



PRIMO PIANO

## Enti, precisazioni dall'Inps

L'Assicurazione sociale vita è "obbligatoria per i dipendenti degli enti di diritto pubblico", mentre è "facoltativa, o convenzionale, per i lavoratori di amministrazioni ed enti pubblici, anche morali", non vincolati all'iscrizione. Lo ha tenuto a precisare sul proprio sito web l'Inps, l'Istituto nazionale per la previdenza sociale, in merito all'indennità economica che viene erogata in caso di decesso di iscritti e propri familiari a carico, gestita dall'Enpdep (Ente nazionale di previdenza e assistenza dei dipendenti degli enti di diritto pubblico), poi dall'Inpdap e, in seguito all'accorpamento che ha coinvolto anche l'Enpals (stabilito con la legge n. 214/2011) dall'Inps. Le norme che regolano l'Assicurazione sociale vita si trovano nella circolare dell'Istituto n. 104 del 12/09/2014. L'Inps, nella sua nota, sottolinea inoltre come, per il personale cessato dal servizio con diritto alla pensione, sia prevista la "prosecuzione volontaria, da richiedere entro un mese dalla fine del rapporto di lavoro", oppure che debba essere "titolare di prestazione di sostegno al reddito di accompagnamento alla pensione, erogato da fondi di solidarietà, o assegno, o indennità di accompagnamento".

B.M.

RICERCHE

## L'evoluzione del canale agenziale

Dalle attività commerciali alla formazione, dalla digitalizzazione all'autonomia assuntiva, fino alla gestione dei sinistri. Una ricerca di Resolving, condotta nella prima parte dell'anno su un panel di 40 player del settore, fotografa quali sono, secondo l'opinione di compagnie e agenti, i fattori abilitanti alla valorizzazione della rete di vendita

(PRIMA PARTE)

Il canale agenziale raccoglie circa l'80% dei premi danni in Italia, ma ha perso costantemente quota di mercato nell'ultimo decennio: lo sviluppo dei canali alternativi e i cambiamenti legati alle abitudini dei consumatori stanno ponendo sfide significative.

Nella prima parte dell'anno in corso **Resolving** ha condotto una ricerca sull'evoluzione del mercato e del canale nei prossimi cinque anni, con il coinvolgimento di circa 40 player del settore (compagnie, agenti e relative associazioni di categoria, movimenti di consumatori), i cui risultati integrali saranno pubblicati a breve.

La prima domanda che ci siamo posti, e a cui hanno dato risposta i nostri interlocutori è stata: quali sono i fattori abilitanti per lo sviluppo del canale agenziale e che valore hanno per le compagnie e per gli intermediari?

Ci fa piacere condividere i risultati emersi, con una convergenza di valutazione molto interessante fra compagnie e agenti (con alcune eccezioni) che riguardano principalmente il supporto e il controllo commerciale.

**1. Supporto alle attività commerciali**, che include da un lato l'investimento nel brand e nella comunicazione, dall'altro attività e strumenti a supporto diretto delle agenzie (Crm, campagne, lead generation, social media, ecc.).

Mentre le compagnie (particolarmente le monomandatari) sono convinte di poter dare un contributo significativo allo sviluppo commerciale, le agenzie (particolarmente le grandi plurimandatari) hanno un'attitudine *diffidente*: ritengono infatti che la responsabilità commerciale sia un loro terreno esclusivo, e che il supporto commerciale possa essere prodromico alla condivisione dei dati sui clienti. Le agenzie, inoltre, dichiarano un certo scetticismo sull'efficacia delle azioni promosse dalle compagnie.

**2. Controllo delle attività commerciali**: consente alle compagnie (previo accordo con le agenzie) di verificare non solo i risultati, ma anche il processo commerciale (contatto di clienti in portafoglio, acquisizione di nuovi clienti, attività commerciali svolte e loro efficacia, ecc.).

Come è intuibile, questo è il fattore con il maggiore divario di giudizio fra compagnie e agenzie, dal momento che queste ultime percepiscono il controllo della *pipeline* commerciale come una invasione di campo, anche se non tutti gli agenti escludono la legittimità dei controlli, purchè siano fatti su base volontaria. Alcuni agenti, inoltre, accetterebbero di utilizzare strumenti e approcci delle mandanti per controllare le proprie sottoreti.

**3. Formazione**: include tutti gli interventi di training e addestramento della rete.

La formazione ha un valore elevato sia per le compagnie che per le agenzie (con un picco fra le piccole monomandatari); tuttavia gli agenti hanno diffusamente criticato il focus definito dalle compagnie, giudicato troppo commerciale e di corto respiro.

Secondo gli agenti la formazione non dovrebbe essere incentrata solo sui prodotti della compagnia, ma andrebbe estesa all'offerta di mercato e ai bisogni di protezione dei clienti. Inoltre, alcuni agenti apprezzerebbero uno *scope* più ampio (es: formazione su tecniche di vendita e/o su gestione avanzata e imprenditoriale di agenzia).

**4. Digitalizzazione del front end**, con la finalità di potenziare la relazione con i clienti e l'accesso all'agenzia su una base integrata fisica/on line (es. tablet; firma grafometrica; portale di compagnia con minisito di agenzia, ecc.)

(continua a pag.2)



(continua da pag. 1) Come si può rilevare, le compagnie sostengono decisamente la digitalizzazione del front end, mentre gli agenti, pur mostrandosi moderatamente positivi, considerano la modalità di contatto personale/fisico come quella tipica del canale, quasi un elemento identitario. Le risposte degli agenti sono piuttosto differenziate per cluster di dimensione e tipologia di mandato, ma è interessante notare che diversi agenti hanno un'attitudine positiva perché vedono in questo fattore un elemento di efficienza nel back office (più che di efficacia commerciale).

**5. Semplificazione e supporto IT:** include la semplificazione dei processi di interfaccia con le mandanti a fronte di investimenti di tipo organizzativo e informatico delle compagnie.

Come si può rilevare, questo fattore di abilitazione ha ottenuto lo score massimo e una notevole convergenza fra agenzie e compagnie. Per molti intermediari questo è un elemento di sopravvivenza, per altri è un elemento fondamentale per migliorare la redditività, ma va notato che il contenimento dei costi richiede interventi anche sui processi amministrativi interni di agenzia.

Le compagnie hanno una reale attenzione, dimostrata da diversi programmi di investimento in essere. Le piccole compagnie plurimandatarie presentano una minore spinta in questa direzione per via del meno positivo rapporto costi/benefici, anche se la semplificazione dei processi di interfaccia rientra fra gli elementi di servizio su cui si giocano lo *share of wallet* delle agenzie.

**6. Autonomia assuntiva:** intesa come fattore di differenziazione dai canali più focalizzati su prodotti standard

È interessante notare la convergenza di giudizio, in buona parte inattesa, da parte delle compagnie e delle agenzie. La valutazione positiva dell'autonomia assuntiva è infatti espressa a condizione che venga regolamentata ed esercitata sulla base di criteri tecnici adeguati e da parte delle agenzie che possano dimostrare di essere in grado di esercitarla.

Tuttavia alcuni agenti (e anche alcune compagnie) ritengono che l'autonomia assuntiva abbia oggi una portata molto più limitata a fronte di prodotti sempre più standardizzati e di ridotte capacità di underwriting da parte delle compagnie.

**7. Gestione dei sinistri:** intesa come elemento di condivisione di un importante *momento della verità* nel rapporto con il cliente, sia pure tenendo conto dei ruoli diversi e distinti di agenzia e compagnia.

Su questo fattore sono emerse posizioni più articolate e differenziate anche all'interno delle due categorie di player.

La maggioranza degli agenti, e un buon numero di compagnie, ritiene che l'intermediario vada coinvolto, almeno in termini informativi, in tutte le fasi di gestione, al fine di potere tenere informato l'assicurato ed eventualmente fornire alla compagnia elementi di valutazione sul cliente stesso. Per altri la gestione dei sinistri è un problema delle compagnie, e dunque un ambito in cui l'agente non deve essere coinvolto per evitare conflitti di interesse e/o costi di back office.

Alcune compagnie consentono un certo livello di autonomia alle agenzie anche nella liquidazione del sinistro: questo è molto apprezzato dai rispettivi agenti, ma devono sussistere condizioni adeguate.

**Paolo Ciccarese,**  
director Research Dept. Resolving,  
**Francesco Zaini,**  
partner Research Dept. Resolving

(La seconda parte dell'articolo verrà pubblicata su Insurance Daily di domani giovedì 18 settembre)

DA SEMPRE, NEL MONDO,  
SPECIALISTI IN RESPONSABILITÀ.



DUAL è specialista nelle assicurazioni contro i rischi di responsabilità civile.

- RC Professionali
- RC Patrimoniali Dipendenti Enti Pubblici
- D&O

DUAL Italia "La Migliore RC Professionale" per Milano Finanza Insurance & Previdenza Awards 2014.



DUAL Italia S.p.a.

Via Edmondo De Amicis, 51 - 20123 Milano  
Tel. +39 02 72080597 - Fax +39 02 72080592  
reception@dualitalia.com - www.dualitalia.com



## Una sanità integrativa per un sistema sanitario più efficiente

È l'obiettivo di Faschim, fondo di assistenza dei lavoratori dell'industria chimica e farmaceutica, che ieri a Milano ha celebrato il suo decennale: un modello che si è rivelato di successo, ma su cui incombono le tante incognite legate all'arretramento del Ssn

Un modello di successo nell'integrazione tra pubblico e privato per le prestazioni sanitarie: è ciò che si prefigge di rappresentare **Faschim**, il fondo di assistenza sanitaria per i lavoratori dell'industria chimica e chimico-farmaceutica, che ieri a Milano ha celebrato il proprio decennale. L'appuntamento ha rappresentato l'occasione per fare il punto sui primi dieci anni di attività, durante i quali il numero di associati è cresciuto dai 40 mila del 2004 agli attuali 164 mila, con un focus dedicato all'approfondimento dei traguardi raggiunti nella sanità integrativa contrattuale, e una riflessione sulle eventuali implicazioni derivanti dall'indagine conoscitiva dello scorso 4 giugno sullo stato del *Servizio sanitario nazionale* realizzato dalle commissioni riunite V (Bilancio) e XII (Affari Sociali) della Camera dei deputati e, più in generale, in materia di tagli alla spesa pubblica.

Secondo il presidente del fondo, **Silvano Veronese**, l'evoluzione dell'offerta di Faschim e l'aumento dei suoi iscritti sono il risultato "di un modello di relazioni industriali partecipative e costruttive", oltre che l'"elemento distintivo della storia contrattuale della categoria". Veronese ha stigmatizzato "coloro che, con riferimento allo sviluppo di esperienze di eccellenza come la nostra, insistono anche su prestazioni considerate sostitutive del Ssn, e parlano di concorrenza antieconomica o di attacco alla universalità del Ssn.

A costoro rispondiamo - ha sottolineato - che l'attacco al sistema sanitario non viene dall'azione dei fondi e casse, peraltro molto limitata perché intermediano il complesso della spesa privata solo per il 13%; l'attacco viene dalle irrisolte disfunzioni interne e dalle cattive gestioni di varie strutture del Ssn, viene quando i ticket imposti agli assistiti hanno un valore superiore al costo di certe prestazioni del privato".



Silvano Veronese, presidente Faschim

### I fondi restino fedeli alla propria natura originaria

Veronese ha fatto poi riferimento all'indagine parlamentare di cui si accennava poc'anzi, e in particolare ad alcune indicazioni, contenute nelle conclusioni, "che ci convincono e vanno apprezzate", mentre altre, che riguardano più da vicino l'assistenza integrativa, "ci lasciano alquanto perplessi". Una di queste è "l'ipotesi di obbligare fondi sanitari a garantire specifiche tipologie di prestazioni (oltre a quelle previste dal decreto Sacconi del 27-10-2009) incidendo anche sull'autonomia gestionale", che potrebbe comportare delle criticità per la stabilità finanziaria dei fondi. "Non siamo contrari a soluzioni normative ben costruite e condivise che si muovano in questa direzione - ha precisato il presidente di Faschim - ma siamo contrari che ciò sia calato dall'alto, obbligando fondi e casse a garantire ulteriori quote o tipologie di prestazioni oltre quelle previste dal decreto Sacconi, senza tener conto degli assetti organizzativi e di bilancio dei fondi derivanti dalla libere scelte, proprie dell'autonomia contrattuale, e senza un incremento di compensazioni di natura fiscale".

Se i fondi fossero individuati quale strumento primario di assistenza e tutela nel campo della cronicità e della non autosufficienza, "oltre a cambiare la sua natura - ha avvertito Veronese - Faschim vedrebbe seriamente compromessa la possibilità di soddisfare l'attuale gamma di prestazioni". Un eventuale assoggettamento dei fondi a vincoli, a indirizzi e prescrizioni legislative in materia di prestazioni, "oltre a rappresentare un *vulnus* per la libertà e autonomia contrattuale dei suoi promotori - ha concluso Veronese - potrebbe anche suscitare una reazione negativa dei lavoratori in termini di disinteresse ad aderire a questo strumento".



**Beniamino Musto**

### Insurance Daily

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio [alaggio@insuranceconnect.it](mailto:alaggio@insuranceconnect.it)

Editore e Redazione: Insurance Connect Srl, Via Montepulciano 21, 20124 Milano 02.36768000 [redazione@insuranceconnect.it](mailto:redazione@insuranceconnect.it)

Per inserzioni pubblicitarie contattare [info@insuranceconnect.it](mailto:info@insuranceconnect.it)

Supplemento al 17 settembre di [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it)

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



## INTERMEDIARI 2014: OBIETTIVO CONSULENZA

Milano, 9 ottobre 2014 (9.00 - 17.00)  
Palazzo delle Stelline, Corso Magenta 61

### PROGRAMMA

Chairman **Maria Rosa Alaggio**, *Direttore di Insurance Review e Insurance Magazine*

09.00 - 09.30 – **Registrazione**

09.30 - 09.50 – **Osservatorio Distribuzione Assicurativa – Edizione 2014**  
La qualità del servizio come leva di fidelizzazione  
*Marco Lanzoni, responsabile divisione finance Scs Consulting*  
*Giorgio Lolli, manager Scs Consulting*

09.50 - 10.10 – **La capacità di offrire soluzioni tailor made**  
*Maurizio Ghilosso, amministratore delegato Dual Italia*

10.10 - 10.30 – **AEC, nuovi mercati e full outsourcing per gli intermediari**  
*Fabrizio Callarà, amministratore delegato di Aec Wholesale Group*

10.30 - 11.00 – **Il ruolo dei gruppi agenti**  
*Tonino Rosato presidente associazione agenti Allianz*  
*Enzo Sivori, presidente associazione agenti Unipol*

11.00 - 11.30 – **Coffee Break**

11.30 - 13.15 – **TAVOLA ROTONDA: Era digitale: quanto vale la consulenza dell'intermediario?**  
*Carlo Marietti Andreani, presidente Aiba*  
*Giovanni Calabrò, direttore generale Antitrust*  
*Maria Luisa Cavina, responsabile servizi intermediari Ivass*  
*Vincenzo Cirasola, presidente Anapa*  
*Massimo Congiu, presidente Unapass*  
*Claudio Demozzi, presidente Sna*  
*Franco Ellena, presidente commissione distribuzione dell'Ania*  
*Vittorio Verdone, direttore centrale Ania*  
*Luigi Viganotti, presidente Acb*

13.15 - 14.10 – **Lunch**

14.10 - 14.30 – **Levoluzione dell'agente plurimandatario**  
*Michele Colio, distribution & marketing director Aviva Italia*

14.40 - 15.00 – **Consorzi tra intermediari: l'unione fa la forza**  
*Arnaldo Bergamasco, presidente Brokers Italiani*

15.00 - 15.20 – **L'intermediario nel contesto europeo**  
*Carlo Galantini, studio legale Galantini Heilbron Cocco Ordini, consulente Acb e delegato Bipar*  
*On. Patrizia Toia, europarlamentare Pd*

15.20 - 15.40 – **Intervista a Giovan Battista Mazzucchelli, amministratore delegato del Gruppo Cattolica**

15.40 - 17.00 – **TAVOLA ROTONDA: Gli intermediari tra social e mobile**  
*Massimo Agrò, Responsabile Distribuzione di AXA Assicurazioni*  
*Roberto Conforti, presidente Uea*  
*Piero Melis, presidente Agit*  
*Jean François Mossino, presidente Commissione agenti europei*  
*Angelo Scaroni, presidente Macros Consulting*  
*direttore commerciale compagnia*

sponsorizzato da



[www.assimediti.it](http://www.assimediti.it)



AVIVA



L'assicurazione dalla tua parte



making relationships count



QBE



Compagnia di Assicurazioni

**Iscriviti su [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it)**  
**Scarica il programma completo**