



SOMMARIO	PAG
⇒ INCONTRO CON LA DIREZIONE: IL FUTURO È NELLE NOSTRE MANI	1 e 2
⇒ RC DEL SUBAGENTE	3
⇒ FINANZIAMENTO DEL CREDITO	4
⇒ DOPO 20 ANNI DI ONORATO SERVIZIO...	5
⇒ MODI DIVERSI PER AFFRONTARE LO STESSO PROBLEMA	6 e 7
⇒ CONSIGLI DAI COLLEGHI	8

In questo numero hanno collaborato:
NICOLA PATERNÒ DI RADDUSA
coordinatore editoriale
GINA SPECIALE
ALBERTO GOZIO
SIMONE COLTRO
MASSIMO UNCINI
CARMELO CHIARENZA
ANNALISA CAMPIONI
DANIELA LOMBARDO

*Per inviare suggerimenti o
consigli utili scrivere a:*

redazione@coopcsi.it



INCONTRO CON LA DIREZIONE IL FUTURO È NELLE NOSTRE MANI

Sembra proprio la sintesi di quel famoso detto che si usa riferendosi a persone che a parole dicono una cosa e a fatti ne fanno un'altra... o comunque non mettono in pratica ciò che dicono...

È iniziata nel migliore dei modi la recente convention al MI.CO. di Milano ed è finita ancora meglio!!!

Purtroppo però la sensazione che si prova, rientrati a casa propria, è che gli unici individui che possono risolvere i nostri problemi siamo noi stessi.

Credo che tutti siamo concordi nell'analisi fatta dall'economista Poggi sullo scenario del business assicurativo, ma su tutto il resto una certa riserva ritengo vada messa.

Ormai sappiamo tutti che il mercato assicurativo Italiano è sbilanciato, sia come spesa media procapite che come mix di portafoglio, rispetto alle altre Nazioni europee e che gli interventi legislativi sono rivolti proprio a correggere tale discrepanza, con particolare riguardo

a ridurre il costo dei danni auto a fronte dei danni non auto e vita.

Tutti sappiamo anche che dal 2006 a seguito dell'intervento della Legge Bersani e del Regolamento Isvap n. 5, tra nuove responsabilità, adempimenti e contrazione dei premi assicurativi il numero delle agenzie si è ridotto in cinque anni di circa 3.000 unità (ma forse non tutti si sono accorti che di queste più di mille hanno chiuso i battenti nel 2012).

È interessante l'analisi delle caratteristiche delle agenzie più colpite dalla crisi:

⇒ Mix di portafoglio sbilanciato sull'auto;

- ⇒ Basso grado di fidelizzazione dei clienti (n. polizze/cliente);
- ⇒ Alta percentuale di portafoglio in mano ai Broker o Subagenti;
- ⇒ Basso grado di organizzazione.

Quanto sopra indipendentemente dalle dimensioni dei portafogli gestiti.

(SEGUE A PAGINA 2)





(SEGUE DA PAGINA 1)

Oggi, anche alla luce del Decreto Liberalizzazioni del 2012, la tendenza del mercato vede la polarizzazione dei modelli di distribuzione agenziale in agenti fidelizzati (monomandatari stretti) e agenti liberi (plurimandatari e monomandatari con libertà di collaborazione) e ancora riduzione di agenzie per:

- recessione economica;
- concorrenza altri competitors;
- concorrenza su rete internet

Ma c'è un altro aspetto fondamentale che, a differenza dei punti precedenti, conosciamo poco o addirittura ignoriamo del tutto:

NOI STESSI

Ovvero:

- ◇ il portafoglio che gestiamo
- ◇ il nostro ruolo sociale
- ◇ la conoscenza dell'agenzia in termini di qualità del portafoglio, efficacia commerciale e efficienza operativa
- ◇ conoscenza del mercato in cui operiamo
- ◇ pianificazione commerciale e budget di agenzia.

In buona sostanza ciò che dobbiamo imparare a conoscere meglio è proprio "LA MIA AGENZIA"

È così che si chiama infatti il progetto che è stato

appena presentato al Gruppo e che vedrà coinvolte una seria di agenzie per approfondire, con la sapiente guida dello Studio Beltrami, gli aspetti chiave del successo dell'agenzia del futuro perché, sia che si scelga la libertà, sia che ci si leghi all'Impresa, ciò che conta è produrre soddisfazione, anche economica, nei confronti dei clienti, delle Imprese di assicurazioni e soprattutto delle agenzie.



FORSE NON TUTTI SANNO CHE...

POLIZZA DI RESPONSABILITA' CIVILE PROFESSIONALE PER ISCRITTI RUI SEZIONE "E"

STRUTTURA DELLA POLIZZA DURATA E RINNOVO

La polizza è in CLAIMS MADE quindi assicura le richieste di risarcimento avanzate, durante il periodo di assicurazione, contro gli assicurati, anche se relative ad atti illeciti verificatesi prima dell'inizio della copertura. La polizza standard è di 12 mesi, ma la sua durata può essere estesa ad un massimo di 18 mesi. Il rinnovo è stato automatizzato sulla base di una procedura da noi creata che consente la massima velocità e praticità.

POLIZZA DI II° RISCHIO RISPETTO A POLIZZA OBBLIGATORIA IN POSSESSO DI INTERMEDIARI "A" O "B"

CHI ASSICURA

Le persone fisiche e/o giuridiche iscritte alla sezione E del RUI.

Tutto lo STAFF e i COLLABORATORI (dipendenti, collaboratori, consulenti, o persone del cui operato deve rispondere l'assicurato) di cui l'assicurato si avvale per l'esercizio della sua attività di professionista regolarmente iscritto all'albo.

COSA ASSICURA

Le attività coperte sono tutte quelle consentite dalla legge e dai regolamenti e successive modifiche ed integrazioni che disciplinano l'esercizio della professione. (A titolo esemplificativo: Art.106 del D.Lgs. 07/09/2005, n. 209 - circolari n.533 e 551 ISVAP - Regolamento n.5 del 16/10/2006)

Pagina 3

Gruppo Agenti
ITALIANA
ASSICURAZIONI

MASSIMALI DELLA POLIZZA

Il massimale è unico e pari ad € 1.000.000,00

GARANZIE DELLA POLIZZA E RELATIVE ESTENSIONI

- ⇒ Attività "ordinaria" del professionista regolarmente iscritto all'albo come da leggi e regolamenti che ne disciplinano il ruolo
- ⇒ Estensione ad interruzione e sospensione di attività;
- ⇒ Estensione al "CODICE PRIVACY" (196/2003)
- ⇒ Estensione al dlgs 81/2008 "TESTO UNICO SICUREZZA";
- ⇒ Estensione all'attività di Perito del Tribunale;
- ⇒ Estensione all'attività di Libera Docenza;
- ⇒ Estensione della RC PROFESSIONALE della vendita di Fondi Pensione Aperti;
- ⇒ Smarrimento di documenti.
- ⇒ Sanzioni fiscali comminate a clienti dell'Assicurato.



DEVI SEGNALARE AD UNA COMMISSIONE TECNICA QUALCOSA CHE
RITENI SI POSSA MIGLIORARE / MODIFICARE / ABROGARE?

SCRIVI A

segnalazioni@agentitaliana.org



UNA CASE HISTORY



FINANZIAMENTO DEL CREDITO

di Gina Speciale

“Acquistalo in comode rate!”, “Scegli il pagamento rateale!”, “Pagalo a rate!”.

Quante volte l'abbiamo sentito, soprattutto di questi tempi?

Oggetto dell'offerta sono le cose più disparate: dall'auto agli elettrodomestici, dallo *smartphone* al *notebook* e così via, per poi addentrarsi in termini più o meno noti come TAN, ISC, RID e molti altri. Tecnicamente, stiamo parlando del **“prestito finalizzato”**, una forma di **“finanziamento”** che nell'esperienza di tutti i giorni si traduce in quel **“pagare a rate”** tanto di moda in altri Paesi e a cui ricorriamo sempre di più anche noi italiani.

Perché ultimamente l'offerta di questo tipo di prestiti è cresciuta?

La difficile situazione e la necessità economica, il desiderio di avere subito ciò che vogliamo senza intaccare il nostro capitale e la sicurezza di ammortizzare la spesa grazie a futuri introiti possono essere alcuni dei motivi che spingono a scegliere il **pagamento rateale**.

Questo strumento per **“pagare poco per volta”** presenta, anche per noi Agenti, un'**opportunità** e conoscerlo più da vicino può aiutarci ad utiliz-

zarlo al meglio, **sfruttandolo davvero a nostro vantaggio**.

Da tempo un carissimo collega mi chiede di scrivere la mia esperienza sull'uso, ormai consolidato nella mia Agenzia di Palermo, del pagamento rateizzato delle polizze assicurative.

Ho iniziato nel dicembre 2009 a vendere la prima carta **“Prestigio Reale”** di Fidelity (esiste una convenzione con Fidelity) perché stanca delle continue lamentele da parte dei clienti che avevano difficoltà a pagare le polizze.

Ma il vantaggio di questo strumento è stato più alto delle mie aspettative, elenco i **punti di forza** del credito assicurativo:

- ⇒ Polizza annuale (meno oneri e gestioni).
- ⇒ Pagamento dell'importo annuale con bonifico direttamente sul c/c di Agenzia, si elimina il rischio degli assegni insoluti.
- ⇒ Maggiore possibilità di abbinare altre polizze.
- ⇒ Fidelizzazione dei clienti, la comodità dei pagamenti rateizzati lega il cliente all'agenzia anche in periodi di aumenti tariffari.

carta **“Prestigio Reale”**
di Fidelity

La procedura dell'operazione non deve scoraggiare nessuno in quanto è molto semplice ed immediata e funziona abbastanza bene anche l'assistenza Fidelity.

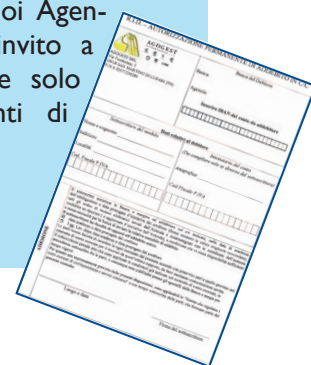
Certo non tutte le pra-

tiche vanno a buon fine, purtroppo, ma anche questa è un'informazione utile per conoscere il nostro cliente.

I costi (6% d'interessi sull'importo totale per 10 rate mensili) non sono vantaggiosissimi per i

clienti, ma non fanno opposizione.

E per noi Agenti? Vi invito a riflettere solo sui punti di forza.



DOPO VENT'ANNI DI ONORATO SERVIZIO ...

di Nicola Paternò di Raddusa

Dopo vent'anni di onorato servizio il piano cottura della mia cucina mi ha abbandonato sul più bello.

Dopo aver chiamato il tecnico e atteso un paio di giorni l'esito della eventuale riparazione è arrivata la sentenza definitiva: bisogna acquistarne un altro.

A quel punto mi sono trovato nella necessità di risolvere il problema di un nuovo acquisto.

Per prima cosa ho chiesto al tecnico stesso se avesse qualcosa da propormi e puntuale mi è stato risposto che avrei pagato € 550 per acquistare il piano cottura con le caratteristiche da me indicate della ditta X, la migliore sul mercato.

Forse un tempo mi sarei fermato lì e, a quest'ora, avrei già risolto il problema, ma nel 2013 la storia è cambiata e quindi, rientrato a casa, ho digitato su internet la parola chiave "piano cottura".

Dopo aver letto vari commenti e analizzato proposte di tutti i tipi, ho stampato le tre offerte che mi sembravano interessanti. Mi sono quindi recato presso il centro più fornito della zona con le idee un po'

più chiare, sapevo cioè cosa volevo e avevo presso coscienza di quanto costava.

Al centro specializzato ho incontrato il responsabile del reparto, che con grande professionalità mi ha dato delle indicazioni interessanti e mi ha suggerito quale delle tre soluzioni da me individuate era la più adatta alle mie esigenze, proponendomi per iscritto un'offerta, completa dei modelli e dei relativi prezzi che mi avrebbe riservato, precisando che comunque non erano immediatamente disponibili in magazzino ma da ordinare alla ditta.

Rientrato a casa ho fatto l'ulteriore verifica su internet ed ho proceduto all'acquisto direttamente dal sito.

Morale della favola:

- Ho risparmiato 109€ (circa il 20%) rispetto al centro specializzato e circa 200€ dalla prima offerta ricevuta;
- Ho perso tre ore del mio tempo (ma ne avrei impiegate comunque almeno due);
- Sono stato fortemente tentato di ritornare al centro specializzato per pagare la consulenza professionale.

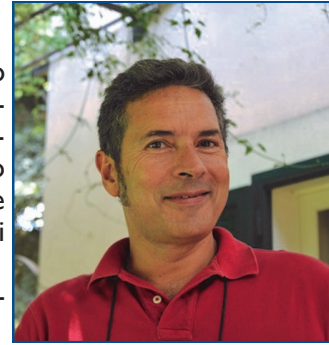
Ebbene, strada facendo ho molto riflettuto sulla mia esperienza e l'ho ri-

portata al nostro mondo delle polizze di assicurazione arrivando alla conclusione che oggi qualsiasi cliente si aspetta:

- una offerta diversificata
- una consulenza professionale qualificata e trasparente
- e compra solo se gli è data possibilità di fare l'acquisto ai prezzi di mercato.

La domanda che ci dobbiamo dunque fare è se i nostri clienti, per ottenere tutti i benefici economici senza dovere rinunciare a niente, sarebbero disponibili a pagare ad un intermediario una somma ragionevole per avere:

- consulenza qualificata prima dell'acquisto della polizza
- i vantaggi delle tariffe proposte su internet
- la possibilità di fare il pagamento comodamente da casa senza rinunciare alla possibilità, in caso di necessità, a venire in agenzia per parlare con una persona fisica
- la possibilità di fare il pagamento in contanti, nel rispetto e nei limiti delle normative, senza dover dare la propria carta di credito.



Pagina 5

Gruppo Agenti
ITALIANA
ASSICURAZIONI

Cari colleghi,



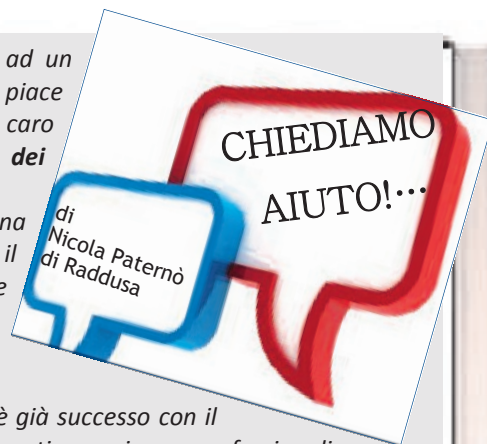
vogliamo dar vita ad una community nella quale tutti possono interagire: chiediamo a coloro che già hanno un account di skype di segnalarlo alla nostra redazione (indirizzo email in prima pagina).

In diverse occasioni abbiamo discusso sul concetto di appartenenza ad un gruppo, sia esso costituito da colleghi che da altri interessi legati. Mi piace ritornarci sopra per evidenziare un concetto a me molto caro "l'appartenenza ad un gruppo comporta la partecipazione ATTIVA dei suoi associati"

Abbiamo assistito alla unificazione dei Gruppi agenti di Italiana assicurazione ma lo scopo, ritengo, non era quello di semplificare il lavoro dei dirigenti della Mandante, bensì quello di acquisire maggiore forza contrattuale nei confronti della stessa. Mi chiedo se i colleghi di Agaia sono rientrati o si sono solo iscritti? E i colleghi di GAP? E i colleghi di ALPA?

Sarebbe quindi molto interessante sentire la voce di coloro che, come è già successo con il prezioso apporto dei colleghi dell'ex Universo, alla luce delle differenti esperienze professionali possano arricchire l'attività del nuovo gruppo unificato.

Riporto appresso due esempi di collaborazione tra colleghi che interpretano meglio il concetto di "partecipazione" ... un po' come nel mondo delle cauzioni: una del "fare" e una del "dire"!!!!



Esempio n. 1

Inizio: agenzia "A"
Inviato: gennaio 2013
Fine: AGENZIE ITALIANA
Oggetto: Help Desk

Chiamare l'Help Desk per risolvere un problema e capire che il vero problema è spiegare cosa voglio risolvere non ha prezzo !!! Tre telefonate, l'ultima di 1 ora e un quarto, per capire che siamo riusciti ad organizzare la disorganizzazione.

1.agenzia "B"
ASSOLUTAMENTE D'ACCORDO... E
NON MI PIACE!!!

2.agenzia "C"
Totalmente d'accordo anche noi!!!! siamo caduti
dalla padella alla brace, adesso è un delirio!!!!

3.agenzia "D"
secondo voi a chi e come?

4. agenzia "C"
... forse, se riuscissimo ad unirvi tutti,
potremmo riuscire ad ottenere qualcosa...

5. agenzia "D"
Possiamo chiedere di far tornare i
vecchi gestori?

6.agenzia "E"
Ma non saremmo già uniti tramite il
Gruppo Agenti anche se io non sono più
iscritto, ma non dovrebbero pensarci
loro ??

CHIEDIAMO AIUTO!...

Esempio n. 2

Inizio: AgeIA331 CONEGLIANO

Inviato: lunedì 4 febbraio 2013

Fine: AGENZIE ITALIANA

Oggetto: CHIEDIAMO AIUTO

*Buongiorno a tutti,
abbiamo un problema che la nostra assistenza non riesce a risolvere; abbiamo un collaboratore già censito in db rete vendite, riusciamo ad assegnargli le anagrafiche di sua competenza sia in pass che in autoweb e le polizze rami elementari in pass. Risulta impossibile assegnargli invece le polizze auto in quanto manca, nel menù a tendina di autoweb, il suo nome (ultima schermata sotto la voce sub agenzia non meccanizzata).*

Sapete dove si va a censire il nome del collaboratore in modo che compaia nel sopra citato menù a tendina di autoweb?

Grazie per la vostra attenzione, spero che qualcuno possa aiutarmi.

Italiana Assicurazioni SpA
Agenzia di Conegliano

Inizio: AgeIA331 CONEGLIANO

Inviato: martedì 5 febbraio 2013 20.21

Fine: AGENZIE ITALIANA

Oggetto: R: CHIEDIAMO AIUTO

Buongiorno,

vi ringrazio per avermi risolto il problema.

Dall'invio della mia mail di richiesta di aiuto mi avete risposto in oltre 15 agenzie nell'arco di poche ore.

Molte di queste avevano il mio stesso problema altre invece mi hanno dato la soluzione.

In ogni caso il personale di agenzia è risultato più preparato dell'assistenza: ho aperto vari log per il problema e mi sono state date sempre soluzioni assurde che ovviamente non hanno funzionato; l'agenzia di MANSUE' invece dopo solo due minuti dalla mia richiesta di aiuto mi aveva già risposto dandomi un'idea della soluzione poi raggiunta grazie agli altri volenterosi e preparati addetti d'agenzia.

Per le agenzie che hanno comunque ancora il problema riporto in modo schematico la soluzione:

- 1) entrate in INTRANET, poi APPLICAZIONI OPERATIVE e quindi SIGADM
- 2) inserite nome utente e password, poi mansione (ATS TABELLE LOCALI)
- 3) dal menù a sinistra "SIGEA ADMINISTRATOR" cliccate su tabelle locali
- 4) selezionate tabella "svokotoo sottorete" e cliccate su NUOVO
- 5) inserite codice collaboratore (lo stesso censito in DB RETE VENDITA e quindi in PASS) e poi inserite il NOME E COGNOME DEL COLLABORATORE.
- 6) confermate il tutto ed AUTOWEB vi permetterà di assegnare le polizze al nuovo collaboratore.

GRAZIE DI NUOVO A TUTTI.

ALESSANDRO SALVADOR
Italiana Assicurazioni SpA
Agenzia di Conegliano Veneto cod. 331

CONSIGLI DAI COLLEGGHI



Suggeriti da Alberto Gozio

Se non li avete ancora letti, vi consiglio i primi due libri della trilogia di Ken Follett "La caduta dei giganti" e "L'inverno del mondo", editi da Mondadori. Nonostante le 995 pagine del primo e le 956 del secondo, si leggono *non proprio d'un fiato*, come si suol dire, vista la mole, ma a fatica si abbandonano, e non si vede l'ora di ricominciare. A chi piace leggere storie verosimili, ben articolate, ambientate con scrupolo sia nel tempo, che nei luoghi. La storia di 5 famiglie di ogni ceto sociale che spaziano dal 1911 al 1923 il primo, e, dal 1933 al primo dopoguerra, il secondo. I destini di ognuno di loro si intrecciano dall'Inghilterra alla Germania alla Russia per approdare agli Usa. Appassionante, credibile ed istruttivo per le vicende narrate storicamente documentate. Io personalmente sto aspettando il terzo volume.



Gruppo Agenti
ITALIANA
ASSICURAZIONI

Pagina 8

L'eleganza del riccio
di **Barbery Muriel**
Editore **E/O**
collana **Dal mondo**
384 pagine



Suggerito da Simone Coltro

La narrazione si sviluppa in un elegante palazzo nel centro di Parigi, abitato da famiglie dell'alta borghesia. Ci vivono ministri, burocrati, *maitres à penser* della cultura culinaria. Dalla sua guardiola, assiste allo scorrere della vita scandita dal lusso - quello fatto di false apparenze -, la portinaia Renée, esteriormente grassa, sciatta, scorbutica e teledipendente, che, all'insaputa di tutti, è invece una coltissima autodidatta che adora l'arte, la filosofia, la musica, la cultura giapponese. Cita Marx, Proust, Kant... insomma dal punto di vista intellettuale è in grado di farsi beffe dei suoi ricchi e boriosi padroni! Ma tutti nel palazzo ignorano le sue raffinate conoscenze, che lei si cura di tenere rigorosamente nascoste, dissimulandole con umorismo sornione. Poi c'è Paloma, la figlia di un ministro ottuso; dodicenne geniale, brillante e fin troppo lucida che, stanca di vivere, ha deciso di farla finita (il giorno del suo tredicesimo compleanno). Fino ad allora continuerà a fingere di essere una ragazzina mediocre e imbevuta di sottocultura adolescenziale come tutte le altre, osservando segretamente, con sguardo critico e severo, l'ambiente che la circonda. Due personaggi in incognito, quindi, diversi eppure accomunati dallo sguardo ironicamente disincantato, che ignare l'una dell'impostura dell'altra, si incontreranno solo grazie all'arrivo di monsieur Ozu, un ricco giapponese, il solo che saprà scoprire a fondo la loro vera natura.



La redazione augura a tutti di trovare una sorpresa speciale!



ARRIVEDERCI AL PROSSIMO NUMERO!