

PRIMO PIANO

Eiopa, effetti ambigui dal QE

Secondo Eiopa, il Quantitative easing della Bce "può creare condizioni favorevoli per gli assicuratori e i fondi pensioni nel lungo termine grazie allo stimolo alla crescita economica", ma nel breve termine aggiunge pressioni sul business del settore "a causa di un'ulteriore riduzione dei tassi privi di rischi" e di conseguenza "la profittabilità dei prodotti e dei regimi pensionistici resta sotto forte pressione". Nel Rapporto sulla stabilità finanziaria, pubblicato il primo giugno, Eiopa osserva che il Qe può ridurre in misura significativa il volume di mercato per alcune classi di asset per cui l'effetto-gregge degli investitori (dovuto a un deterioramento della situazione geopolitica) "potrebbe scatenare il rischio di uno scenario negativo". Nel settore assicurativo i rischi derivanti da un contesto di bassi rendimenti può costringere il settore della riassicurazione a un ulteriore consolidamento. I premi di riassicurazione sono stati sottoposti a pressione nel momento in cui le società fronteggiavano una continua concorrenza da fonti di capitale non tradizionali. Secondo il presidente, Gabriel Bernardino, "le misure transitorie previste da Solvency II dovrebbero essere usate per assicurare un passaggio equilibrato e senza rotture nel mercato".

B.M.

INTERMEDIARI

Gli agenti Axa chiedono di essere al centro. Davvero

Riuniti nel convegno tenutosi a Roma la scorsa settimana, i presidenti dei gruppi europei della compagnia si sono confrontati su quale sarà il loro ruolo nella digitalizzazione e quali le strategie distributive e remunerative. Confermata la centralità del canale agenziale ma il futuro dipenderà dalla capacità di confrontarsi con il cambiamento

Il valore in più siamo noi. Questo il titolo del congresso internazionale degli agenti generali Axa, tenutosi lo scorso week end nella capitale, dove gli intermediari della compagnia francese hanno voluto fare il punto con la mandante su digitalizzazione e rischio disintermediazione, centralità della figura agenziale, strategie distributive, di offerta, di prezzo e remunerative di Axa.



I padroni di casa proclamano di essere pronti a cogliere la sfida del digitale ma chiedono che la compagnia li rassicuri su alcuni punti, soprattutto alla luce di certe scelte operate dal gruppo a favore di altri canali, come quello bancario e delle compagnie dirette.

"L'agente - sottolinea **Mario Pedretti**, presidente uscente dell'Associazione europea degli agenti Axa, che ha passato il testimone allo svizzero, **Philippe Magne**, agente generale **Axa Wintherthur Switzerland** - crea valore per la compagnia e per il cliente: intermediamo l'80% e assicuriamo un'elevata redditività, stabilità e ottime performance. Chiediamo, quindi, maggiore consapevolezza della mandante, minore conflittualità e un crescente supporto per sostenere gli oneri e i costi delle attività burocratiche e amministrative che la normativa europea ci impone.

Noi - conferma Pedretti - vediamo il digital come un'opportunità ma solo se utilizzato per portare clienti in agenzia e non per disintermediare. La nostra sfida è continuare a essere competitivi utilizzando il digital ma da soli potremo fare poco".

Parole rassicuranti arrivano dalla direzione che riconosce il valore dei mille agenti Axa, l'80% dei quali ha fatto la scelta del monomandato, a conferma del fatto che la compagnia francese resta la preferita dai suoi intermediari. "In Italia - concorda **Frédéric de Courtois**, amministratore delegato di **Axa Italia** - abbiamo un'ottima rete agenziale che ha dato ottimi risultati negli ultimi anni. Nonostante ciò, però, dobbiamo andare verso una trasformazione profonda, che richiederà coraggio e velocità".

(continua a pag. 2)



INSURANCE CONNECT su LINKEDIN

Clicca qui per iscriverti al gruppo 

Clicca qui per seguire la pagina



(continua da pag. 1)

PRENDERE IL MEGLIO DA DUE MONDI

In questo senso, si muove la partnership tra Axa e **Google**, che ha l'obiettivo di unire il meglio di due mondi: la consulenza professionale dell'*off line* e la velocità e praticità dell'*on line*. "La tecnologia riguarda tutti – conferma **Carlo D'Asaro Biondo**, presidente Emea Google – e dobbiamo rispondere all'utente con pertinenza, semplicità, velocità. Se riusciamo a fare questo e se diamo servizi e prodotti mirati saremo orientati al cliente. Questo non vuol dire sostituirsi all'agente, piuttosto indirizzare l'utente verso l'agenzia, in base a ciò che gli serve: il *price comparison* è stato solo l'inizio di un cambiamento, ora dobbiamo andare oltre, utilizzando la professionalità degli agenti per fare personalizzazione".

La digitalizzazione quindi, se da un lato è vista come opportunità e volano per la crescita della redditività, dall'altro continua a rappresentare uno spauracchio, per la disintermediazione. Come conferma il confronto tra la compagnia e i presidenti dei gruppi agenti Axa d'Europa, che chiedono quale sarà il loro ruolo nella digitalizzazione e quale la strategia distributiva.

DIGITALIZZAZIONE E QUALITÀ: UN BINOMIO POSSIBILE?

Il principale timore espresso dai presidenti europei è legato al rischio che la digitalizzazione porti a una standardizzazione dell'offerta proiettata

alla disintermediazione e a un abbassamento della qualità. A più voci si chiede maggiore semplicità e semplificazione delle attività amministrative e una relazione tra cliente e agente che non passi solo per i *social* e i canali digitali ma che questi siano il tramite per rafforzarla.

"La relazione fisica – rassicura **Veronique Weill**, Axa group chief operating officer – non sarà eliminata, è solo la fase iniziale che cambia: l'utente parte dall'*on line* per poi proseguire con il canale tradizionale. Questo, per servire meglio il cliente, ridurre i costi agenziali e semplificare l'attività amministrativa. Per farlo agiremo sul locale, in base alle specificità e normative di ciascun Paese, utilizzando, però, la forza mondiale del nostro marchio".

Tutto, secondo Axa, dipenderà dalla relazione di fiducia che l'agente sarà in grado di costruire con l'assicurato. "Il cliente deciderà quando e come interagire con noi – prosegue Weill – e, quando la farà, noi dovremo essere lì per fidelizzarlo e offrirgli un servizio migliore: in questo, la digitalizzazione ci aiuta perché ci consente una personalizzazione e una vicinanza migliori, aumentando la qualità del servizio".

ANDARE OLTRE IL PREZZO

Altro tassello importante nella strategia Axa, il prezzo, su cui i colleghi francesi chiedono chiarezza, alla luce delle dinamiche dei premi. "Dobbiamo andare oltre il prezzo – risponde **Jean-Laurent Granier**, ceo Axa Global P&C e ceo Axa Mediterranean & Latin American Region – utilizzando strumenti nuovi, come l'analisi del rischio, che ci consentano di costruire una relazione di servizio con il cliente a lungo termine, per soddisfare i suoi reali bisogni. In questo, la qualità e l'obbligo di consulenza saranno sempre più importanti".

LA REDDITIVITÀ PASSA DA UN'OFFERTA PIÙ COMPLETA

L'altra forte preoccupazione, espressa dagli agenti italiani, riguarda la redditività che, nonostante i buoni risultati, continua a calare. Questo, lamenta la rete distributiva, a causa di una remunerazione che diminuisce e di una limitatezza dell'offerta, in rapporto al canale web, che costringerà molti di loro a cogliere altre opportunità, per aumentare la redditività. "Axa – risponde de Courtois – è una compagnia multicanale, ma quella agenziale resta la nostra rete preferita, perché fa risultati. Sulla remunerazione, dovremo confrontarci meglio e di più nel prossimo futuro. Ma con il digitale, ci saranno buone opportunità per ridurre i costi e migliorare il risultato dell'agenzia. E, anche sull'offerta – annuncia – nei prossimi 12 mesi, gli agenti avranno a disposizione tutti i nuovi prodotti, grazie alla nuova piattaforma e saremo più aggressivi anche nel mondo delle aziende, dove, fino ad oggi, siamo stati timidi".

Restando in casa, Pedretti chiede due piccoli impegni: supporto e strumenti alle agenzie per far fronte agli obblighi di responsabilità imposti dalla normativa europea e un maggiore coordinamento e dialogo in sede europea. Richieste accolte e condivise dalla compagnia.

A chiudere il convegno, arrivano le parole di incoraggiamento e di chiaro indirizzo di **Henri de Castries**, ceo del gruppo Axa. "Cinque anni fa eravamo a metà del programma *Ambition* di Axa: oggi siamo vicini alla fine di questo piano e abbiamo fatto di più e meglio. È un successo collettivo e condiviso, ma ora il futuro dipende da come guarderemo il mondo, dall'utilizzo delle nuove tecnologie, dall'apertura mentale, dalle nuove risorse e alleanze con partner a cui nessuno avrebbe pensato cinque anni fa. Oggi, c'è una domanda nuova per noi, ma niente sostituirà l'intelligenza e l'apporto umano. Però – conclude – serve un cambio nell'atteggiamento mentale. Se lo faremo tutti insieme, nei prossimi dieci anni, Axa sarà il primo marchio al mondo".

INTERMEDIARI

La brutta figura del gruppo aziendale Axa

Si chiude senza presidente (e senza giunta) il primo congresso elettivo della nuova formazione unitaria nata nel novembre scorso dall'unificazione di Gaa e Gaai



Fumata nera al primo congresso del neonato **gruppo aziendale Axa**, frutto dell'unificazione tra gruppo agenti Axa Italia (**Gaai**) e gruppo agenti Axa (**Gaa**). Gli agenti non sono riusciti a eleggere presidente e giunta, intrappolati tra *veti* trasversali e sottili veleni, somministrati con discrezione e sfacciata ipocrisia alle spalle dei malcapitati possibili candidati alla elettiva giunta, all'insegna di "insieme, uniti, non si lavora". A breve, forse già prima dell'estate, gli intermediari convocheranno un nuovo congresso per cercare di eleggere gli organi direttivi. Al momento la guida del gruppo è nelle mani dei due presidenti di Gaa e Gaai, **Gaspere Menduni** e **Sergio Rovera**.

Il primo congresso unitario elettivo del gruppo aziendale Axa si è svolto allo Sheraton Golf Hotel di Roma, lo scorso 30 e 31 maggio, come era stato previsto dalla delibera di unificazione dei due gruppi aziendali, avvenuta nel novembre 2014, con una norma transitoria di sei mesi. Così è partito il congresso elettivo, dopo il trascorso tempo previsto, forse troppo breve per metabolizzare i ricordi del passato e rivolgere le loro attenzioni solo al futuro: tutto programmato per l'elezione della nuova giunta.

In questo percorso, gli agenti Axa sono stati accompagnati dai due presidenti uscenti, già citati Menduni e Rovera.

Un'elezione mancata

Purtroppo l'importante appuntamento si è chiuso con un clamoroso nulla di fatto: nessuna lista presentata e *bagarre*, tra lo stupore e la demoralizzazione di buona parte dell'assemblea.

Tra fischi e applausi di congressisti sconcertati, implorazioni al senso di responsabilità da parte del presidente del congresso, **Stefano Cravero** (vero gentleman, con l'*aplomb* dell'inglese e lo spirito francescano) e di alcuni altri mediatori per vocazione, tra i quali **Cesare D'Ippolito**, che aveva invitato le persone di comprovata ca-

pacità, possibili papabili alla presidenza, l'assemblea ha investito **Alessandro Lazzaro** e **Loretta Credaro** delle cariche di presidente e vice presidente: assieme avrebbero dovuto costruire la giunta. I due sembravano aver messo da parte l'ascia di guerra, tutto il trascorso di ognuno, per arrivare ad accettare gli incarichi, dato che i congressisti, dopo tante insistenze, li avevano scelti tra applausi e rumori di disturbo. L'apparente successo, e la sospirata fine della telenovela, è durato pochissimo.

Loretta Credaro, dopo aver accettato *obtorto collo*, ha ritirato la sua candidatura. Rimasto solo, anche Lazzaro, violentato psicologicamente per ben due giorni dai molti che lo ritenevano la persona giusta al posto giusto e nel momento giusto, ha ritirato la sua disponibilità, precisando, con grande amarezza, le sue ragioni.

Siamo già al "de profundis"?

L'appello dei *saggi* è caduto nel vuoto: sono emerse vecchie diatribe, mal sopiti ricordi, personalismi. Si è assistito a uno spettacolo (per la verità, unico nel suo genere) di assoluta indifferenza alle esigenze di centinaia di colleghi che reclamano a gran voce una giunta costituita da persone serie, capaci, con un convinto senso di responsabilità e generosità. Le persone adatte al ruolo, forse, c'erano ma si sono ritirate davanti agli umori sinistri e ai palpabili malumori. Meglio sarebbe dire li hanno *costretti a ritirarsi*: tra mediocrità e squalore.

In altre parole: muro contro muro.

Il braccio di ferro cui si è assistito, che ha coinvolto i *grandi* delle due fazioni, ha fatto perdere la faccia, se non l'onore, al neonato gruppo Axa, ingoiato da una voragine di stupidità. È certo che se a novembre i due gruppi formalmente si sono uniti, nero su bianco, moralmente il 31 maggio si è verificata un'irreversibile frattura, e si è celebrato un *de profundis*. Siamo consci che sia difficile unificare le anime dei due gruppi: persone, singole opinioni, storie diverse, processi professionali differenti, *modus operandi* totalmente lontani dal modo di essere dei gruppi incorporati. Dall'unificazione di novembre al congresso di maggio, il gruppo è stato guidato dai due presidenti uscenti, Gaspere Menduni e Sergio Rovera, arrivati all'appuntamento con la convinzione di far eleggere una nuova giunta, escludendo dalle nuove formazioni le loro persone, senza preparare il terreno, oserei dire gli animi, al grande evento che doveva essere unitario. Tutti consci, comunque, che il *dividi et impera*, e la triste storia di una intera categoria, non ha insegnato nulla.

(continua a pag. 4)

(continua da pag. 3)

Il riemergere di antichi pregiudizi

I congressisti avrebbero dovuto scegliere, tra i migliori, la nuova squadra. I diversi nomi emersi nelle due giornate di congresso sono stati ricacciati nel girone dell'inferno, tra pettegolezzi e illazioni varie. Alla fine, drammaticamente, un nulla di fatto.

Quindi, al presidente del congresso, **Stefano Cravero**, il compito di *chiudere* lasciando però *aperti* i lavori sino alla prossima assemblea elettiva decidendo la *prorogatio* dei due presidenti uscenti, solo per gestire l'ordinaria amministrazione. Con buona pace dello statuto e di quanto affermato dall'ad di Axa in Italia, **Frédéric de Courtois**, che auspicava, convinto, di voler parlare un "intero giorno" con i nuovi eletti, per programmare un piano, poiché il futuro è nelle mani degli agenti, la trasformazione del mercato deve essere fatta assieme alla compagnia, dall'intera rete, facendo anche una riflessione ad alta voce: "dovete essere una gruppo coeso, una squadra".

Peccato: le tante persone presenti non ci sono riuscite, malgrado gli sforzi dei più, ingabbiati da antichi pregiudizi.

Più di un'occasione persa

La direzione della compagnia è intervenuta all'apertura del congresso e non alla fine, come è prassi. Proprio per questa ragione gli interventi dell'amministratore delegato e del direttore generale, **Maurizio Cappiello**, non sono piaciuti a diversi agenti, dimenticando che l'invito, in quella data e all'apertura dei lavori, è stato fatto dai due presidenti, Menduni e Rovera, e che il loro ruolo di ospiti non consentiva commenti.

Poi, i congressisti, distratti da altri fatti, hanno ascoltato i soliti interventi degli oratori dei tre sindacati generalisti. **Claudio Demozzi** per **Sna**, **Eric Somaschini** per **Unapass** ed **Enrico Ulivieri** per **Anapa** non hanno trasmesso all'assemblea novità di rilievo: i soliti ripetitivi argomenti, ormai conosciuti e, anch'essi, conditi con qualche vena polemica.

Per quanto riguarda il dibattito congressuale, tutti gli interventi, a parte qualche lodevole eccezione, sono apparsi carenti nell'approfondimento delle strategie future e della progettualità per le quasi mille agenzie sparse sul territorio nazionale: questo nonostante il *futuro* fosse il tema dell'evento.

Unico argomento caldo del dibattito, per quasi tutti gli oratori, il calo della redditività agenziale.

In sintesi, insomma, un brutto congresso che ha lasciato ai più l'amaro in bocca e la consapevolezza di aver perso un'ottima occasione per dimostrare serietà alla compagnia e ai colleghi rimasti a casa. Si è persa l'occasione di dimostrarsi intellettualmente onesti e dotati di indispensabile professionalità e coesione, che avrebbero dovuto portare tutti gli agenti Axa verso un futuro dignitoso.

Carla Barin

INTERMEDIARI

Nasce il Coordinamento europeo degli agenti di Generali

Il plauso all'iniziativa è giunto anche dal group ceo del Leone, Mario Greco

Lo scorso 21 maggio, a Bruxelles, è stato raggiunto un importante traguardo per gli agenti della rete del Leone di Trieste nel Vecchio Continente: la nascita del **Coordinamento europeo degli agenti di Generali**. L'operazione, realizzata con il supporto del comitato degli agenti **Bipar**, unisce l'italiano **Gruppo agenti Generali**, la rete d'oltralpe di Generali France (**Triangl**) e la rete Generali Germany (**Ivhy**): sul modello di quello già in essere per gli agenti Axa e Allianz, anche il neonato organismo ha l'obiettivo di confronto, analisi e studio sul ruolo dell'agente nel contesto europeo, e sull'evoluzione della professione.

Immediato è giunto l'apprezzamento verso l'iniziativa da parte del group ceo **Mario Greco**, che ha inviato ai tre presidenti delle associazioni una lettera con cui, oltre a congratularsi, ha sottolineato "il ruolo centrale delle agenzie, che assieme al prestigio del nostro marchio e le competenze del nostro sistema di sottoscrizione e distribuzione, è alla base del successo e della storia del gruppo in Italia, Francia e Germania". Secondo il presidente del Gaa Generali, **Vincenzo Cirasola**, "questo significa che la passione e l'impegno che dedichiamo nel risolvere i problemi della nostra categoria professionale sono apprezzati e ben evidenti a tutti. Ci impegneremo, come abbiamo sempre fatto, in prima linea, per tutte le altre problematiche che sono ancora irrisolte e che attanagliano il nostro presente. Sono orgoglioso per la pronta risposta con la quale Mario Greco ha accolto la costituzione del nuovo organismo europeo e per come abbia rappresentato il futuro della nostra Generali alla comunità finanziaria. Un futuro - conclude Cirasola - nel quale gli agenti, in particolare nel nostro Paese, continueranno a rivestire un ruolo fondamentale".

Beniamino Musto



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

AZIENDE, DAI RISCHI ALLA SICUREZZA DELLA POLIZZA

Milano, 10 giugno 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 - 10.10 - L'assicurazione e i rischi per settore merceologico

*Adolfo Bertani, presidente di Cineas
Claudia Costa, vice presidente di Anra
Carlo Marietti Andreani, presidente di Aiba
Luigi Viganotti, presidente di Acb*

10.10 - 10.30 - L'assicurazione a supporto dello sviluppo delle aziende

Vittorio Scala, country manager e rappresentante generale dei Lloyd's in Italia

10.30 - 10.50 - Imprese e internazionalizzazione: come gestire le diversità tra sistemi giuridici

Bruno Giuffrè, country managing partner di Dla Piper

10.50 - 11.10 - Soluzioni per il rischio di credito commerciale

Antonella Vona, direttore marketing e comunicazione di Coface Italia

11.10 - 11.30 - Coffee break

11.30 - 12.00 - Garanzie assicurative per le Pmi: il ruolo di agenti e broker

*Arnaldo Bergamasco, presidente di Brokers Italiani
Anna Fasoli, consigliere di Uea*

12.00 - 12.30 - Aziende e polizze assicurative: un rapporto soddisfacente?

*Francesco Ferri, procuratore Autodromo di Monza e vice presidente nazionale Giovani imprenditori di Confindustria
Matteo Polo, amministratore delegato di Crai Supermercati - Ama Crai Ovest*

12.30 - 12.50 - Servizi innovativi: un lavoro di squadra a vantaggio dell'azienda cliente

Stefano Sala, amministratore delegato gruppo per

12.50 - 13.00 - Q&A

13.00 - 14.00 - Pranzo

14.00 - 14.20 - Il peso delle catastrofi naturali

Intervista a Roberto Manzato, direttore centrale vita, danni e servizi di Ania

14.20 - 14.40 - Gestire il rischio ambientale

Giovanni Faglia, responsabile Pool Inquinamento

14.40 - 15.00 - Sinistri property e ambientali: formazione e disaster recovery come valore aggiunto della loss prevention

Filippo Emanuelli, amministratore delegato di Belfor Italia

15.00 - 15.20 - Cyber risk e Pmi: una polizza ad hoc con assistenza H24

Maurizio Ghilosso, amministratore delegato di Dual Italia

15.20 - 16.30 - TAVOLA ROTONDA: Gestione del rischio: gli ambiti di miglioramento e di valorizzazione del contratto assicurativo

*Natale Castagna, managing director di Novatex Italia
Francesco Cincotti, presidente di Aipai
Paolo Lionetti, vice presidente di Anra e group insurance & claims manager di Autostrade per l'Italia
Angela Rebecchi, head of sales & market management di Allianz Global Corporate & Specialty SE
Marco Rossi, head of sales & marketing di Das
Stefano Tasso, director di Affiliated FM
Benoît Michel Verbrigghe, GI Product Director di Aviva
Massimiliano Zampieron, head of sales di Aig per l'Italia*

16.30 - Q&A

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

patrocinato da



sponsorizzato da

