

PRIMO PIANO

Innovazione, linguaggi e strumenti

Giovedì 19 marzo, dalle 9:30 alle 17 si terrà a Milano il convegno, "Innovazione tra conoscenza e servizio", organizzato da Insurance Connect, editore di questo quotidiano, e condotto interamente da Maria Rosa Alaggio. Tanti gli appuntamenti per parlare di mercato, cambiamento del consumatore e i nuovi strumenti per generare valore. Saranno presentati contributi analitici sull'evoluzione della propensione all'acquisto di polizze assicurative da parte dei clienti, con un focus particolare sulle abitudini che divergono tra le generazioni di consumatori. Sarà proposto un ampio approfondimento sul linguaggio nei contratti assicurativi, con particolare attenzione a come offrire un contratto vita con chiarezza ed efficacia. A chiudere la mattinata, una tavola rotonda sull'evoluzione delle campagne pubblicitarie delle imprese: come cambia il messaggio? Quali sono le modalità più incisive? Rispetto al passato, le compagnie sono più efficaci? Gli ospiti discuteranno anche con il supporto degli spot video che saranno mostrati in sala.

Nel pomeriggio, spazio all'innovazione nei canali distributivi, con un focus sui comparatori on line; mentre a chiudere la giornata si terrà la tavola rotonda focalizzata sulle strategie di business delle imprese. Le iscrizioni sono ancora aperte: per info, clicca qui.

INTERMEDIARI

Gli agenti Allianz scelgono Umberto D'Andrea

Eletto al termine della tre giorni congressuale, il neo presidente guidava una lista unitaria votata in modo compatto dall'assemblea. Sarà in carica per il prossimo triennio, subentrando alla triplice reggenza di Massimo Gabrielli, Tonino Rosato e Giovanni Trotta. A Riccione presenti anche i leader di Sna, Anapa, Unapass e il top management della compagnia

È Umberto D'Andrea il primo presidente dell'Associazione agenti Allianz (Aaa). Questo l'esito conclusivo della tre giorni di assemblea generale ordinaria e straordinaria del gruppo, che si svolta a Riccione da giovedì 12 a sabato 14 marzo. L'Aaa è il più numeroso gruppo agenziale italiano (2200 iscritti), nato dalla fusione di Uia, Gala e Gna.



L'elezione di Umberto D'Andrea

Dopo l'appuntamento dello scorso anno a Roma che aveva sancito l'unificazione delle tre precedenti rappresentanze, questo era il primo vero e proprio appuntamento ufficiale dell'associazione. Ci si è arrivati sotto la triplice reggenza di Massimo Gabrielli, Giovanni Trotta e Tonino Rosato: proprio di quest'ultimo, l'attuale neo presidente è stato a lungo il braccio destro.

IL NUOVO CONSIGLIO DIRETTIVO

Ad affiancare D'Andrea nel suo triennio di presidenza ci saranno il vice presidente vicario, Stefano Valsetti, il vice presidente Vittorio Stocchero e i consiglieri Gianluca Amata, Ennio Busetto, Massimiliano Gadda, Pietro Invernizzi, Paolo Moiola e Alessio Rosatelli. Gli agenti che hanno preso parte al voto sono stati 804, di cui 738 schede valide (pari al 92%), 39 schede bianche (4,5%) e 27 schede nulle (3,5%). In altre parole, gli associati hanno votato in modo compatto per la lista unitaria capitanata da D'Andrea, il che determina certamente un risultato forte, deciso e convinto, "che conferisce grande autorevolezza al nuovo consiglio direttivo", osserva l'associazione in una nota.

REDDITIVITÀ E RIORGANIZZAZIONE DELLE AGENZIE

"Quella che abbiamo presentato ai colleghi è una lista di unità, con un programma ambizioso, stilato grazie al contributo di tutti i componenti della squadra - ha dichiarato D'Andrea -. Ci poniamo obiettivi difficili, nei quali però crediamo profondamente e che perseguiremo senza tentennamenti.

(continua a pag. 2)



INSURANCE CONNECT su TWITTER

Seguici cliccando qui



(continua da pag. 1)

Aaa è un'associazione volontaristica, ma deve ciononostante avere una mission di impresa, al servizio dell'impresa-agenzia". Il gruppo sarà "agente-centrico", promette il nuovo direttivo, e modulerà le sue strategie sulle esigenze delle agenzie poiché è l'agenzia il vero motore delle attività dell'associazione. Il confronto con la compagnia avverrà su una base di pari dignità di esigenze e obiettivi. "I bisogni dell'agenzia hanno lo stesso valore dei bisogni dell'azienda", spiega il nuovo presidente. "Affronteremo il tema della redditività, della riorganizzazione delle agenzie, della formazione che possa guidarci nelle scelte imprenditoriali".

IL CONFRONTO CON LA MANDANTE SARÀ PROFICUO

L'assemblea è stata scandita anche dagli interventi di **Claudio Demozzi**, presidente di **Sna**, **Vincenzo Cirasola**, presidente di **Anapa**, **Paolo Iurasek**, vice presidente vicario di **Unapass**, oltre che dei presidenti del Magap, Gam e Gasav, gruppi agenti di **Milano Assicurazioni** e **Sasa** che, in seguito alla vendita di asset da parte di **UnipolSai**, sono entrati in orbita Allianz.

Inoltre, nell'ultimo giorno di lavori si è tenuto anche un confronto tra il management della compagnia e gli agenti. D'Andrea si è detto fiducioso in un proficuo proseguimento del confronto con la mandante. "Il management Allianz, intervenendo ai nostri lavori assembleari, ha speso molte parole di riconoscimento nei confronti degli agenti, definendoli l'orgoglio della compagnia. I massimi rappresentanti dell'azienda hanno affermato di essere ben consapevoli della pesante crisi di redditività in cui versano le agenzie, hanno riconfermato la disponibilità ad ascoltare i nostri bisogni, promettendo una sempre maggiore attenzione a cogliere i segnali provenienti dalla rete. Questi elementi - ha sottolineato - mi portano a essere ottimista riguardo alla costruzione di relazioni industriali sempre più mature e improntate al principio della pari dignità contenuto nel programma che abbiamo presentato agli associati".

UN AGENTE PIÙ CONSAPEVOLE

"Benvenuti a casa: la nostra casa". Queste le parole con cui i tre presidenti reggenti Gabrielli, Rosato e Trotta, hanno aperto la tre giorni di assemblea, nel corso della quale c'è stato ampio spazio per raccogliere impressioni e riscontri sul primo anno di vita dell'associazione.

(continua a pag. 3)

Associazione Nazionale Agenti
Professionisti di Assicurazione

ANAPA

ENTRA A FAR PARTE DI ANAPA!

**INSIEME POSSIAMO
GUARDARE LONTANO!**

CLICCA QUI PER ISCRIVERTI

CLICCA QUI RINNOVARE



(continua da pag. 2)

“Abbiamo pensato di accompagnarvi in questo percorso attraverso l'immagine della nostra casa comune, che, con impegno e determinazione di tutti, abbiamo costruito”, ha sottolineato Giovanni Trotta, ricordando “la responsabilità di operare affinché aumenti in ogni associato la consapevolezza del momento che stiamo vivendo. Il mondo sta cambiando - ha evidenziato - e noi dobbiamo rafforzare le nostre abilità di analisi del mercato trovare modalità di difesa della redditività delle agenzie”. Dopo aver elencato gli ottimi risultati conseguiti da Allianz in Italia nel 2014, Trotta ha ricordato che “con il nostro lavoro, contribuiamo in modo significativo alle fortune della compagnia. Come rappresentanza degli agenti ci siamo ingaggiati nell'innovazione di processi e prodotti, convinti che il cambiamento del mercato ci tocchi da vicino, e non vogliamo trovarci scoperti rispetto all'evoluzione del business”.

EMANCIPARE L'AGENTE

Massimo Gabrielli ha poi affermato che “coloro che guideranno l'associazione avranno l'arduo compito di rafforzare l'opera di emancipazione dell'associazione e degli agenti rispetto ad Allianz”. Per portarla a termine “c'è bisogno della convinta partecipazione

di tutti alla vita associativa. Abbiamo preparato il terreno lavorando su un doppio binario: da una parte conducendo il confronto con Allianz in modo trasparente, dall'altra - ha ricordato Gabrielli - opponendoci fermamente a ciò che consideravamo nocivo per gli interessi degli associati. Su un altro versante abbiamo posto le basi per una consapevole emancipazione, che andrà sviluppata dalla nuova dirigenza”. Una di queste è la società di brokeraggio **A&B Broker**, di proprietà dell'associazione, “che ci consente di lavorare a tutto tondo”.

SOSTEGNO, ETICA E ORGOGLIO

A chiudere la relazione dei tre presidenti reggenti, Tonino Rosato, che si è focalizzato sul tema del sostegno in difesa “dei colleghi che si sono trovati in difficoltà di fronte a problemi gestionali di infedeltà di collaboratori”, soffermandosi sull'importanza di poter contare su un solido sistema di regole, che per gli agenti Allianz “hanno incarnato un'etica comportamentale che ci ha consentito di conoscerci reciprocamente fra colleghi e apprezzare i reciproci talenti. Così è stato anche per noi tre presidenti: abbiamo fatto forza sulla reciproca onestà nel trasferirci l'un l'altro il pensiero e nel rapportarci con la compagnia”. L'intervento si è poi concluso sull'onda dell'orgoglio per aver costruito la nuova casa comune di tutti gli agenti Allianz. “È venuto anche per noi il momento di congedarci, pronti a contribuire al successo e al futuro della nostra associazione. Siamo orgogliosi di consegnare le chiavi della casa a questa assemblea, certi che - ha ribadito Rosato, visibilmente commosso - tutti insieme ne sapremo fare buon uso”.

Beniamino Musto



Una prospettiva assicurativa intelligente

Decisioni efficaci di Capital Management

I vostri consulenti vi aiutano a vedere il quadro completo?

Attraverso la nostra unica combinazione di software leader di mercato e di consulenza attuariale, finanziaria e di risk management, aiutiamo i nostri clienti a fare le giuste scelte di capital management attraverso una visione completa del proprio business.

Towers Watson. A global company with a singular focus on our clients.

Benefits
Risk and Financial Services
Talent and Rewards

towerswatson.com

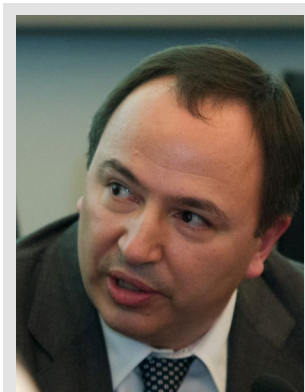
Copyright © 2015 Towers Watson. All rights reserved.
TW-EU-2015-42409, Marzo 2015.

TOWERS WATSON 

COMPAGNIE

Al via la nuova campagna dedicata ad Allianz1

Dal 15 marzo messaggi pubblicitari multi soggetto, ispirati alla vita reale e orientati al concetto di "Abbonamento alla serenità"



Roberto Felici

Al via la nuova campagna *Have a nice day* dedicata ad Allianz1, la soluzione assicurativa modulare basata sul concetto di *Abbonamento alla serenità*. La formula è quella del pagamento mensile del premio che, tramite il sistema di *FastQuote*, consente al cliente di conoscere il prezzo personalizzato in base alle specifiche esigenze. È infatti possibile accrescere o modificare l'abbonamento in base a nuove esigenze di protezione o a mutate capacità di spesa. Operazione questa che è possibile effettuare via web inserendo

solo tre dati informativi: data di nascita, professione e provincia di residenza. Si tratta di una soluzione multi soggetto che si rivolge a giovani coppie, single, famiglie con figli alla fase d'età più avanzata.

Nel dettaglio, sono tredici i moduli su cui redigere il contratto selezionato. Si parte da *danni al contenuto* e *danni ai locali dell'abitazione*, passando per il *furto in casa* e *danni alla seconda abitazione*, *emergenze in casa*, *danni a terzi*, *assistenza per emergenze familiari*. E ancora per emergenze alla guida, invalidità permanente da infortuni e invalidità permanente da malattia, diaria per infortuni, copertura per interventi chirurgici e gravi malattie, premorienza. "La *value proposition* di Allianz1 - ha dichiarato **Roberto Felici**, responsabile market management di **Allianz Italia** - è quella di offrire una serenità concreta agli italiani, che possono scegliere per sé e i propri cari una protezione completa con una piccola spesa mensile, proprio come un abbonamento. La campagna Allianz1 esprime quindi una *brand identity* distintiva, incentrata sui valori di serenità, protezione e centralità del cliente, e rafforza la reputazione e la notorietà del nostro marchio e il posizionamento *best in class* in Italia". Contestualmente alla nuova campagna integrata, on air su tutti i canali dalla tv alla radio passando per il web, è stato anche interamente rinnovato il sito dedicato www.allianz1.it. Per i nuovi spot, creatività firmata *Ogilvy & Mather* e realizzazione *The Family*.

Renato Agalliu

NORMATIVA

La distribuzione delle polizze unit linked

Il Tribunale di Livorno cita la Corte di Giustizia UE per escluderne la natura finanziaria

Con una recente sentenza del 12 febbraio 2015 il Tribunale di Livorno ha deciso una controversia proposta da un cliente che nel 2007 aveva sottoscritto due polizze *index linked*, imputando sia alla compagnia emittente che alla banca intermediaria la violazione del Testo unico della finanza (Tuf).

La sentenza si inserisce nel noto filone giurisprudenziale relativo alla riqualificazione delle polizze *linked* in termini di prodotti finanziari anche prima della *legge Risparmio* del 2005 che, come noto, ha introdotto nel Tuf l'art. 25-bis estendendo alla sottoscrizione e al collocamento di tali prodotti la disciplina contenuta negli artt. 21 e 23 del Tuf "in quanto compatibili". Il processo di assoggettamento di tali prodotti alla normativa finanziaria è stato poi completato con le modifiche al Regolamento Emittenti per il profilo dell'offerta al pubblico, e con quelle al Regolamento Intermediari per la fase di distribuzione, queste ultime in vigore dal 1 luglio 2007.

In tale contesto l'elemento degno di nota è che il giudice toscano, nel respingere la prospettazione attorea di riqualificazione delle polizze come prodotti finanziari, ha fatto riferimento alla giurisprudenza della Corte di Giustizia dell'Unione Europea, e in particolare alla sentenza del 1 marzo 2012 pronunciata nella causa C-166/11, nella quale è stato affermato che "i contratti detti 'unit linked', oppure collegati a fondi d'investimento... sono normali in diritto delle assicurazioni. Difatti, il legislatore dell'Unione ha ritenuto che questo tipo di contratti rientri in un ramo dell'assicurazione sulla vita, come si ricava espressamente dall'allegato I, punto III della direttiva *assicurazione vita*, letto in combinato disposto con l'articolo 2, punto 1, lettera a), della stessa direttiva" (il riferimento è alla Prima Direttiva Vita del 1979).

Proprio sulla base di tale principio il Tribunale di Livorno ha dichiarato che le polizze oggetto di causa "sono a tutti gli effetti contratti di assicurazione sulla vita", con conseguente inapplicabilità della normativa di riferimento in materia di intermediazione finanziaria sino a quando la stessa non è stata modificata al fine di estenderne espressamente l'ambito di applicazione anche alle polizze a contenuto finanziario, momento che il Giudice ha individuato nel 1 luglio 2007, data di entrata in vigore delle modifiche introdotte al Regolamento Intermediari, e relative appunto alla distribuzione delle polizze *linked*.

avv. **Benedetta Musco Carbonaro**
Partner Zitiello e Associati Studio Legale

Insurance Daily

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio alaggio@insuranceconnect.it

Editore e Redazione: Insurance Connect Srl - Via Montepulciano 21 - 20124 Milano

T: 02.36768000 E-mail: redazione@insuranceconnect.it

Per inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.it

INNOVAZIONE TRA CONOSCENZA E SERVIZIO

Milano, 19 marzo 2015 (9.00 - 17.00)
Palazzo delle Stelline, Corso Magenta 61

PROGRAMMA

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

09.00 - 09.30 - Registrazione

09.30 - 10.00 - **Risposte per una società in evoluzione**
Enrico Finzi, presidente Astraricerche

10.00 - 10.20 - **Come cambiano i comportamenti dei consumatori e con quali strumenti innovativi il mercato risponde**
Francesco Sgobio, P&C Sales and Practice Leader di Towers Watson Italia

10.20 - 10.40 - **Big Data Analytics: scenario di riferimento e opportunità di innovazione e sviluppo per il business assicurativo**
Alessandro Piva, responsabile ricerca Osservatorio Big Data Analytics & Business Intelligence, Politecnico di Milano

10.40 - 11.00 - **Multichannel delivered**
Enrico Fermi, business developer executive area Insurance DDWay Dedagroup ICT Network

11.00 - 11.30 - Coffee break

11.30 - 12.00 - **Semplificare il linguaggio assicurativo**
avv. Andrea Polizzi, jenny.avvocati
avv. Matteo D'Argenio
Manuela Anelli, dottore di ricerca in linguistica storica, Iulm

12.00 - 12.45 - **I messaggi nelle campagne pubblicitarie**
Enrico Cavallari, chief marketing officer AXA Italia
Alida Galimberti, chief marketing officer Zurich Italia
Claudia Ghinfiati, responsabile brand advertising e web management Generali Italia
Barbara Panzeri, direttore marketing Direct Line

12.45 - 13.00 - Q&A

13.00 - 14.00 - Pranzo

14.00 - 14.20 - **"Insurance Mobile Payment": la semplicità come miglior complice per la rete distributiva**
Giovanni Drago, responsabile Business Unit Grandi clienti Nord-Ovest, Gruppo Euris

14.20 - 14.40 - **I comparatori tra esigenze di innovazione e concorrenza**
Mauro Giacobbe, amministratore delegato Facile.it

14.40 - 15.00 - **Un nuovo marketplace digitale per il mercato italiano**
Gianluca Berghella, presidente e Ceo di Armundia Group

15.00 - 15.20 - **Riformulare la distribuzione in banca**
intervista ad Andrea Battista, amministratore delegato Eurovita

15.20 - 16.45 - **TAVOLA ROTONDA: Dalle informazioni alle strategie commerciali**
Marco Baldan Bembo, responsabile marketing UnipolSai
Marco Brachini, direttore marketing Sara Assicurazioni
Vincenzo Cervino, responsabile business development Groupama Assicurazioni
Marco Rossi, head of sales & marketing di Das
Gianluca Zanini, innovation leader AXA Italia
Gianpiero Zannier, responsabile direzione clienti Reale Mutua

16.45 - 17.00 - Q&A

sponsorizzato da



ARMUNDIA GROUP
WORLDWIDE SOFTWARE SOLUTIONS



AVIVA



DIFESA LEGALE



DEDAGROUP
ICT NETWORK



GRUPPO EURIS



by



Cross Data

TOWERS WATSON



First in Safety, Security and Services

**Iscriviti su www.insurancetrade.it
Scarica il programma completo**