

#2
marzo 2013

INSURANCE REVIEW

Strategie e innovazione per
il settore assicurativo

MARKETING
& INNOVAZIONE

LA CAPACITÀ DI INTERPRETARE IL MERCATO

12 L'INTERVISTA

*LA CASA COMUNE
DEL RISPARMIO*

*Paolo Garonna,
segretario generale Febaf*

24 DISTRIBUZIONE

*Agenti e Ania, sarà
vera distensione?*

46 MERCATO
& COMPAGNIE

*Italiani, popolo
di insicuri*

50 TAVOLA
ROTONDA

*GESTIONE SINISTRI
I sinistri tra obblighi
e investimenti*



#2 // marzo 2013

EDITORIALE

03 INNOVAZIONE
CONTRO
DISINTERME-
DIAZIONE

L'INTERVISTA

12 **PAOLO GARONNA**,
SEGRETARIO
GENERALE FEBAF
LA CASA COMUNE
DEL RISPARMIO

ATTUALITÀ

16 PMI, IN PIENA
EVOLUZIONE
IL RAPPORTO
CON IL RISCHIO

20 SOLUZIONI
PER IL RIPRISTINO

DISTRIBUZIONE

22 COLLABORAZIONI,
STRATEGIE
PER USARLE BENE

24 AGENTI E ANIA,
SARÀ VERA
DISTENSIONE?

OSSERVATORIO

28 **INTERMEDIAZIONE
ASSICURATIVA**
QUALE IMPATTO
DELLE COL-
LABORAZIONI
FRA INTERMEDIARI
SUL MERCATO
ASSICURATIVO?

MARKETING & INNOVAZIONE

32 LA CAPACITÀ
DI INTERPRETARE
IL MERCATO

34 LA LUNGA
STRADA VERSO
L'INNOVAZIONE

37 TUTTI I NUMERI
DELLA
RIVOLUZIONE
SOCIAL

38 ZURICH,
INNOVARE
CON PRODOTTI
SPECIFICI

40 COMPAGNIE
POCO SOCIAL

42 LA DIFESA
È SUL WEB

43 SPECIALISTI
DELLA
INNOVAZIONE

MERCATO & COMPAGNIE

44 RISCHIO
AMBIENTALE,
PIÙ ATTENZIONE
DA PARTE
DELLE AZIENDE
EUROPEE

46 ITALIANI,
POPOLO
DI INSECURI

TAVOLA ROTONDA

50 I SINISTRI
TRA OBBLIGHI
E INVESTIMENTI

TECNOLOGIA & SERVIZI

58 GLI SPECIALISTI
DELLA RIPARA-
ZIONE AUTO

59 TI GESTISCO
IL SINISTRO

60 IL FIDUCIARIO
SI VALUTA
SUL WEB

IL COMMENTO

61 MEDICAL
MALPRACTICE
TRA TUTELE,
RESPONSABILITÀ
E RISARCIMENTI

RUBRICHE

04 BREVI

08 **NORMATIVA**
RAMO III:
CHIAREZZA
SULLA NATURA
DELLE POLIZZE

09 **NEGOZIAZIONE**
LA FORZA
CHE MOTIVA
LE SCELTE

10 **SOLVENCY II**
I PROCESSI
AZIENDALI:
COME
REAGISCONO
LE COMPAGNIE?

INNOVAZIONE CONTRO DISINTERMEDIAZIONE

È tempo di “compagnia digitale”. Una definizione in auge soprattutto a seguito della spinta di carattere puramente legislativo che ha di recente coinvolto il settore assicurativo, con impatti significativi in termini di revisione dei modelli organizzativi e soprattutto nella relazione con il cliente. E così, mentre il sistema bancario da parecchi anni ha potuto sperimentare e consolidare i vantaggi dell’home banking, oggi tra le compagnie inizia a circolare con più decisione l’espressione “home insurance”. Non senza suscitare inquietudine e preoccupazione tra le reti agenziali, vera colonna portante della distribuzione assicurativa nel nostro Paese. La levata di scudi contro il rischio “disintermediazione”, intravisto nell’obbligo da parte delle compagnie di predisporre sui propri siti internet aree dedicate al cliente, non ha tardato a far sentire i propri effetti tra gli intermediari. A disciplinare la materia, in questo caso come in molti altri ambiti ancora in attesa di definitivi interventi attuativi, è chiamata l’Ivass. La tutela del valore della consulenza offerta dagli intermediari sembra un punto fermo, irrinunciabile per offrire le necessarie garanzie al consumatore. Ma qualcosa è comunque cambiato, perché la spinta verso l’innovazione su cui creare la “compagnia digitale” non può più arrestarsi. Ecco allora che agli intermediari spetta il compito di ricercare una collocazione, in questo processo di cambiamento, che sia in grado di riconfermare la centralità della categoria. Un obiettivo che rappresenta certamente un’opportunità da cogliere calibrando, anche in collaborazione con le stesse compagnie, i nuovi paradigmi digitali sulla specificità del territorio, nella singola agenzia e verso i propri clienti.



Maria Rosa Alaggio
alaggio@insuranceconnect.it