

PRIMO PIANO

È uscito Insurance Review #26

È in distribuzione il numero di luglio di Insurance Review, la rivista mensile dedicata al settore assicurativo e a tutto ciò che ruota intorno alla gestione dei rischi. Il numero 26 è l'ultimo prima della pausa estiva di agosto: Insurance Review tornerà regolarmente a settembre. Già da ora, cogliamo l'occasione per ringraziare i lettori che ogni mese seguono con crescente attenzione una rivista che si è imposta come uno dei punti saldi per il settore.

La copertina del nuovo numero è dedicata al convegno di giugno sul tema dei rischi, organizzato da Insurance Connect, editore anche di questo quotidiano. Imprese, risk management e mondo assicurativo a confronto per trovare le soluzioni più adeguate soprattutto alle esigenze delle Pmi maggiormente esposte a rischi complessi.

Ma Review è anche molto altro. L'attualità, le interviste (questo mese parla Nicola Maria Fioravanti, il nuovo responsabile della divisione Insurance di Intesa Sanpaolo), le consuete rubriche di approfondimento e uno Speciale dedicato al futuro dell'offerta assicurativa del ramo danni e del ramo vita.

Per ricevere il mensile è necessario abbonarsi, scrivendo ad abbonamenti@insurance-connect.it, oppure accedendo alla pagina Abbonamenti di Insurancetrade.it, cliccando qui.

INTERMEDIARI

Galf e Magap verso l'unione

Il prossimo ottobre, a Trieste, si svolgeranno, in contemporanea, le assemblee biennali dei due gruppi di UnipolSai. Questa, secondo Vittorio Giovetti, presidente del gruppo agenti La Fondiaria, è l'occasione per iniziare davvero a dare corpo a un'unica realtà

Rappresentare adeguatamente gli interessi degli associati. Questo il grande obiettivo di **Vittorio Giovetti**, 51 anni, agente **UnipolSai** a Modena e, dal 2013, presidente del **gruppo agenti Galf**, da raggiungere, anche e soprattutto, attraverso l'unificazione con l'altra realtà agenziale, appartenente allo stesso universo, il **Magap**. Un traguardo importante che

potrebbe essere realizzato il prossimo a ottobre, a Trieste, dove entrambi i gruppi si riuniranno nelle rispettive assemblee per affrontare problematiche importanti, tra cui una fusione molto accelerata, l'integrazione tra mondi diversi e il rafforzamento del ruolo dell'agente.



Vittorio Giovetti, presidente del Galf

Sono passati quasi tre anni dall'ingresso di FondiariaSai nel mondo Unipol, cui è seguita la nascita di UnipolSai. Il più grande player danni del mercato marcia a tappe forzate verso un'integrazione più volte sbandierata come un vero successo dai vertici aziendali. Come stanno effettivamente vivendo le reti e, in particolare, la divisione Fondiaria, questo cambio di pelle?

La risposta necessita un salto indietro di almeno 13 anni: tanti sono quelli trascorsi dalla fusione tra **La Fondiaria** e **Sai**. La nostra mandante storica non esiste più da allora. Tuttavia, in tutti gli anni di vita a Torino, il comportamento di Sai, nei nostri confronti, è stato tale da darci l'illusione che nulla fosse, nei fatti, cambiato: abbiamo mantenuto il nostro sistema gestionale, le nostre lettere di nomina con relative distinte provvigionali, le nostre norme amministrative: e il tutto era differente da quanto in uso presso le agenzie dei colleghi Sai. Per questa ragione, la fusione operativa in UnipolSai, che procede a tappe rapidissime ed è fortemente voluta dalla nuova mandante, è davvero un momento molto forte per noi: rappresenta un doppio salto da Firenze a Bologna, senza che ci siamo neppure accorti di essere transitati da Torino e senza, quindi, avere avuto tempo e modo di metabolizzare la morte della nostra prima mandante.

Unipol, negli anni passati, è salita alla ribalta delle cronache assicurative per il cosiddetto Patto Unipol, considerato, a torto o a ragione, il risultato, e al contempo, la base fondamentale di un nuovo modello di relazione compagnia-agenti, oltre a prevedere un sistema di remunerazione variabile.

(continua a pag. 2)



INSURANCE CONNECT su LINKEDIN

[Clicca qui per iscriverti al gruppo](#)  [Clicca qui per seguire la pagina](#)



(continua da pag. 1)

Con l'arrivo di circa 1700 nuove agenzie provenienti dal mondo Fonsai, crede che questa impostazione relazionale e remunerativa sia replicabile?

Per quanto riguarda il sistema di relazione, con i correttivi imposti dalle rapide trasformazioni del mercato, credo di sì, anche se una siffatta impostazione necessita una qualità nel rapporto agenti/compagnia e un livello di conoscenza e reciproco affidamento che avrebbero bisogno di anni di convivenza per formarsi e affermarsi. Questa grande compagnia, invece, ha fretta. Per quanto riguarda la remunerazione, variabile nella Rc auto, penso che il vero grande problema, per noi agenti così come per le compagnie, sia la caduta del premio medio, che pare inarrestabile, piuttosto che pochi punti in più o in meno nell'aliquota che a questo si deve applicare.

Lei ha preso la guida del Galf in un'occasione triste per molti agenti italiani, la scomparsa del compianto Mimì Assini. Nonostante l'eredità pesante, ha saputo tenere unito il gruppo agenti, che oggi associa la totalità della divisione Fondiaria di UnipolSai. Le dispiacerebbe spiegare ai nostri lettori il percorso che state realizzando, assieme al Magap, intorno al progetto Fiap e quali sono le prospettive di realizzare una vera unificazione tra i due gruppi?

Grazie per avere ricordato il mio predecessore, uomo e collega al quale tutti noi dobbiamo parecchio. Sono davvero orgoglioso di rappresentare tutti gli agenti Fondiaria e devo ringraziare anche la mia giunta perché, tramite il lavoro svolto in questi tre difficili anni, abbiamo potuto confermare l'unità e la forza del nostro gruppo. Dobbiamo, però, anche considerare, con pragmatismo, che La Fondiaria non esiste più da ormai 13 anni e che la nuova proprietà, a differenza della precedente, non coltiva le differenze e, anzi, intende trattare tutti gli agenti come un'unica rete. Dobbiamo quindi guardare avanti senza farci condizionare dalla nostalgia. Portando nel futuro il meglio del nostro vissuto, che è tanto ed è anche molto importante.

Dobbiamo immaginare un momento, ormai prossimo, nel quale, con la gradualità e i passaggi necessari, il Galf dovrà concorrere a dare vita a una nuova e diversa associazione rappresentativa degli interessi dei nostri colleghi. Perché l'obiettivo è proprio quello: rappresentare adeguatamente gli interessi degli associati. Se non iniziamo a lavorare sin da ora a questo progetto, temo che, in un giorno non molto lontano, ci sveglieremo e realizzeremo che il Galf è divenuto inadeguato, appunto, a rappresentare i nostri interessi. La traiettoria, sia tecnica sia politica, verso il Magap, gruppo con il quale abbiamo particolari affinità, è la più naturale e l'appuntamento di Trieste, dove in ottobre celebreremo in contemporanea le assemblee biennali di Galf e Magap, è l'occasione per iniziare davvero a dare corpo a questo magnifico progetto.

Gli agenti Fondiaria sono sempre stati considerati dei veri professionisti, in grado di costruire coperture personalizzate e dare consulenza ai propri clienti. Come crede si evolverà la figura e il futuro degli agenti, in un mondo che offre sempre più coperture massificate e tramite l'uso di strumenti digitali?

Inutile nascondersi che la digitalizzazione del rapporto assicurativo è una tendenza potenzialmente devastante per gli intermediari tradizionali. La nostra sopravvivenza si gioca a cavallo tra la possibilità di trovare un ruolo che ci consenta di inserirci, comunque in modo utile, nella relazione digitale tra assicurato e assicuratore, e la capacità di individuare aree dove l'offerta non potrà essere digitalizzata: penso, tra gli altri e a titolo di esempio, a settori importanti quali il *family welfare* e alle coperture *liability* per professionisti e aziende, che richiedono tanta capacità consulenziale da parte di intermediari preparati. Tra questi sicuramente rientrano gli agenti che mi onoro di rappresentare.

Il direttore generale di UnipolSai, Franco Ellena ripete, sempre più spesso, che l'era della contrattazione nazionale è finita. La stessa verrebbe soppiantata dai gruppi aziendali, con contratti di 2° livello. Per una categoria debole e una controparte sempre più forte, non potrebbe diventare un modus operandi pericoloso, tanto da mettere a repentaglio il futuro professionale di tutti i suoi colleghi?

I suoi assunti sono purtroppo corretti: gli agenti sono sempre più deboli, mentre le compagnie sono sempre più grandi e forti. In materia di contrattazione di categoria un ruolo importante stanno svolgendolo le indicazioni dell'Agcm, ma sarebbe un vero paradosso se queste, in realtà emanate per rendere più libera la nostra categoria, dovessero, invece, avere l'effetto di ridurla a parte debole in un rapporto negoziale al quale noi agenti non siamo in realtà preparati.

Carla Barin

RISK MANAGEMENT

Rischio alimentare in un mondo globalizzato

A livello globale, il settore è messo fortemente sotto stress da una sempre più vasta rete di scambi: anche un'etichetta sbagliata può causare milioni di perdite e danni reputazionali difficilmente calcolabili. Ecco cosa dice un report di Swiss Re

Sta aumentando costantemente la quantità di cibo contaminato che deve essere ritirato dal commercio, con ripercussioni evidenti a livello di aumento dei costi. Il numero di ritiri dal mercato ogni anno negli Stati Uniti è quasi raddoppiato dal 2002. Solo nel 2013, i casi di intossicazioni alimentari sono costati al sistema sanitario nazionale, statunitense, quasi 16 miliardi di dollari.

Questi sono solo alcuni dei dati pubblicati da **Swiss Re** in un rapporto che ha analizzato l'impatto sulle finanze pubbliche e private degli alimenti difettati o contaminati ritirati dal mercato. Il report, dal titolo *Sicurezza alimentare in un mondo globalizzato (Food safety in a globalised world)*, ricorda che i player operanti nel settore alimentare utilizzano un'articolata *supply chain*, in cui anche un piccolo errore, come un prodotto etichettato in modo errato, può causare danni alla salute di milioni di consumatori, nonché perdite ingenti; senza considerare il rischio reputazionale cui le società sono altamente esposte.

In questo scenario, **Swiss Re** invita a non sottovalutare il *risk management* per mitigare il rischio o trasferirlo al mercato assicurativo.

Tornando ai dati, il riassicuratore svizzero spiega che un singolo ritiro di un alimento dal mercato può portare gravi perdite finanziarie e danni alla reputazione. Per esempio, negli Stati Uniti, il 52% di tutti i richiami alimentari costa a ciascuna delle società interessate più di 10 milioni di dollari, mentre le perdite superano i 100 milioni di dollari. Questa cifra non comprende il danno reputazionale che, oltre a far lievitare le perdite in maniera esponenziale, può richiedere all'impresa anni prima di recuperare credibilità.

A livello globale, il rapporto rivela che anche i cambiamenti demografici espongono i consumatori a nuovi rischi in relazione al cibo: l'invecchiamento della società, la diffusione delle allergie alimentari, ma anche la malnutrizione che abbassa le difese immunitarie, sono fattori che aumentano l'esposizione ai rischi.

Esistono, comunque, strumenti di gestione del rischio che già garantiscono la produzione di alimenti sicuri. Si tratta di adattarli alle complessità attuali: le aziende si muovono in mercati globali e hanno a che fare con catene di approvvigionamento sempre più frammentate. **Swiss Re** consiglia, prima di tutto, di affidarsi all'esperienza degli assicuratori che uniscono competenza nella gestione dei rischi a prodotti che coprono il rischio di ritiro dal mercato e quello di responsabilità sul prodotto venduto.

Fabrizio Aurilia

ACCORDI

Smart traveling, Intesa Sanpaolo si allea con Airbnb

La partnership con la piattaforma di hospitality offrirà a tutti gli host italiani la soluzione "AcasaConMe" a un prezzo scontato per i prossimi due mesi

L'emergere di nuove pratiche sociali basate sulla condivisione di beni e servizi vede il mondo assicurativo sempre più coinvolto. Di ieri la notizia della partnership sottoscritta tra il gruppo **Intesa Sanpaolo** e **Airbnb**, tra le più note piattaforme on line di hospitality (presente in 190 Paesi) che permette agli utenti di condividere tra loro le proprie abitazioni.

L'accordo metterà a disposizione della community italiana di Airbnb i servizi di *aCasaConMe*, sistema di protezione sviluppato dal gruppo Intesa Sanpaolo e basato su un sistema tecnologico in grado di rilevare pericoli e di avvisare in caso di emergenze. La soluzione sarà disponibile per tutti gli host italiani a un prezzo scontato per i prossimi due mesi, e permetterà loro di controllare lo stato della proprietà in tempo reale e in qualunque momento, in modo da offrire affidabilità e protezione a tutta la community Airbnb.

AcasaConMe va a corredare una più ampia gamma di caratteristiche di sicurezza messe a disposizione dalla piattaforma, come *Airbnb host guarantee* attraverso cui Airbnb offre una garanzia fino a 800 mila euro nell'eventualità in cui ci siano danni alla proprietà messa in affitto.

Intesa Sanpaolo ha sottoscritto la partnership attraverso **Intesa Sanpaolo Smart Care**, la società del gruppo appositamente creata per individuare e sviluppare soluzioni dedicate allo *smart living*. Con questo accordo, Intesa Sanpaolo Smart Care inaugura una nuova attività rivolta a partner esterni al gruppo Intesa Sanpaolo, con l'obiettivo di rendere disponibili soluzioni e servizi a un numero crescente di interlocutori. "Con Intesa Sanpaolo Smart Care - spiega **Nicola Maria Fioravanti**, responsabile divisione *Insurance* del gruppo Intesa Sanpaolo e amministratore delegato di **Intesa Sanpaolo Vita** - guardiamo al futuro per sviluppare soluzioni e servizi utili a semplificare e rendere più sicura la vita dei nostri clienti. L'eccellenza tecnologica di *Smart Care* è unica nel settore assicurativo italiano - osserva Fioravanti - e possiamo senz'altro definire questa realtà un laboratorio di innovazione coerente con le iniziative e con il piano industriale del gruppo Intesa Sanpaolo, che all'innovazione dedica il proprio massimo impegno, attraverso la struttura coordinata dal *chief innovation officer*".

Beniamino Musto



#26
luglio 2015

INSURANCE
REVIEW

Strategie e innovazione per
il settore assicurativo

AZIENDE
ALLA
DELL

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

Abbonamento annuale € 80,00 (10 numeri)

ORMATIVI
tion,
ettive
orma
Crescere con
Nicola Maria P
responsabile d
Insurance di I
Sanpaolo

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