



PRIMO PIANO

Sì al nuovo codice della strada

È arrivato ieri sera il sì dell'aula della Camera dei deputati alla riforma del codice della strada. Il testo, approvato con 246 sì e 9 no passa ora al Senato. Tra le principali innovazioni che saranno introdotte dalla delega c'è il via libera alle disposizioni per favorire "la diffusione e l'installazione di sistemi telematici per rilevare lo stato della revisione e l'esistenza e la validità dell'assicurazione obbligatoria di responsabilità civile verso terzi del veicolo, nonché se il veicolo è sottoposto a una misura di sequestro o confisca penale o oggetto di denuncia di furto". La riforma, inoltre, prevede un inasprimento delle sanzioni per chi circolerà sprovvisto di polizza assicurativa. Tra le altre novità spiccano l'introduzione del reato di omicidio stradale e il cosiddetto "ergastolo della patente", cioè la revoca a vita del documento per coloro che saranno accusati di omicidio colposo connesso alla guida sotto effetto di stupefacenti o in stato di ebbrezza (con tasso alcolemico superiore a 1,5 grammi per litro). Inoltre, sarà istituita una banca dati unica delle infrazioni stradali, e i dati su veicoli e patenti potranno essere utilizzati liberamente in formato open source.

Beniamino Musto

CONVEGNO

Intermediari 2014: la consulenza in un mondo veloce

Con una partecipazione di circa 350 persone, si è tenuto ieri il convegno organizzato da Insurance Connect dedicato ai canali di distribuzione. Al centro, le strategie per lo sviluppo delle reti attraverso la professionalità e la relazione con i clienti. Tensioni tra agenti e Ania. Stallo sul salvataggio del Fondo pensioni agenti

Cambiano le condizioni economiche, peggiorano le aspettative di benessere, in primis per il consumatore; si stanno moltiplicando i canali di distribuzione dei prodotti assicurativi e, di conseguenza, l'attenzione delle compagnie verso quelli in prospettiva più profittevoli: perché le imprese dovrebbero continuare a investire su un canale, quello dell'intermediazione tradizionale, che i dati prevedono in progressiva e costante decrescita? La risposta che si dà solitamente a questa domanda è che il valore aggiunto delle reti agenziali e dei broker (nonostante per questi ultimi non si parli di crisi ma, anzi, di avanzamento), sia ancora la relazione con il cliente fondata sulla professionalità e la consulenza. Ora che le cose cambiano, (e lo fanno con rapidità e profondità inattese), sul valore della consulenza occorre fare una riflessione più attenta. Che rapporto c'è tra concorrenza e consulenza? Esiste una relazione che dia un valore competitivo quest'ultima? In che termini e come valorizzarla?

Il convegno sull'intermediazione, organizzato ieri, giovedì 9 ottobre da **Insurance Connect**, ha proprio avuto al centro questa problematica: in che modo la consulenza può far sviluppare la distribuzione, quanto è efficace e, soprattutto, se conviene ancora puntarci. (continua a pag. 2)



NEWS DA WWW.INSURANCETRADE.IT

Bankitalia, Fininvest vendita quota Mediolanum

La **Banca d'Italia** ha imposto a **Fininvest** di vendere la quota eccedente il 9,9% di Mediolanum. Secondo quanto spiega la stessa Fininvest, il provvedimento è stato preso "per la sopravvenuta perdita dei requisiti di onorabilità in capo al proprio controllante indiretto **Silvio Berlusconi**". La Fininvest controlla più del 30% di Mediolanum e dunque dovrà cedere oltre il 20% della società. Questo, precisa Fininvest, potrà anche avvenire mediante il conferimento in un *trust* ai fini della successiva alienazione a terzi entro 30 mesi dalla data della sua iscrizione. A seguito di tale misura viene meno il patto di sindacato tra Fininvest e **Ennio Doris**. Fininvest "dà atto del venir meno dell'efficacia del *Patto di sindacato Mediolanum* e, d'intesa con il socio Fin. Prog di Ennio Doris darà corso alle azioni conseguenti che costituiranno oggetto di comunicazione di mercato".



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



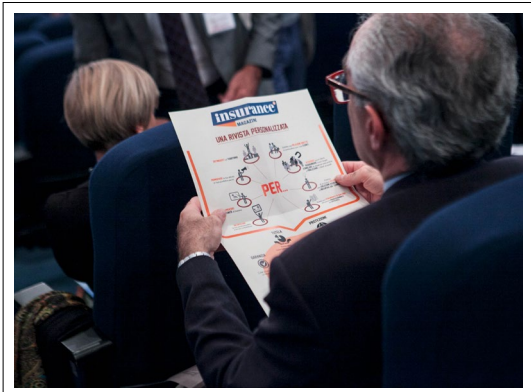
(continua da pag. 1) *Intermediari 2014: obiettivo consulenza*, interamente condotto dal direttore delle testate di Insurance Connect, **Maria Rosa Alaggio**, è stato un convegno vivo e a tratti molto acceso, soprattutto negli scambi senza esclusioni di colpi tra rappresentanze degli agenti e **Ania**. Molto ampia la partecipazione (circa 350 persone) tra agenti, broker, manager di compagnie, banche e addetti ai lavori.

Partendo dalla domanda se è possibile, oggi, proporsi come consulenti e professionisti dell'intermediazione in un mercato che chiede da un lato risparmio e velocità, ma dall'altro offerte assicurative diversificate, qualità di prodotto e di servizio, il dibattito si è infiammato, come prevedibile, sui luoghi chiave delle trattative tra compagnie e il canale degli agenti.

LA RELAZIONE IN UN MONDO INFEEDELE

Ma, mentre le rappresentanze discutono, gli altri canali (banche, Poste, compagnie dirette, comparatori) sono sempre più agguerriti e possono usare a proprio favore la prossimità al cliente, la capillarità della presenza territoriale e le possibilità delle nuove tecnologie, come ha dimostrato in apertura della giornata una ricerca presentata da **Scs Consulting**. L'*Osservatorio sulla distribuzione assicurativa* ha coinvolto 12 reti agenziali, cinque gruppi di *bancassurance*, circa mille clienti, oltre 200 agenti e top manager di compagnia: la *survey* ha previsto anche visite in incognito nelle agenzie e nelle filiali bancarie.

Il dato che ha colpito di più è stato certamente quello riferito alle banche: dalla ricerca è emerso come siano queste ultime a poter vantare il primato della relazione di qualità con i clienti. Tra modernità e *comfort* della location, comunicazione e relazione *tout court*, gli istituti di credito sopravanzano le compagnie e le loro reti nel gradimento dei clienti. Ma si tratta di comportamenti molto fluidi: il consumatore è sempre più *infedele*; la fedeltà a un marchio o a un operatore piuttosto che a un altro è in caduta libera, e non è più percepita come un valore. La mobilità ha coinvolto il 14% dei consumatori negli ultimi due anni, il 23% nel settore auto. La spinta al cambiamento è data però non dalla consulenza, ma per il 69% del campione è una semplice questione di costo della polizza. Questa è una realtà, specialmente nel settore *motor*, ormai radicata. Chi ha invece optato per un cambio di operatore in cerca di consulenza e professionalità è appena il 7%. Ma c'è di più: alla prova dei *mystery client*, inviati da Scs, il 45% del personale di agenzia dimostra di non essere in grado di soddisfare a pieno le esigenze di chi gli sta di fronte. D'altra parte però anche le compagnie mostrano dei punti deboli. Se da un lato esse ritengono che strategia e cultura aziendale vadano incontro al cliente, e che questo dato sia comunicato in modo chiaro alla rete, dall'altro gli agenti lamentano carenze nella comunicazione con le mandanti, nell'organizzazione dei processi e nella gestione dei dati.



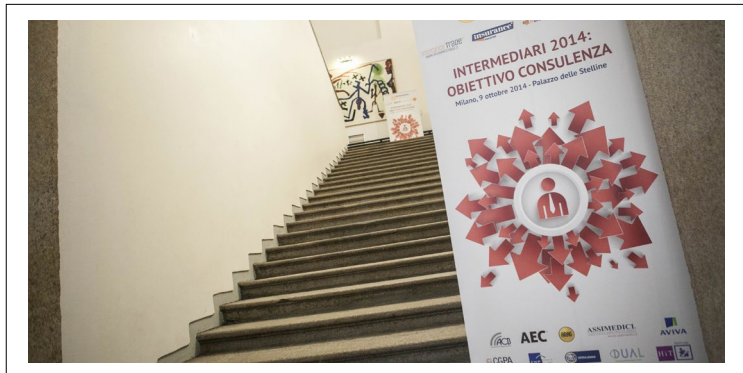
ANIA-AGENTI: IL CONFLITTO È APERTO

Di queste discrasie le compagnie dovranno farsi carico se, come dicono sempre, vogliono mantenere l'agente al centro del business assicurativo. E qui si intersecano tutti i problemi di carattere politico che stanno tormentando con rinnovata urgenza i rapporti intermediari-compagnie. La situazione di mercato ha acuito le differenze tra agenti e imprese, e sta condizionando pesantemente la loro relazione. Urge chiarire questioni molto serie e riuscire a gestire i nuovi assetti di mercato: reti che si modificano, si ampliano o si integrano, inserendosi contemporaneamente in una logica multicanale. Le trattative in corso stanno ridefinendo i colloqui che le compagnie hanno con le reti. Una delle questioni chiave è ridefinire contrattazione nazionale e quella secondaria: stanno cambiando gli equilibri tra le due? E in che termini? Per parlare di tutto questo, al convegno sono stati coinvolti tutti gli attori: dalle associazioni degli agenti (**Sna, Unapass e Anapa**), alle compagnie, dall'**Ivass** all'**Antitrust**.

(continua a pag. 3)



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



(continua da pag. 2)

La posizione di Ania, esposta da **Franco Ellena** e **Vittorio Verdone**, è persa più che mai netta: si va verso una contrattazione aziendale, anche in considerazione delle pronunce di Agcm e dell'evoluzione del mercato assicurativo. Gli agenti chiedono ancora, invece, di rivedere l'accordo nazionale, modernizzandolo, magari cambiandolo profondamente e anche ridimensionandolo: ma conservandone il pavimento comune di diritti inalienabili. Del resto, come sottolineato dall'Autorità, l'agente è e resta un imprenditore, come confermato dalle riforme più o meno recenti, quindi il rapporto di natura sindacale non ha corrispondenza con questa situazione; ma d'altra parte, il contratto collettivo assume un rilievo di natura concorrenziale, prima di tutto in virtù dei numeri che rappresenta, e poi perché tutela tutte le forme d'intermediazione.

Sul tema caldo del salvataggio del *Fondo pensione agenti*, resta ferma l'offerta dell'Ania, che non intende trattare ulteriori concessioni. Il dibattito ha mostrato in tutta la sua evidenza la crisi di una rappresentanza nazionale, sia da parte delle compagnie sia da parte degli agenti.

IL DIALOGO NELLA DIVERSITÀ È POSSIBILE

Più vivo e articolato, invece, è parso il confronto tra singole imprese e gruppi aziendali che, attraverso accordi di secondo livello, sembrano poter dialogare nella diversità. I gruppi agenziali, comunque, non rinnegano la rappresentanza collettiva, che deve restare sullo sfondo. La sfida è quindi riempire di contenuti nuovi, moderni, gli strumenti di contrattazione orizzontale, lasciando ampie libertà a quella verticale. Il ruolo dei gruppi agenti sta crescendo in proporzione alla progressiva cancellazione dei confini tra contrattazione di primo e secondo livello. I gruppi agenti di maggior rilievo, per esempio, chiedono che ci sia una vera e propria "contaminazione tra i due livelli" e anche sotto il profilo politico, pretendono più peso decisionale all'interno dei sindacati principali.

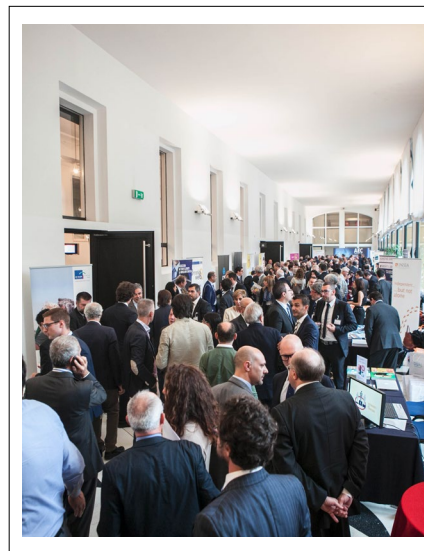
Tuttavia, in questo contesto, si rischia di perdere di vista il punto centrale: la valorizzazione della relazione con il cliente per una nuova comprensione dei suoi bisogni di protezione. Ci hanno pensato i broker a riportare l'attenzione sulla questione. **Aiba** e **Acb**, lontane dai confronti politici con le compagnie, hanno ragionato in modo più pratico, chiedendo di valorizzare il contratto di brokerag-

gio, al fine di fornire reale informazioni e cultura al cliente; obiettivi che, per esempio, l'informativa precontrattuale non raggiunge.

Tra tavole rotonde e dibattiti, è stato anche utile ascoltare qualche *case history* presentata da alcuni degli sponsor del convegno. **Maurizio Ghilosso**, ad di **Dual** ha parlato delle possibilità di vendita delle soluzioni tailor made; mentre **Fabrizio Callarà**, numero uno di **Aec Wholesale group** ha illustrato le nuove iniziative della società di sottoscrizione nell'abito del *full outsourcing* per gli intermediari. Nel pomeriggio, **Michele Colio**, distribution e marketing director di **Aviva** ha dialogato con Maria Rosa Alaggio sul tema del ruolo dell'agente plurimandatario, in un contesto di compagnia multicanale.

LA SELEZIONE FATTA DAL CLIENTE

In questo scenario, infine, la giornata è stata chiusa dall'ultima tavola rotonda dedicata al rapporto tra intermediari e innovazione, tra *social network* e sviluppo delle relazioni e del business con i nuovi *device*. Il dibattito, a cui hanno partecipato intermediari e compagnie, è stato introdotto da una breve analisi della situazione svolta da **Angelo Scarioni**, presidente di **Macros Consulting**. Ciò che è scaturito dal confronto delle posizioni, in sintesi, è che l'intermediario deve necessariamente costruire strategie che vadano di pari passo con quelle multicanali delle compagnie. Ma nel contempo, per farlo è necessario che reti e imprese tornino a parlarsi e a chiarire se, e in che termini, gli agenti siano funzionali alla compagnia e viceversa. L'organizzazione agenziale resta importante in termini di selezione del rischio e gestione della relazione con i clienti, da rinforzare e arricchire negli anni: le compagnie devono avere l'intelligenza di costruire un mondo nuovo, partendo dalla figura professionale dell'intermediario.



In un mondo fatto di *ottimisti virtuali* e *attendisti reali*, è il cliente che sta già facendo la selezione: da un lato chiede un servizio di consulenza e professionalità e dall'altro ricerca la velocità, prodotti semplici ma strutturati. Intermediari e compagnie dovranno essere in grado di fornire entrambi.

Fabrizio Aurilia

A breve su www.insurancetrade.it saranno pubblicati tutti i video e le presentazioni degli interventi; mentre sul numero di novembre del mensile *Insurance Review* ci sarà un ampio speciale su tutti i momenti della giornata.



La lunga vita del sinistro

Questa la principale causa dei premi assicurativi elevati nel settore sanità e della difficoltà a reperire coperture adeguate. Uno studio Sda Bocconi fa riflettere sulla scelta dell'autoassicurazione come soluzione per il contenimento dei costi

I sinistri sanitari vengono denunciati mediamente dopo due anni. Questa la principale evidenza di uno studio **Sda Bocconi**, supportato dai quattro principali broker in Italia, **Aon, Marsh, Trust Risk Group** e **Willis**, con l'obiettivo di individuare nuove strategie di gestione del rischio, più robuste e di ampio respiro, alla luce dei crescenti vincoli di bilancio delle aziende sanitarie e della difficoltà per le compagnie di coprire economicamente specifici rischi nel settore sanitario.

Lo studio, delinea i trend emergenti nei rischi, offrendo uno strumento per supportare le aziende sanitarie nella gestione e finanziamento dei rischi di responsabilità civile terzi (Rcto) e nella valutazione dell'impatto economico sul bilancio aziendale, e prende in considerazione una base dati di circa 40mila richieste di risarcimento, rilevate su scala nazionale, relative a un campione di strutture sanitarie pubbliche che rappresentano oltre il 50% del panorama italiano, con riferimento al periodo di denuncia 2001-2012.

Lombardia, Liguria e Lazio rappresentano la quota più significativa: per queste regioni, sono state effettuate delle previsioni di frequenza delle denunce sulla base dello studio dell'andamento storico dei sinistri relativo al periodo 2001-2012.

Nello specifico, lo studio rileva che, in media, passano 564 giorni dall'evento dannoso alla richiesta per decesso, 597 giorni a seguito di lesioni, 742 giorni in conseguenza di una lesione da parto, 72 giorni per danno; la frequenza ripartita fra le varie specialità è

del 20,8% sull'unità organizzativa di *Chirurgia Generale*, seguita da UO di *Ortopedia e Traumatologia* 11,2%, *Pronto Soccorso* 11%, *Medicina Generale* 10,2% e *Ostetricia e Ginecologia* 6,7%.

Crescono i risarcimenti nei decessi post chirurgici

È stata sviluppata anche un'analisi del valore dei risarcimenti prendendo in considerazione un numero di eventi più limitato, in cui si stima un trend crescente



dei costi dei sinistri che rientrano nella categoria di eventi catastrofali, rischi, questi, normalmente trasferiti all'assicuratore. Appare significativo il dato relativo all'analisi eseguita sullo storico sinistri dell'area chirurgica e aventi come tipo di danno il decesso dove, a livello nazionale, il trend crescente dei risarcimenti medi è in aumento del 32%. Si passa da 469mila euro, nel 2012, a 546mila, nel

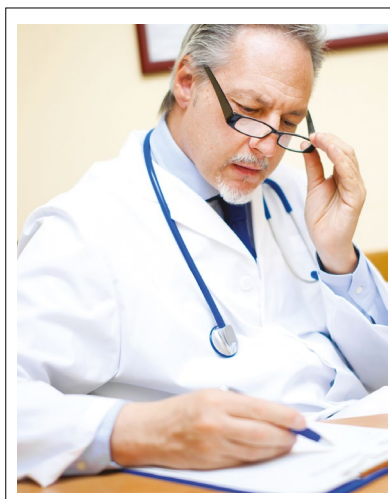
2013, a 617mila, nel 2014, con punte fino a oltre 2,3 milioni di euro (+31% negli anni).

Quando si inserisce nell'analisi anche il dato dei sinistri riservati (gli importi messi a bilancio per sinistri ancora aperti), si nota una riduzione delle previsioni di crescita che, a livello nazionale, passano a un +2%, con una previsione, per il 2014, di un valore medio di 401mila euro, con picchi intorno a 1,5 milioni di euro.

Lo studio, delineato su diversi livelli di analisi e comparazioni a livello nazionale e regionale, evidenzia il fatto che ogni scelta di gestione del rischio non può prescindere dall'analisi della sinistrosità complessiva, storica e prospettica di ciascuna realtà. La combinazione tra la variabilità del valore dei risarcimenti (in particolare nei picchi) associata alla vita lunga dei sinistri (mediamente denunciati dopo due anni, come evidenziato), se da un lato è fra le cause principali dei premi assicurativi elevati nel settore sanità e della difficoltà a reperire coperture adeguate, dall'altro dovrebbe far riflettere sulla scelta dell'autoassicurazione, talvolta considerata una soluzione per il contenimento dei costi.

Lo strumento utilizzato nello studio di ricerca rappresenta un possibile valido modello di valutazione per definire politiche di trasferimento dei rischi al mercato assicurativo, e di riservazione a bilancio.

Laura Servidio



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 10 ottobre di www.insurancetrade.it
Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012