

PRIMO PIANO

## Un centauro valuterà i danni

Si aprono nuove frontiere per gli interventi di ripristino o per la valutazione dei danni da catastrofi naturali. Un progetto europeo sta dando vita a quello che viene definito "il centauro del XXI secolo". Si tratta di un sistema robotico in cui uomo e automa agiscono in rapporto simbiotico per gestire gli interventi, garantendo una condizione di sicurezza all'operatore che, fisicamente, pur non trovandosi sul luogo della calamità, potrà avvertire le stesse sensazioni sensoriali (audio-visive e tattili) che il robot percepirà nello scenario di azione, grazie a un sistema di telepresenza. Le capacità limitate dei robot attuali nell'operare in condizioni estreme sono emerse, ad esempio, nel caso del disastro della centrale nucleare di Fukushima, in Giappone: il centauro potrà superare questi limiti grazie a una base robotica dotata di quattro gambe e caratterizzata da un torso simile a quello di un uomo, con due braccia e comandato attraverso attuatori per consentirgli di spostarsi con agilità su terreni sconnessi o all'interno di edifici. Il progetto, coordinato dall'Istituto tedesco di computer science dell'Università di Bonn, vede la partecipazione italiana con la Scuola superiore Sant'Anna di Pisa e con l'Istituto italiano di tecnologia di Genova.

Beniamino Musto

INTERMEDIARI

## In prima linea nella relazione con il cliente

**Le compagnie stanno valorizzando la componente di servizio per il clientela, vero patrimonio che gli agenti devono saper gestire risolvendone anche i problemi. Soprattutto in momenti di crisi e in una perdurante situazione di incertezza per tutta la categoria. A ribadirlo, Giovanni Garro, presidente del gruppo Gaaassim**

Se neanche i tre sindacati riescono a trovare una linea comune, come possono essere credibili nelle richieste avanzate all'Ania? Con questa domanda, **Giovanni Garro**, presidente del **gruppo agenti Assimoco/Assimoco Vita**, sintetizza il problema della mancata unione della categoria, soprattutto rispetto alle annose questioni che ancora penalizzano il settore assicurativo: *Ccnl* e *Fpa*.

Titolare di agenzia a Cuneo e provincia, dal 1987 nel settore assicurativo, dove ha iniziato presso l'agenzia paterna, da anni impegnata nel brand **Unipol**, Garro collabora, dal 1988, con il gruppo **Assimoco** e ne diviene agente nel 1990, subentrando all'incarico paterno. Di recente Garro ha sottoscritto anche il mandato con **Elba Assicurazioni** per gestire al meglio il ramo cauzioni.

Nella sua attività, non ha tralasciato la parte associativa: dal 1996 entra a far parte del gruppo agenti Assimoco/Assimoco Vita e, nel 2009, è eletto presidente del gruppo, che aderisce a Sna da oltre 10 anni.

**A suo parere, la quasi imposizione della scatola nera (seppur omaggiata da sconti) può essere intesa come una violazione della privacy?**

Certamente è uno strumento che viola la privacy dei clienti che, attirati da uno sconto sulla polizza auto, permettono alle compagnie di conoscere qualsiasi movimento della propria auto e/o qualsiasi malfunzionamento. Peraltro, non penso che tale dispositivo possa essere l'unica soluzione per rendere le tariffe Rc auto più competitive, se non saranno posti in atto tutta una serie di accorgimenti legislativi/normativi, soprattutto dal punto di vista dei risarcimenti.

**Le imprese di assicurazione italiane, negli ultimi 15 anni, hanno mai tentato di migliorare strutturalmente l'efficacia commerciale delle proprie reti di vendita?**

Da sempre, le compagnie hanno costretto la propria rete agenziale a vendere i prodotti più redditizi per le imprese, spesso a scapito della professionalità e del servizio al cliente. *(continua a pag. 2)*



Giovanni Garro, presidente del gruppo agenti Assimoco/Assimoco Vita

 **INSURANCE CONNECT su FACEBOOK**  
Seguici sulla pagina cliccando qui 



(continua da pag. 1) È evidente che gli agenti sono in prima linea e, nel caso di problemi con i clienti, sono loro che devono risolverli. Forse, solo negli ultimi anni il mercato in parte è cambiato e anche le compagnie si stanno rendendo conto dell'importanza del servizio al cliente che è il vero patrimonio degli agenti e delle imprese.

**La concorrenza, ancora oggi, malgrado gli interventi del legislatore, si applica spesso con poca trasparenza solo a colpi di sconti e con garanzie limitate al minimo. Come riesce a far comprendere, proprio nella sua qualità di presidente di gruppo, alla compagnia rappresentata, che è proprio la rete che fa la differenza? Rinunciare a consulenza e servizio in base a che cosa? Solo ai possibili utili?**

Ribadisco sempre alla nostra mandante che la rete agenziale è insostituibile per il servizio reso al cliente in termini di qualità, professionalità e assistenza; è evidente che, in momenti di crisi economica, purtroppo il prezzo/premio è fondamentale, spesso a scapito del servizio reso dagli intermediari. Mi pare, però, quantomeno singolare che circa il 70% del mercato assicurativo italiano sia detenuto da tre/quattro compagnie e tale fenomeno non fa certo bene alla concorrenza.

Si parla proprio in questo periodo di dematerializzazione, area riservata sui siti internet e tutto quel che ne consegue: ho insistito molto con la nostra compagnia affinché le agenzie fossero supportate e non sostituite da tali strumenti; la tecnologia deve essere una opportunità che ci agevola, ma che non ci ostacola o addirittura che ci elimina.

**Ccnl: lo Sna ha approvato il nuovo contratto dei dipendenti. Tra il precedente stipulato con la triade sindacale e l'odierno si rilevano diverse differenze. Quale la sua opinione?**

In momenti di particolare crisi anche per la nostra categoria, il Ccnl non poteva prevedere aumenti troppo onerosi per le agenzie, senza nulla togliere ai nostri dipendenti che sono risorse insostituibili. Penso che a tutti avrebbe fatto piacere elargire aumenti di stipendi se ce ne fossero state le possibilità, immagino che molte agenzie sarebbero impossibilitate a pagare tutti gli arretrati previsti dal contratto siglato da Anapa/Unapass con la triade. Certo è che avere due Ccnl diversi crea non poco imbarazzo.

**Il suo gruppo come valuta la debacle di Fpa? Lei, assieme agli altri presidenti di gruppo, avete idea di come intervenire per salvare il salvabile?**

Siamo, come penso tutti quanti, molto sconcertati; gli assicuratori (agenti e compagnie) che non riescono a gestire i fondi per le proprie pensioni integrative. Ancora una volta i tre sindacati si trovano su strade diverse, generando solo confusione tra gli iscritti. La soluzione non è certo semplice se neppure i tre sindacati trovano una linea comune di intervento per convincere anche l'Ania a intervenire in modo serio, programmando un piano di risanamento duraturo negli anni.

Carla Barin

NEWS DA WWW.INSURANCETRADE.IT

## Intergruppo agenti UnipolSai, verso un nuovo Patto

Prosegue il percorso comune avviato nel coordinamento dei gruppi agenti **Aau**, **Gaan** (divisione Unipol), **Gal** (Liguria) e **Gasai** (divisione Sai). Nell'ultimo incontro tra le rappresentanze, tenutosi a Bologna lo scorso 25 marzo, il confronto si è incentrato sull'individuazione di soluzioni condivise da presentare a **UnipolSai**: la richiesta è quella di riaprire i tavoli di confronto a oggi sospesi, e di riprendere i lavori nelle commissioni, tanto sul piano dell'operatività quanto sui temi progettuali inerenti all'evoluzione delle agenzie. Il coordinamento, che ha deciso di dotarsi di uno strumento di comunicazione unitario, ha convocato per il prossimo 10 aprile le riunioni dei referenti di distretto, "per dar corpo a una struttura che sia ancora più vicina e di supporto ai colleghi sul territorio", spiega una nota dell'intergruppo, annunciando un altro appuntamento, il 15 aprile a Bologna, per una giornata di studio e di confronto "sui punti di forza e sulle aree di miglioramento dell'attuale *Patto Unipol*, così da poter lavorare alla costituzione di un nuovo *Patto UnipolSai* maggiormente rispondente all'attuale realtà, di mercato e di sistema".



Jean François Mossino,  
presidente Gasai

MERCATO

## Contro la vendita forzata di polizze accessorie on line

**Ivass e Agcm scendono in campo e chiedono alle compagnie di eliminare ogni eventuale abbinamento entro 90 giorni**

L'Ivass e l'Autorità garante della concorrenza e del mercato (Agcm) sono scese in campo con un'azione coordinata contro le vendite forzate di polizze accessorie on line, e contro i meccanismi del cosiddetto *opt-out*, che costringono il consumatore a deselezionare con un *click* le offerte non gradite.

Le due Autorità hanno rilevato che alcune compagnie dirette, nel processo di preventivazione on line, sono solite abbinare alla copertura Rc auto obbligatoria anche garanzie accessorie (come furto e incendio del veicolo, infortuni del conducente, assistenza stradale, tutela legale) attraverso un meccanismo di preselezione automatica. Il consumatore, se non è interessato all'acquisto, ha quindi l'onere di escludere tali garanzie.

L'Antitrust, accettando gli impegni presentati da Linear (gruppo Unipol) e Zuritel (marchio Zurich Connect) nel corso di procedimenti istruttori avviati ai sensi del Codice del consumo, comunica di avere "ottenuto il passaggio a una procedura di acquisto in cui il consumatore deve esprimere in modo esplicito la propria volontà di acquistare tali garanzie accessorie selezionando con un *click* le relative caselle (*opt-in*)".

Gli impegni, precisano le due Autorità in una nota, "contengono anche misure volte a introdurre una maggiore trasparenza dei messaggi pubblicitari e della procedura di acquisto on line di polizze, incrementando la consapevolezza del consumatore nella scelta, tra le offerte delle varie compagnie, del prodotto più conveniente e conforme alle proprie esigenze".

In contemporanea, l'Ivass è intervenuto con una lettera indirizzata a tutte le imprese di assicurazione Rc auto richiedendo di eliminare entro 90 giorni dai preventivi on line "ogni eventuale abbinamento forzato di garanzie accessorie alla Rc auto, in quanto contrario ai principi di correttezza e trasparenza".

Beniamino Musto

EDICOLA

## Per cambiare servono principi che non cambiano

**La nuova edizione delle sette regole per avere successo di Stephen R. Covey, a distanza di 25 anni dalla prima pubblicazione**

La persona arriva prima del manager. Se è vero che l'uomo deve saper adattarsi al cambiamento, approccio che in psicologia è noto come *situazionalismo dinamico*, è però fondamentale che, in primis, lo sappia intercettare e attivare. Il motore del cambiamento è, quindi, l'uomo, inteso non nel suo isolamento pragmatico, ma come un soggetto che unisce il proprio realismo relazionale in un contesto di affermazione o vittoria pubblica. Ed è a partire dall'inusuale binomio tra pragmatismo e centralità dell'uomo che risuonano ancora attuali, a distanza di 25 anni, i concetti espressi dal grande pensatore Stephen R. Covey nella nuova edizione di *The 7 habits of highly effective people*. Nell'era in cui, sul piano personale, molti si sentono esauriti e, sul piano collettivo, stiamo letteralmente *esaurendo il pianeta*, occorre ripensare alcuni modelli culturali e psicologici.

### Nessuna scorciatoia ai valori della vita

Occorre intervenire a partire da principi dai confini sempre più sfumati, con sette regole per avere successo. La prima incita a essere proattivi, ossia quella capacità di controllare l'ambiente circostante e non adattarsi a questo. I manager, quindi, devono cambiare paradigma per creare situazioni favorevoli e affrontare i diversi contesti. Segue il *principio di leadership personale*: cominciare pensando alla fine, focalizzando l'attenzione sull'obiettivo e agendo con il massimo dell'efficienza. Qui entra in gioco anche la terza regola, ossia dare precedenza alle priorità. E a partire da queste, il quarto assunto di base è pensare *win/win*: un atteggiamento che implica l'esercizio di ciascuna facoltà umana, autoconsapevolezza, immaginazione, coscienza e volontà autonoma, nelle relazioni con gli altri. Comporta mutuo apprendimento, mutua influenza e mutui benefici. Ma per farlo bisogna prima cercare di capire e poi farsi capire (quinta regola). In situazioni di interdipendenza molti fattori si intrecciano nella sfera di coinvolgimento. Perciò quando si ottiene una comprensione reciproca si aprono le porte a soluzioni creative e a terze alternative. E proprio imparando a lavorare in sinergia (sesta regola), si ottiene la cooperazione creativa. Collaborando per un obiettivo comune si consegue molto più di quanto si otterrebbe operando in maniera indipendente. Infine, risulta fondamentale apprendere dalle nostre esperienze. Affilare la lama per l'*auto-miglioramento continuo* è la chiave di volta per affrontare le sfide e aspirare ad alti livelli di successo. Corvey, però, negli ultimi anni di vita ha messo in guardia su un tema critico: "sono troppi coloro, e temo che diventino sempre di più, che cercano una scorciatoia ai valori della vita". Per questo appare fondamentale rimanere ancorati ai sette principi ogni giorno. In definitiva, per vivere il cambiamento dobbiamo avere principi che non cambiano.

Renato Agalliu



#22  
marzo 2015

## INSURANCE REVIEW

Strategie e innovazione per  
il settore assicurativo

# Insurance Review

Strategie  
e innovazione per  
il settore assicurativo

La rivista che rende l'informazione specialistica  
dinamica e immediata.  
Uno strumento di aggiornamento e approfondimento  
dedicato ai professionisti del settore.

Abbonati su  
[www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it)

Abbonamento annuale € 80,00 (10 numeri)

### 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

**T:** 02.36768000 **E-mail:** [redazione@insuranceconnect.it](mailto:redazione@insuranceconnect.it)

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