consiglieri indipendenti. La situazione è precipitata in settimana, quando mercoledì Piazzetta Cuccia, nelle persone dell'ad **Alberto Nagel** e del presidente **Renato Pagliaro**, hanno convocato Perissinotto prospettandogli la volontà di sostituirlo. Il Group Ceo, in carica dal 2002, ha specificato in una lettera ai consiglieri, che molti organi di stampa hanno pubblicato, di non aver alcuna intenzione di dimettersi perché, a suo avviso, “non esiste un motivo oggettivo per farlo”. Sempre nella lettera, Perissinotto contesta chiaramente a Mediobanca di voler mettere “ancora una volta i propri interessi personali sopra quelli della compagnia”. Il nome più accreditato per la successione alla guida delle Generali è quello di **Mario Greco**, attuale ceo di Zurich General Insurance.



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



Vuole proporci qualche chiave di lettura del mercato assicurativo attuale?

Il mercato assicurativo italiano, come tutta l'economia in generale, vive da tempo in un situazione di stagnazione preoccupante a tutti i livelli. Il 2011 è stato un anno di crisi con un calo del 12,2% della raccolta premi sull'anno precedente. Dalle ricerche di mercato emerge che gli Italiani tendono a non stipulare polizze assicurative, non perché non le ritengono importanti, ma per mancanza di liquidità. E' un fattore serio che va analizzato.

La distribuzione agenziale come vive questa situazione?

Gli agenti denunciano ormai da anni una crescente perdita di redditività che ha superato il 22% in tre anni, con un incremento dei costi nello stesso periodo di oltre cinque punti percentuale e i ricavi in diminuzione di quasi quattro. E' fuori dubbio che l'intermediazione assicurativa stia attraversando un momento molto difficile. Dal 2008 il numero degli agenti è progressivamente calato del 7,3%, con un 2,3% solo nell'ultimo anno. Il trend negativo prosegue dalla fine degli anni '90, non rispecchia la razionalizzazione sul territorio ma bensì un chiaro processo di selezione e riorganizzazione delle reti. La riduzione delle agenzie si accentua in particolare al Sud, con un limitato potenziale di sviluppo e con elevata rischiosità.

Qual è il fattore di debolezza strutturale dell'agenzia?

La dipendenza dall'auto, per le agenzie medie, con un mix di portafoglio prevalentemente incentrato sulla Rc, incide per oltre il 53% della raccolta complessiva. Per le agenzie che definiamo "fragili", emerge la preoccupazione maggiore. Sono circa 3.000, gestiscono portafogli modesti (meno di 1,5 milioni di euro di incassi) con una quota Rca mediamente superiore al 70%. Il portafoglio Rc auto richiede un forte impegno e una presenza di personale dedicato alla gestione più che per lo sviluppo.

Dalle famose lenzuolate di Bersani del 2007, come e quanto si è effettivamente diffuso il plurimandato?

A fine 2010 le agenzie plurimandatarie rappresentavano il 20% del canale agenziale. Dall'introduzione dei decreti Bersani bis, il numero di agenzie plurimandatarie, proporzionalmente a quelle già esistenti, è cresciuto di oltre il 138%. Occorre ammettere che il trend di crescita non è stato costante, ma ha rallentato negli anni successivi.

Quali sono le principali preoccupazioni degli intermediari nell'intraprendere la scelta di avere più mandati?

Quattro anni fa, gli agenti valutavano la scelta del plurimandato come un possibile incremento dei costi, da imputare anche ai sistemi informatici, oltre al timore di peggiorare le relazioni con la compagnia. L'impatto maggiore ha riguardato la gestione amministrativa di più mandati, con la necessità di conoscere l'offerta di tutte le imprese. Nel tempo, operare con più imprese, ha superato l'impasse dei rapporti relazionali con la ex mandante. Ci si è resi conto che operare con altre compagnie non implica un abbandono della precedente impresa: il 48,2% dei neo-plurimandatari segnala una crescita nella nuova produzione proprio con quest'ultima, mentre solo il 20,4% ha avuto un decremento. L'utilizzo di più marchi a disposizione ha avuto l'effetto di indirizzare gli sforzi produttivi verso le aree di business più competitive. Gli agenti che hanno fatto la scelta del plurimandato sono ampiamente soddisfatti.

Quale secondo lei il futuro per il canale agenziale?

Questo è tra i momenti più difficili della storia della distribuzione: crisi di redditività, stagnazione del mercato, progressivo aumento della concorrenza di banche e canali diretti, peraltro non leale. Occorre tentare di sfruttare questo periodo come opportunità di cambiamento culturale: innovazione e ricerca per una maggiore capacità di autonomia imprenditoriale. Tutti gli operatori della distribuzione sono chiamati a uno sforzo costruttivo finalizzato alla definizione di nuovi modelli di business, nell'ottica di un recupero di efficienza e redditività. Occorre rivedere i processi gestionali che non producono valore. Bisognerebbe presidiare maggiormente le aree danni e ramo vita, focalizzando l'attenzione sui segmenti di clientela a più alto valore commerciale.



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

Carla Barin



MERCATO

Uscita della Grecia dall'euro: quali scenari possibili?

Grecia dentro (l'Europa) o Grecia fuori (dall'euro). Si gioca in questi mesi una partita che solo apparentemente riguarda il destino di un paese e molto realisticamente determina le sorti di un progetto, quello dell'Unione europea, che in questi anni non ha saputo tradursi in una realtà politica, economica e culturale condivisa.

Sace ha analizzato nel dettaglio la casistica relativa alle diverse opzioni possibili, restringendole a due: o la Grecia mette in atto le riforme strutturali volute dalla Unione europea e ottiene dalla Troika il prestito promesso; oppure la mancata adozione degli aggiustamenti fiscali comporterà automaticamente il venir meno del finanziamento internazionale.

Ora, nel primo caso, la Grecia avrebbe la liquidità necessaria per onorare il proprio debito e scongiurare il default, ma i benefici del mancato ritorno alla dracma sarebbero elevati anche per l'intera unione monetaria. Ci sarebbe un guadagno in termini di rinnovata fiducia nei confronti dell'euro e dell'intera Ue, e il rischio di contagio agli altri paesi europei si attenuerebbe, evitando di creare il precedente di un paese che viene meno agli obblighi comunitari. Questo non significherebbe però un'assicurazione di prosperità né per il popolo greco né per l'Europa in generale: il piano di austerità previsto infatti rischia seriamente, secondo Sace, di inibire ulteriormente la domanda privata, già gravata da una disoccupazione superiore al 22%, e di frenare la crescita, mentre l'aumento della povertà avrebbe inevitabili conseguenze in termini di instabilità interna. I costi sarebbero elevati anche per l'eurozona che si troverebbe a dover trasferire una grande quantità di risorse al paese per impedirne il collasso, finanziandone per decenni a venire gli elevati deficit, fiscale e commerciale.

Lo scenario opposto in compenso avrebbe effetti negativi anche più consistenti. Se nel breve periodo, la Grecia trarrebbe qualche beneficio dal ritorno alla dracma soprattutto per quanto riguarda il turismo, sul medio-lungo termine si avrebbe un aumento dell'inflazione (con stime comprese tra il 30% e il 50%) e l'aumento del valore nominale del debito pubblico. Inoltre, non riuscendo ad accedere ai mercati internazionali il paese, per aumentare il proprio saldo primario a copertura del debito, sarebbe costretto a manovre di austerità fiscale della stessa intensità, o addirittura peggiori, di quelle imposte dalla Troika.

Anche per il resto dell'Ue le conseguenze sarebbero notevoli, in particolare il rischio di contagio ai paesi europei in difficoltà aumenterebbe esponenzialmente e i riflessi sui mercati finanziari sarebbero consistenti.

SERVE UN PIANO DI NATURA COOPERATIVA

Insomma, è arrivato il momento di chiedersi qual è l'obiettivo da raggiungere. Se l'intento è quello di salvare l'euro e la credibilità del progetto Europa, serve un piano di natura cooperativa a partire dalla rinegoziazione del pacchetto di austerità fiscale imposto alla Grecia. Questo significa un impegno da entrambe le parti: l'Ue dovrebbe fare uno sforzo di fiducia, guardando alla Grecia come ad un partner affidabile, nonostante gli errori commessi in passato; la Grecia, a sua volta, dovrebbe adottare una politica corretta e trasparente, impegnandosi ad adottare le riforme necessarie per rinsaldare la propria economia e ad eliminare tutti gli atteggiamenti dannosi per il resto dell'area. Servirebbe dunque una volontà comune di andare avanti insieme. Un'Europa davvero unita al di là di una formale Unione europea.

Diana Pastarini



MANAGEMENT

Leadership taylor made

Noi formatori facciamo spesso l'errore di vendere corsi di formazione preconfezionati. In particolare il fenomeno è diffuso quando si parla di leadership: lì si sprecano i prodotti formativi "fast food", erogando una formazione totalmente indifferenziata. Questo mi ha dato lo spunto per un corso di "leadership taylor made" nella logica per cui è inutile cambiare lo stile di leadership del manager, cosa a mio avviso quasi impossibile, ma è molto più efficace lavorare sullo stile di leadership, adattandolo a quella che è la sua realtà operativa e il suo modo di essere manager.

Ecco che un manager con "leadership visionaria" dovrà sviluppare la propria "empatia", quello "democratico" dovrà fare attenzione al fattore tempo, quello "comandante" dovrà incrementare la sua capacità di ascolto e così via.

Questo fa sì che ognuno di noi rimanga se stesso sfruttando quelle che sono le caratteristiche positive del suo stile di leadership in maniera naturale e non cercando di scimmiettare altri manager, che per caratteristiche personali adottano stili di management completamente differenti.

I tutte le attività lavorative il mantenimento della propria identità deve essere visto non come un atteggiamento cieco bensì come una dimostrazione di rara intelligenza.

Ho sempre ammirato quei manager che con il proprio modo di condurre i collaboratori (comandante, amico, compagno di battaglie) sono riusciti a creare uno stile aziendale dove prevalessero le singole individualità in un armonico gioco di squadra. Valorizziamo quanto ognuno di noi ha di buono e minimizziamo le caratteristiche negative dei nostri collaboratori. Se poi così facendo creiamo un bell'ambiente di lavoro e raggiungiamo gli obiettivi che ci siamo preposti nessuno, dico nessuno, potrà criticare il nostro stile di leadership in quanto troppo o troppo poco in linea con quanto decretato dai guru del coaching e della formazione.

Quindi il prodotto "taylor made", in quest'ottica, assume una forte valenza positiva proprio in questi anni dove sempre più si evidenziano le distinzioni fra leader e manager (Warren Bennis sostiene che vi sia una profonda differenza tra management e leadership. Il manager gestisce e porta a termine obiettivi, è responsabile e ha responsabilità. Il leader invece influenza, sceglie in quale direzione guidare, agisce esaltando entrambe le caratteristiche degli stili di conduzione aziendale.

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

INTERMEDIARI

Lo Sna risponde alle Oo.Ss. dei dipendenti in merito ai licenziamenti

Il presidente Demozzi: "Agenti e dipendenti delle agenzie combattono la stessa battaglia"

Complice la difficile congiuntura economica, il tema dei licenziamenti è una questione avvertita in tutti i settori professionali, e le assicurazioni non fanno eccezione. In merito alle esternazioni di alcuni dipendenti di agenzie piemontesi, lo **Sna** replica alle sigle sindacali del settore raccolte nelle **Oo. Ss. regionali Fisac-Cgil, Fiba-Cisl, Fna e Uilca**.

Il Sindacato nazionale agenti di assicurazione in una nota sottolinea come gli agenti, lungi dall'essere i protagonisti di una "scriteriata ricerca della redditività finanziaria", ne sono al contrario essi stessi vittime, proprio come i dipendenti delle agenzie. La responsabilità, secondo lo Sna, va ricercata nelle politiche societarie delle compagnie che, anziché "perseguire un' oculata gestione delle risorse ed attuare strategie condivise con gli intermediari professionali, concentrano i loro sforzi sulle economie di breve respiro, sui tagli lineari che non tengono conto delle necessità distributive, né della qualità del servizio offerto ai clienti".

Lo Sna non nasconde la sua preoccupazione per il notevole ridimensionamento della redditività delle agenzie in gestione libera - circa il 30% negli ultimi tre anni - ma richiama l'attenzione sul fatto che, nonostante la crisi economica, la maggioranza degli agenti "ha sospeso i licenziamenti di personale, con la speranza di poter riconquistare parte del terreno perduto". Chi si è trovato a dover procedere con i licenziamenti, sottolinea ancora il Sindacato nazionale agenti "lo ha fatto esclusivamente per scongiurare la chiusura dell'agenzia che, nella quasi totalità dei casi, rappresenta una piccola-media impresa, con tutte le criticità che la piccola dimensione impone".

L'auspicio dei vertici dello Sna, nella persona del presidente **Claudio Demozzi**, è quello di incontrare, a seguito di queste precisazioni, "la comprensione e la solidarietà delle organizzazioni sindacali dei dipendenti" nell'ottica di affrontare insieme "una vera e propria battaglia comune, che ci vede impegnati quotidianamente per la sopravvivenza della figura professionale degli agenti di assicurazione e conseguentemente per il mantenimento dei livelli occupazionali nelle nostre agenzie su tutto il territorio nazionale".

D.P.

Insurance Daily

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio

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 1 giugno di www.insurancetrade.it

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