



PRIMO PIANO

Inail, meno contributi per le imprese

Saranno ridotti del 14,2% i premi e i contributi per l'assicurazione contro gli infortuni e le malattie professionali. È quanto ha comunicato ieri l'Inail con la circolare 25/2014 attraverso cui fornisce le istruzioni per la concreta applicazione della riduzione, in vista della scadenza dell'autoliquidazione, fissata alla data del prossimo 16 maggio. La riduzione dei premi e dei contributi si applica a quelle aziende che hanno registrato nel triennio 2010-2012 un andamento infortunistico pari o inferiore a quello medio nazionale della lavorazione o attività svolta. Il ministro del Lavoro, Giuliano Poletti, commentando la circolare, ha sottolineato il fatto che con questa misura "si garantiscono alle imprese sgravi pari a un miliardo di euro nel 2014, che saliranno a 1.100 milioni nel 2015 e a 1.200 nel 2016. Si tratta di una significativa diminuzione dei costi assicurativi che, sommandosi allo sgravio Irap già deciso dal Governo, fornisce un sostegno importante alle imprese per l'avvio della ripresa. Voglio sottolineare - ha aggiunto Poletti - che questa misura premia, giustamente, i soggetti che evidenziano buoni risultati nell'attività di prevenzione degli infortuni e delle malattie professionali".

B.M.

INTERMEDIARI

Gli agenti Augusta a congresso, nell'era Generali Italia

In una fase complessa come quella dell'integrazione delle reti in un'unica compagnia, si aprirà il 16 maggio a Rimini la prossima convention del gruppo, a cui parteciperanno anche vari esponenti del management del Leone. Saranno approfonditi due temi su tutti: l'evoluzione digitale della figura dell'intermediario, e le nuove opportunità offerte dai prodotti protection

Aprirà i battenti il prossimo 16 maggio, a Rimini, il congresso del **Gruppo agenti Augusta**. Un appuntamento che arriva in una fase di intensi cambiamenti per la rete distributiva, ora riunita nella comune casa di **Generali Italia**. Il passaggio alla nuova compagnia schiude un nuovo orizzonte di obiettivi per gli intermediari, sebbene, in questa fase iniziale, presenti anche diverse difficoltà da gestire. La compagnia, spiega il presidente del Gaa, **Federico Serrao**, "sta costantemente supportando gli agenti nell'affrontare le varie problematiche che stanno mano a mano emergendo". A testimoniare questa vicinanza, saranno presenti a Rimini alcuni manager di primo piano di Generali Italia: **Bruno Scaroni**, chief distribution officer, **Marco Sesana**, chief operating officer, **Alberto Cucinella**, responsabile della divisione auto e **Antonella Maier**, responsabile dell'area Vita ed employee benefits. In sala, assieme a loro, siederanno anche tutti i presidenti di gruppi agenti dei brand confluiti in Generali Italia (**Toro, Lloyd Italico, Ina Assitalia**) e del gruppo agenti Generali, **Vincenzo Cirasola**.

(continua a pag.2)



Federico Serrao, presidente del Gaa

NEWS DA WWW.INSURANCETRADE.IT

"Io & i rischi" arriva a teatro

Per insegnare ai ragazzi i concetti di prevenzione e mutualità ogni strumento è lecito. Il **Forum Ania - Consumatori** lo ha fatto attraverso uno spettacolo teatrale che prende il titolo dalla sua ormai celebre iniziativa: *Io & i rischi*. L'obiettivo della *pièce* teatrale, andata in scena mercoledì scorso presso il centro polifunzionale Pandurera a Cento (Ferrara) è quello di sensibilizzare gli studenti ad assumere un atteggiamento più consapevole nei confronti del rischio, aiutandoli a gestirlo attraverso strategie di prevenzione e di mutualità.

Lo spettacolo teatrale ha coinvolto 350 tra studenti e docenti della città emiliana guidati attraverso un viaggio nella storia dei rischi, partito dall'epoca dei mercanti veneziani fino ad arrivare all'era di Facebook. L'utilizzo del linguaggio teatrale è solo una delle declinazioni utilizzate dallo schema educativo gratuito proposto dal Forum Ania - Consumatori alle scuole medie e superiori di tutta Italia, al quale hanno aderito anche gli istituti scolastici cittadini.



Seguici anche su Facebook alla pagina di Insurance Connect e su Twitter @insurancetrade



Philippe Donnet, ceo di Generali Italia



(continua da pag. 1)

PUNTARE SULLA PROTECTION PER CONTRASTARE LA DISINTERMEDIAZIONE

In particolare, ci saranno due momenti di analisi e di approfondimento tra agenti e compagnia. Una prima tavola rotonda sarà dedicata all'evoluzione della figura dell'agente e alla digitalizzazione che si sta imponendo in misura sempre maggiore in questa professione, con un approfondimento specifico riguardante il processo di integrazione in Generali Italia di tutte le reti, ovviamente con un occhio di riguardo verso gli intermediari di casa Augusta. Una seconda tavola rotonda sarà invece dedicata alla *protection*, tema che sarà discusso in senso ampio, tracciando un quadro del contesto socio economico in cui gli agenti si trovano a operare, ma esplorando anche le strategie perseguibili attraverso i prodotti presenti sul mercato. Perché la scelta di dedicare una specifica tavola rotonda a questo argomento? "La protection - spiega Serrao - è un tema che, alla luce della progressiva diminuzione delle prestazioni del welfare nel nostro Paese, resta sempre di grande attualità. C'è una crescente fragilità delle famiglie su questo versante, ma anche una difficoltà, da parte loro, ad approcciare questo tipo polizze". Ma non solo: "parlare di protection significa anche parlare di prodotti rivolti non solo alle famiglie, ma anche alle aziende, come avviene nel caso degli employee benefits. Credo sia un ambito su cui noi agenti dobbiamo puntare con determinazione - aggiunge Serrao - per rafforzare la nostra figura professionale, in particolare per quanto riguarda il nostro ruolo consulenziale. Soprattutto e a maggior ragione in una fase, come quella attuale, in cui la figura dell'agente professionista di assicurazione è minacciata dai tentativi di disintermediazione, in atto in particolare sul ramo auto".

UNA PROFESSIONE SEMPRE PIÙ DIGITALIZZATA

Quanto al tema dell'evoluzione della figura dell'agente, e in particolare della progressiva digitalizzazione che sta interessando questa professione, Serrao precisa che la compagnia "sta compiendo dei grossi sforzi per migliorare l'operato delle strutture di vendita: penso al tablet, alla firma biometrica, e a tutti quegli strumenti

che consentono una più semplice preventivazione ed emissione delle polizze. Generali Italia - osserva Serrao - si sta impegnando molto per permetterci di approcciare in maniera diversa il cliente, in modo da poter avere sia un minor disbrigo di incombenze amministrative, sia la possibilità di efficientare e velocizzare maggiormente il servizio offerto al cliente".

UNA MONTAGNA DA SCALARE

Tutto facile dunque? "Il processo di integrazione in Generali Italia, che di per sé è un'operazione estremamente complessa, ovviamente presenta anche qualche problema", ammette. Compagnia e agenti, sottolinea Serrao, stanno però affrontando ogni difficoltà fianco a fianco. Dal canto suo, il presidente evidenzia "gli sforzi che Augusta per prima ha dovuto affrontare, essendo stato il primo brand a essere partito nel processo di integrazione, lo scorso 3 marzo. Siamo nel pieno del cambiamento - spiega - dunque è ancora presto per dare un giudizio definitivo su che cosa ha comportato o comporterà in futuro il passaggio a Generali Italia. Posso però ipotizzare quello che sarà: sicuramente il cambiamento è epocale, e le modalità di relazione con la compagnia diverse da quelle a cui eravamo abituati, ma una volta portato a termine nella maniera migliore, tutto questo, in futuro, ci potrà agevolare". Secondo Serrao, il fatto di appartenere a un grande gruppo come Generali rende gli agenti Augusta più tranquilli in tempo di crisi, essendo il Leone il primo player in Italia e uno tra i primi al mondo. "È inevitabile che ci siano delle difficoltà - ammette il presidente del Gaa - quando si avvia un processo del genere, perché si tratta di cambiare contestualmente modo di lavorare, sistemi informatici e prodotti; il tutto va a sommarsi con il poco tempo a disposizione per assimilare le novità, e con la necessità di indirizzare i clienti verso una nuova offerta". È un processo di integrazione difficile, impegnativo: "una montagna da scalare non indifferente - secondo la definizione di Serrao - ma stiamo riscontrando la volontà da parte della compagnia, di essere disponibile al dialogo, anche per correggere in corsa eventuali effetti potenzialmente distorsivi rispetto a quelli che erano stati gli intendimenti iniziali. Anche perché - conclude Serrao - tra il prevedere e il fare c'è una bella differenza".



**Seguici anche su
Facebook alla
pagina di
Insurance Connect
e su Twitter
@insurancetrade**

Beniamino Musto



RISORSE UMANE

Gli assicuratori, a caccia di specialisti

Il mercato è alla ricerca di professionisti specializzati: tra i più richiesti underwriter, liquidatori e profili legati al mondo attuariale



Cresce la richiesta di nuove assunzioni nel settore assicurativo. Nel primo trimestre 2014, infatti, secondo gli esperti del gruppo **Hays**, l'*insurance* italiano ha registrato un incremento del 10%, rispetto al 2013, nella richiesta di nuove figure, e in particolare in ambito *control, legal, compliance e operation*: professionisti in grado di assicurare alle aziende solidità economica e una visione strategica di lungo periodo.

In generale, il protrarsi della crisi ha determinato un cambiamento nei criteri di valutazione da parte dell'azienda del settore *insurance*: i tratti comuni al candidato ideale prevedono almeno un paio d'anni di esperienza sul campo e un'ottima conoscenza sia del mercato estero, sia di quello nazionale.

In particolare, si sta delineando un trend di selezione, comune a tutto il mercato assicurativo: per fronteggiare il precario equilibrio economico massimizzando il business, le aziende stanno concentrando la ricerca su figure altamente specializzate, a discapito di profili più operativi e meno strategici. Tra i più ricercati, liquidatori e figure attuariali, perché si occupano del prodotto assicurativo in tutte le sue fasi: dalla sua progettazione alla gestione fino all'assistenza post-vendita. Molto apprezzati anche coloro che padroneggiano una terza lingua (oltre al canonico inglese) e che vantano un percorso accademico a pieni voti in Economia, Giurisprudenza o Statistica. Risultano, invece, meno allettanti, per i responsabili della selezione, le figure di *staff* legate alla contabilità, al marketing o alle risorse umane, considerate secondarie nel processo di ripresa economica.

Infine, le politiche di *cost saving*, adottate dalle aziende negli ultimi anni, hanno ridotto stipendi e benefit (economici e non) dei professionisti per ottimizzare le risorse disponibili, riducendone i costi di gestione.

Laura Servidio

ANIA

Rc auto, il Pd propone la tariffa unica per i virtuosi

Secondo l'Ania la misura è improponibile e farebbe saltare il meccanismo mutualistico su cui si fonda l'assicurazione

Una tariffa unica nazionale Rc rivolta a tutti gli automobilisti virtuosi. Questa la proposta di legge di iniziativa popolare presentata ieri da un gruppo di 27 deputati del **Partito Democratico**, tra cui **Valeria Valente** e **Leonardo Impegno**: quest'ultimo ha precisato che l'iniziativa "non vuole creare uno scontro tra Nord e Sud, ma abbassare le tariffe Rc auto a tutti gli italiani". Il testo, composto da un solo articolo, afferma che "le imprese di assicurazione sono tenute a riconoscere l'applicazione del premio più basso previsto sull'intero territorio nazionale a tutti i contraenti e assicurati che non abbiano denunciato sinistri negli ultimi cinque anni".

Non si è fatta attendere la replica dell'**Ania**, che, in una nota ufficiale, giudica "improponibili" le misure contenute nella proposta. "Occorrerebbe affrontare le vere ragioni che tengono alti i prezzi della Rc auto in alcune province del Sud". L'associazione delle imprese assicuratrici spiega che la proposta, "oltre a essere illegittima perché contraria alle direttive comunitarie che vietano di imporre alle compagnie condizioni di prezzo di qualunque tipo, è anche tecnicamente insostenibile". L'Ania, infatti, sostiene che stabilendo un prezzo unico per tutto il territorio, parametrato al livello di tariffa più basso, andrebbe a saltare il meccanismo mutualistico su cui si fonda l'assicurazione. "Gli assicurati che avessero causato anche un solo sinistro nei cinque anni sarebbero costretti a pagare premi insostenibili, vicini al costo del danno provocato. Per evitare questa assurda conseguenza - spiega l'Ania - le compagnie, per coprire il disavanzo che si realizzerebbe a causa della soluzione proposta, sarebbero costrette a stabilire una tariffa unica più elevata colpendo con aumenti ingiusti e rilevanti le comunità di automobilisti più virtuose".

B.M.





Giornata Nazionale
della Previdenza



PREVIDENZA COMPLEMENTARE, L'ALTERNATIVA CHE PENSA AL FUTURO

Strumenti e iniziative per conoscere le soluzioni assicurative disponibili,
scegliere con consapevolezza, sostenere i cittadini, le famiglie e i lavoratori

Palazzo Mezzanotte – Piazza degli Affari, 6 – Milano
15 maggio 2014 – 14.00/17.00
Sala Blu

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

14.00 - 14.30 – **Il valore delle soluzioni assicurative, cosa scegliere, come scegliere**
Federica Orsini, senior manager Prometeia

14.30 - 15.00 – **Previdenza e protezione presso gli sportelli bancari**
Carmine Paolantonio, responsabile marketing retail di Cariparma

15.00 - 15.30 – **Il quadro normativo: quali vantaggi, quali difficoltà**
Maurizio Hazan, studio legale Taurini-Hazan

15.30 - 16.00 – **Giovani e cultura assicurativa**
Giacomo Carbonari, segretario generale Forum Ania consumatori

16.00 - 17.00 – **TAVOLA ROTONDA: L'alternativa per il futuro**
Paolo Cercato, responsabile Industria Life di Genertellife
Michele Colio, distribution & marketing director di Aviva Italia
Federica Orsini, senior manager Prometeia
Carmine Paolantonio, responsabile marketing retail di Cariparma
Enrico Olivieri, presidente gruppo agenti Zurich

CLICCA QUI PER ISCRIVERTI

è possibile iscriversi al convegno in loco

Main sponsor



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 9 maggio di www.insurancetrade.it
Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012