



PRIMO PIANO

Oria: si cambia, ma poco

Il ministero dello Sviluppo Economico ha inviato alle rappresentanze sindacali degli agenti, alle associazioni dei broker e all'Ania il nuovo regolamento che prevedrà l'istituzione dell'Oria, il nuovo organismo privato che gestirà il Registro unico degli intermediari, e che avrà anche il compito di sanzionare gli iscritti. Nonostante nel testo del regolamento si faccia riferimento al "parziale accoglimento delle osservazioni fornite nell'ambito della consultazione documentale", in realtà le cose sono cambiate poco.

È sparita la definizione di "dipendenti e collaboratori", sostituita con "addetti all'intermediazione assicurativa", mentre per gli "addetti all'intermediazione al di fuori dei locali", è richiesta l'iscrizione al Registro, collegata a quella dell'intermediario con cui collaborano. Resta cancellata la sezione E dell'attuale Rui, ma restano anche le criticità più contestate, soprattutto dagli agenti: ovvero l'applicazione della sanzione di sospensione (devastante per l'attività di intermediazione) e la responsabilità in solido per il collaboratore, anche in fase penale. Presto, infine, sono previsti incontri con tutte le rappresentanze, sotto l'egida di Ivass, per arrivare alla definizione conclusiva del regolamento.

Fabrizio Aurilia

INTERMEDIARI

L'unione fa l'intermediario

Una classe politica che elude riforme strutturali sull'Rc auto. Un Fondo pensione agenti che necessita il passaggio alla contribuzione definita. L'urgenza di una formazione qualificata degli intermediari. La necessità di unire gli intenti per dare più forza alle unioni sindacali. Queste le priorità secondo Diego Milani, segretario nazionale del gruppo agenti Fata

Fondo pensione agenti e Accordo Ana: due fronti vitali su cui gli assicuratori rischiano di dividersi, con il pericolo che proliferino accordi separati che minano la tutela associativa di categoria. A sottolinearlo, **Diego Milani**, segretario nazionale del gruppo agenti **Fata**, membro della Giunta Nazionale di **Unapass** e socio **Uea**, che insiste sull'importanza di agire uniti, nell'interesse della rete intermediazione e del consumatore.

Agente generale, a Bergamo, di tre agenzie **Fata Assicurazioni**, che producono ottimi risultati sul piano professionale e gestionale, Milani inizia, nel 1984, la sua attività nelle assicurazioni, portata avanti con volontà e desiderio di emergere, una fede incrollabile in questa professione e indiscusse capacità imprenditoriali che lo spingono verso traguardi notevoli: nel 2000, agente generale a Brescia; nel 2004, la gestione di un'agenzia di maggiore prestigio, la *Milano-Lodie*, nel 2008, il grande salto verso Bergamo, dove raccoglie i frutti di una grande operosità. In parallelo, si interessa anche di problemi associativi, portando avanti tematiche importanti, quali il disavanzo della previdenza integrativa degli agenti, l'accordo imprese/agenti e la qualificazione degli intermediari.



Diego Milani, segretario nazionale Gaa Fata

Afferma l'Ania che gli esponenti della politica italiana decidono di non decidere, sul fronte della perenne diatriba Rc auto, in quanto pressata da spinte corporative. Si è persa un'occasione virtuosa o la politica si è resa conto che la possibile riduzione del premio è legata alla sottoscrizione di clausole vessatorie per il consumatore?

Che questo settore della nostra vita rivesta un'importanza sociale, mi pare un'affermazione indiscutibile. È giusto lo stimolo della domanda; si continua a non mettere in campo interventi sostanziali e risolutivi. Contratto base, tabelle uniformi per il calcolo dei risarcimenti per le lesioni gravi, contrasto alle frodi, sono alcuni degli importanti argomenti che ancora rimangono nel limbo istituzionale. Intanto, più di quattro milioni di automobilisti circolano senza copertura assicurativa.

Come si possa pervenire alla creazione di una maggiore coscienza assicurativa dell'utente senza attivare un'azione d'intervento strutturale sul sistema che abbia carattere di qualità, sfugge alle mie convinzioni. Si parli pure, allora, di riduzione di costi interpretando così il problema *a valle*: pare sia più comodo.

Fondo Pensione Agenti: nuove leggi impongono di pianificare il divario prospettico di bilancio, per rimettere i conti in equilibrio, così come imposto da Covip. La cifra che andrebbe a sanare l'Fpa è di tutto rispetto. Lei fa parte della giunta Unapass e conosce bene la situazione. Sarà possibile, a suo parere, centrare l'obiettivo di una pensione integrativa certa, che è stata una grande conquista e speranza della categoria agenziale?

La crisi del nostro Fondo pensione è emersa con l'avvento del decreto ministeriale 259-2012, che impone il calcolo delle riserve sull'effettivo numero degli iscritti, alla data di valutazione. Gli agenti oggi iscritti al fondo sono 15.672, a fronte di un numero potenziale pari a circa 25 mila. Leggendo il bilancio mancano, più o meno, 10 mila aderenti ma, al contrario, crescono le prestazioni che, nel 2013, hanno superato le 10 mila unità (per l'esattezza 10.329) con un aumento, in cinque anni, di oltre l'8%. Nel 2013, il Fondo ha registrato 170 nuove adesioni e 622 uscite definite *per diverse ragioni*.

(continua a pag.2)



Francesco Pavanello, presidente Fpa



(continua da pag. 1)

La difficile situazione dell'Fpa si spiega con la decrescita delle adesioni e con il disallineamento tra contribuzione e prestazione, i cui primi segnali risalgono già agli anni '80.

A tutto ciò si è aggiunto un decreto più stringente, che ha messo in luce il disavanzo prospettico che genererà sacrifici per coloro che sono attualmente in adesione, rendendo necessari interventi compensativi da parte delle imprese, le quali non hanno ancora esattamente presentato ufficialmente il loro intento. Un cambio completo di assetto mi pare assolutamente necessario, vale a dire passare dalla prestazione definita alla contribuzione definita.

Paradossalmente, proprio noi che siamo attori primari della previdenza complementare, non siamo bravi nel tutelarci pienamente nei nostri interessi vitali, con l'aggiunta che esprimiamo troppa demagogia e sostanziale divisione d'intenti. Parlare di fondo pensione, inoltre, mi fa venire anche in mente la vicenda **Snafin**, di cui nessuno ci ha raccontato più nulla.

Rca, via crucis di questo mercato: agli automobilisti si vogliono imporre discutibili regole sui risarcimenti, che tolgono diritti ai danneggiati, penalizzando le vittime degli incidenti della strada. Sorge il ragionevole dubbio che le imprese tentino di creare difficoltà al risarcimento grazie all'introduzione di un termine sulla prescrizione di soli 90 giorni. A suo parere, non è un processo involutivo?

Le imprese non possono far ricadere sulla pelle degli intermediari, e soprattutto dei danneggiati, le loro inefficienze operative e gestionali. Sono troppe le voci e troppi gli interessi tra gli attori che gravitano nella sfera del sinistro, e ogni disfunzione ricade sulla rete intermedia e sul consumatore: due protagonisti che non hanno voce in capitolo nell'apparato decisionale.

È questo il settore che più di ogni altro necessita di interventi strutturali dal punto di vista normativo; ma come al solito, nel nostro Paese, tutti affermano che le cose debbano cambiare a patto che non vengano toccati i propri interessi. Alla domanda rispondo: sì, è un processo involutivo.

La concorrenza ha una sua teoria economica: dovrebbero essere le compagnie a calmierare i prezzi, anche nel loro interesse, cosa che non accade. La responsabilità di tali fatti è anche del legislatore che non ha saputo difendere gli italiani da una sana concorrenza?

La concorrenza, concettualmente, è sempre un fattore d'impulso positivo per il mercato e credo che, nel nostro settore, ce ne sia parecchia. Tutto ciò rimane benefico se concorrono al risultato finale competitori capaci, che perseguano una politica di ricerca della qualità, oltre alla quantità.

Ora, siamo in una visione prospettica soltanto quantitativa e, su questo campo, vince chi fa la voce più grossa, ma non sempre migliore.

(continua a pag.3)



Madrid, 5 de junio 2014. Hotel HESPERIA
Madrid, June 5th 2014. Hotel HESPERIA



Organizan / Organizen:




Colaboran / Colaborate:







Medios colaboradores / Media partner:










INFORMACIÓN E INSCRIPCIONES: INESE 91 375 58 14 /00 ineseformacion@inese.es www.inese.es



(continua da pag.2) Il cittadino italiano che considera ancora importante il valore della relazione, necessita d'informazione corretta e completa; invece, pare si voglia andare in senso opposto dilatando i tempi degli obblighi formativi, equiparando il valore della formazione in *e-learning* a quella della docenza in aula, in virtù di una logica di contenimento dei costi.

Contraendo la spesa e riducendo di conseguenza la misura dell'investimento, viene meno la qualità; così si appiattisce l'of-

ferta e il valore dell'informazione perde progressivamente il suo pregio. Al contrario, oggi le compagnie investono sui processi gestionali con un decennio di ritardo rispetto al mondo finanziario e la concorrenza sarà sempre più depersonalizzata.

Vedere proporre una polizza auto nei supermercati mi affligge molto e tutti dimenticano che la vera qualificazione di un contratto sottoscritto sta nella fase di post vendita. Ma, se manca una formazione sostenuta e qualificata, come si fa? Ecco il punto che tutti sanno, ma nessuno vuol considerare.

L'accordo imprese/agenti (Ana 2003) è scaduto da ben sette anni. L'Ania afferma, convinta, che il tavolo non si riaprirà prima delle decisioni dell'Antitrust. Le sue ragioni sono ovvie. Diverse quelle degli agenti il cui futuro appare incerto. Non sarebbe utile per le tre associazioni di categoria (Anapa, Sna e Unapass), andare verso una condivisione dei punti oggi irrinunciabili?

Sarebbe non solo utile, ma necessario, per non dire indispensabile. Ci stiamo dividendo da soli su fronti che risultano essere vitali per la nostra attività come: fondo pensione e accordo Ana. Oggi, ci sono tre organizzazioni di categoria che rappresentano forse un terzo degli intermediari iscritti al Registro, alcune delle quali sostengono la politica del dialogo costruttivo. Ma se emerge il desiderio del dialogo perché disgiungersi? È paradossale questa divisione strategica e di contenuti; così non mi stupirei se il singolo gruppo agenti o addirittura il singolo agente pervenissero alla strutturazione di accordi separati, alla faccia della tutela associativa di categoria. Per favorire tutto ciò basta proseguire con questa tendenza divisoria che alimenta ulteriormente il disinnamoramento dei colleghi verso le unioni sindacali.

Se perdiamo questa occasione senza rinunciare alle reciproche convinzioni, un poco per parte, vedo un orizzonte buio per il sindacato in generale e mi dispiacerebbe molto.

Carla Barin

EVENTI

La multicanalità per le imprese di servizi

Il 12 giugno a Milano, presso la sede di Confcommercio, il focus di Asseprim sul tema

Il tema della multicanalità per le imprese di servizi sarà al centro di un focus, in programma il prossimo 12 giugno, presso la sede di **Confcommercio** Unione a Milano (corso Venezia 47, inizio ore 9,30). L'appuntamento, che ha l'obiettivo di osservare e presidiare i cambiamenti del mercato nell'ambito del *retail*, è promosso da **Asseprim**, associazione attiva in seno a Confcommercio, che da due anni si occupa di questo tema attraverso momenti formativi e incontri dedicati. L'associazione, che quest'anno è anche *associate sponsor* dell'*Osservatorio multicanalità della School of management del Politecnico di Milano*, ha deciso di sviluppare una ricerca approfondita sul tema, condotta sulla propria base associativa: circa 650 aziende, che operano nei servizi assicurativi, finanziari, consulenza, ricerche di mercato, organizzazione eventi, comunicazione e *multimediale-digital content*. Obiettivo principale della *survey*, quello di analizzare l'approccio strategico e progettuale di queste imprese, in modo da comprendere opportunità e barriere nella progettazione e nella promozione dei servizi multicanali.

Il dato che emerge in modo più evidente dalla ricerca vede il 90% del campione dichiarare che la propria azienda adotta strategie multicanale, ma solo il 40% degli intervistati ritiene che la propria impresa abbia piena consapevolezza delle opportunità offerte dalla multicanalità nella progettazione e promozione di servizi multicanale. Secondo più della metà del campione (58%), la multicanalità permette di raggiungere più efficacemente gli obiettivi di business, di generare sinergie positive tra i vari canali (42%) e di creare maggiore soddisfazione dei clienti (36%). Tuttavia, solo il 16% del campione dichiara di non avere incontrato nessuna barriera nella progettazione e promozione di progetti multicanale. Dominano ancora barriere interne alle aziende, tra cui spiccano la mancanza di indicatori adatti a misurare i risultati (29%) e l'incapacità di identificare il cliente multicanale (10%). Il 49% utilizza indicatori per misurare il successo delle iniziative di comunicazione multicanale, mentre il 25% usa indicatori per fornire informazioni dettagliate su ogni punto di contatto. La multicanalità non è solo tecnologia ma soprattutto pensiero strategico; il 68% del campione dichiara che la proprietà e il top management sono coinvolti nella progettazione e promozione di servizi multicanale.

Beniamino Musto

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 26 maggio di www.insurancetrade.it

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



con il patrocinio di:



Regione Lombardia



Provincia di Milano



ASSEPRIM
ASSOCIAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE



ANIA
Associazione Nazionale
fra le Imprese Assicuratrici



ANRA
Associazione Nazionale dei Risk Manager
e Responsabili Assicurazioni Aziendali



CINEAS
PER UNA CULTURA DEL RISCHIO



UGARI
Unione dei Gruppi Assicuratori e Rassicuratori Italiani

LE AZIENDE E IL RISCHIO

Minacce emergenti e soluzioni possibili

Milano, 17 giugno 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 - 11.00 - **TAVOLA ROTONDA: I rischi per le aziende italiane: conoscenza, prevenzione e capacità di gestione**

rappresentante Ania;

Carlo Marietti Andreani, presidente Aiba;

Adolfo Bertani, presidente Cineas;

Francesco Saverio Losito, coordinatore settore assicurativo Asseprim-Confcommercio;

Paolo Panarelli, direttore generale Consap

Paolo Rubini, presidente Anra;

11.10 - 11.30 - **Coffee break**

11.30 - 11.50 - **Come affrontare la sfida dell'internazionalizzazione**

11.50 - 12.10 - **Credito e pmi: dalla sofferenza alla sicurezza**

Antonella Vona, direttore marketing e comunicazione Coface Italia

12.10 - 12.30 - **Calamità naturali: come gestire la crisi e prepararsi all'emergenza**

Filippo Emanuelli, amministratore delegato Belfor Italia Srl

12.30 - 13.00 - **Q&A**

13.00 - 14.00 - **Lunch**

14.20 - 14.40 - **Le responsabilità di manager e amministratori**

Maurizio Ghiliosso, amministratore delegato Dual Italia

14.40 - 15.45 - **TAVOLA ROTONDA: Rischi senza frontiere, dal rischio informatico al cyber crime**

Luca Bolognini, presidente Istituto Italiano Privacy, partner ICT Legal Consulting

Umberto Rapetto, Generale (r) Guardia di Finanza - Cyber Security Advisor

Marco Rossi, head of sales & marketing di Das Italia

Testimonianza di un Risk Manager

15.45 - 16.45 - **Le priorità nella scelta della polizza assicurativa**

Arnaldo Bergamasco, presidente Brokers Italiani

Francesco Cincotti, vice presidente Ugari

Alessandro De Felice, chief risk officer Prysmian Group

Domenico Floro, head of business development & finance Erg Supply & Trading

Iscriviti su www.insurancetrade.it
Scarica il programma completo

main sponsor:



BELFOR

BROKERS
italiani

coface



official sponsor:

