

PRIMO PIANO

Non nascere per un risarcimento

Più volte su questo giornale abbiamo parlato delle più assurde modalità per truffare le compagnie assicurative inscenando sinistri mai avvenuti, ma l'episodio venuto alla luce oggi in Calabria, se fosse effettivamente accertato in tutti i suoi macabri dettagli, oltrepasserebbe di gran lunga i limiti dello squallore. Indagando su una serie di presunte truffe per falsi incidenti, Polizia e Guardia di Finanza di Cosenza si sono imbattute nel caso di una donna (oggi trentasettenne) che nel 2012, mentre era incinta tra la 24/a e la 28/a settimana ha simulato un incidente stradale e si è presentata al pronto soccorso di Corigliano Calabro, denunciando che il sinistro le aveva provocato la nascita prematura del bimbo. Secondo gli investigatori, la donna, con il suo consenso, è stata indotta a partorire prematuramente con la tecnica del "pinzamento". Nonostante il bambino fosse nato vivo, arrivato in ospedale non gli sarebbero state fornite le cure necessarie e sarebbe stato lasciato morire grazie alla complicità del medico del pronto soccorso. Una volta riscosso l'indennizzo, medici e pazienti si sarebbero divisi i soldi del risarcimento ottenuto dall'assicurazione. Per leggere la notizia completa, clicca qui.

Beniamino Musto

INTERMEDIARI

Insieme, per e non contro

Non un nuovo sindacato, ma un progetto che dia una più ampia prospettiva agli agenti/intermediari, attraverso servizi che attraggano nuovi clienti e li fidelizzino nel tempo. Come ci spiega il cofondatore e presidente della neonata associazione, J.B. De La Salle

Arrestare il lento declino che gli agenti italiani stanno vivendo da diversi anni. Con questo obiettivo, **Fabrizio Rasimelli**, dal 1988 nel settore assicurativo, con Winterthur (oggi **UnipolSai**) e due mandati extra UnipolSai: **Dual** e **Europ Assistance**, ha costituito, assieme ad altri colleghi, **Gioacchino Panico**, **Leonardo Culicchi** e **Pietro Fedeli**, veri ispiratori del progetto, una nuova associazione, la **J.B. De La Salle**, della quale Rasimelli è presidente. Non si tratta di una nuova sigla sindacale, ma di un *sogno imprenditoriale* che vuole dare speranza e linfa commerciale alla categoria, aprendo a nuovi progetti di business per gli agenti italiani, indipendentemente dal marchio rappresentato.

Il 3 dicembre 2014 nasce, a Bologna, per iniziativa sua e di altri colleghi, l'Associazione Jean Baptiste De La Salle, nome di un santo del '700, di cui lei è il presidente. Qual è la linea di demarcazione tra la neonata e Sna, Anapa e Unapass?

L'associazione non si forma sulla scia di qualche organo sindacale già costituito o costituendo, poiché noi nasciamo per e non contro. Abbiamo già detto che non è nostra intenzione sostituirci alle rappresentanze da lei citate. Anzi, a tal proposito, sono del parere che gli agenti non sentano proprio la necessità di creare un nuovo soggetto politico ma, anzi, quelli esistenti andrebbero semplificate e riviste nel numero e nel ruolo. Noi stiamo lavorando per realizzare un progetto che dia una più ampia prospettiva agli agenti/intermediari per il tramite di servizi da proporre alla propria clientela. Integrare, sviluppare, completare le necessità dei clienti con vera capacità, preparazione, organizzazione e professionalità e con partner affidabili e duraturi nel tempo. Per fare cosa? Per continuare ad avere la piena fiducia del cliente, attrarne di nuovi e renderli fidelizzati nel tempo.

Questa iniziativa da lei presieduta, non corre il rischio di intralciare il percorso dell'altra associazione, da poco costituita da un gruppo agenti UnipolSai (Aau), staccatasi di recente da Sna? Potrebbe apparire come un doppione?

Non sono a conoscenza dei loro obiettivi ma se dovesse essere, come lei suppone, ripeto che le strade da percorrere saranno sicuramente diverse, di conseguenza non vedo alcun rischio, poiché mi piace ripetere: noi, De La Salle, lavoriamo per proporre ai nostri soci dei servizi da vendere ai propri clienti e non servizi da vendere ai propri associati. *(continua a pag. 2)*

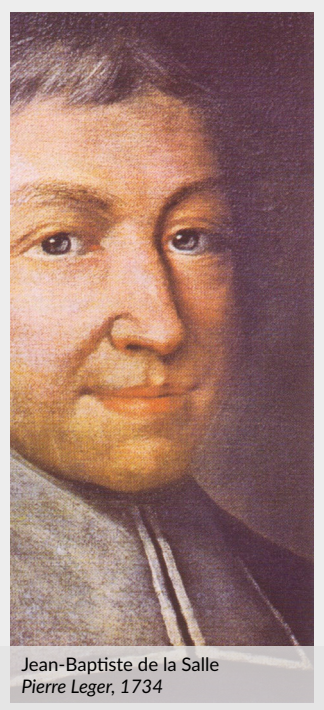


Fabrizio Rasimelli,
presidente J.B. De La Salle



INSURANCE CONNECT su TWITTER

Seguici cliccando qui



Jean-Baptiste de la Salle
Pierre Leger, 1734

(continua da pag. 1) Differenza, questa, che rende l'associazione unica nel panorama assicurativo italiano di oggi. Le dirò di più: noi, questo, lo stavamo già facendo, ma non ce ne rendevamo conto e la presa d'atto avuta da un gruppo di agenti, forse solo più curiosi di altri o più intraprendenti, ha portato rapidamente ad aggregare intorno all'associazione il 99% di colleghi ai quali era stata illustrata l'iniziativa. Noi non abbiamo la velleità di creare un nuovo soggetto politico che rappresenti la categoria, ma vorremmo contribuire a far vivere la categoria stessa. È un sogno? Forse, ma vale la pena farlo.

L'associazione De La Salle, si dice sia stata da voi costituita come nuova entità aggregante, aperta a tutti gli agenti italiani, rappresentanti il brand di qualsivoglia compagnia. Quale l'obiettivo futuro e le ragioni per allargare a tutti la partecipazione?

L'intuizione e l'intraprendenza avute da qualcuno di noi, visionario all'inizio, è immediatamente divenuto contagio in tempi rapidissimi su tantissimi colleghi, portando prima di tutto al coinvolgimento dei nostri colleghi di marchio. All'inizio, non si era pensato a uno steccato, ma quand'anche così fosse stato, sarebbe stato facilmente divelto dall'entusiasmo spontaneo dei tanti amici/colleghi rappresentanti di altri importanti marchi, che hanno mostrato grande interesse nel progetto. Perciò, l'allargamento è avvenuto semplicemente per contagio o, per come amo dire, per speranza.

Uno degli scopi precipui di questa nuova nascita associativa sarebbe quello di arrestare il lento declino che gli agenti italiani stanno vivendo da diversi anni. Le dispiacerebbe spiegare ai nostri lettori come fermare questa presunta deriva e con che mezzi?

Mi lasci prima precisare che il declino, da me citato in altre occasioni, non è imputabile alla categoria in generale o al singolo agente, ma alla naturale evoluzione dei tempi che ha reso l'abito dell'attuale intermediario un po' stretto e *démodé*. Per anni, abbiamo assistito a una surreale discussione sulla paternità del cliente fra noi e le compagnie, con il rischio concreto che, oggi, il cliente non è di nessuno, al più si *affitta*

e, se saremo bravi, lo possiamo fare per qualche anno. Oggi, il potenziale cliente assicurativo è al centro di molte attenzioni commerciali di società che, fino a poco tempo fa, esercitavano esclusivamente altri business, mentre noi siamo rimasti ancorati a un vecchio e forse superato modello distributivo che non è stato capace di valorizzare il grande rapporto fiduciario che abbiamo con i nostri clienti. Detto ciò, viene facile adesso spiegare che qui sta tutta la *mission* dell'associazione, partendo dal fatto che anche noi agenti abbiamo fatto poco o nulla negli ultimi anni e, invece di stare al passo con i tempi, abbiamo preferito accontentarci, vivacchiare, stare in scia al mercato e non davanti o perlomeno al fianco. Strategia, questa, che ha di fatto mostrato i suoi limiti facendoci vedere velocemente il baratro dell'insoddisfazione, sia economica sia professionale. Da qui, il nostro scatto di reni e i mezzi che lei mi chiede saranno i più idonei possibili, accordi trasparenti che garantiscano l'associazione, l'associato e l'azienda partner, servizi che possono essere complementari al nostro mondo, ma anche innovativi; ma, poiché sono in via di definizione proprio in questi giorni, per rispetto dei nostri associati e partner coinvolti, mi permetta di rispondere a questa parte di domanda in una prossima, spero presto, intervista.

Carla Barin

NEWS DA WWW.INSURANCETRADE.IT

Hyperion Insurance, nel 2014 ricavi a 199 milioni di sterline

Per **Hyperion Insurance**, il 2014 è stato un anno contraddistinto dalla crescita. Il gruppo internazionale di intermediazione assicurativa, presente nel nostro Paese con **Dual Italia**, ha comunicato i propri risultati finanziari al 30 settembre 2014, (data di chiusura dell'anno fiscale) che mostrano una crescita dei ricavi complessivi a 199 milioni di sterline (+19% sul 2013), con un tasso di crescita organica sottostante del 7%. In crescita (+20%) anche l'Ebitda, che si è attestato a quota 43,2 milioni di sterline (era a 35,9 milioni nel 2013), mentre il margine operativo rimane stabile al 22%.

Il board ha staccato un dividendo di 4 pence per azione.

“Aver sfiorato i 200 milioni di ricavi – spiega il group ceo di Hyperion Insurance, **David Howden** – testimonia quanta strada abbiamo fatto fino a oggi. La nostra strategia, incentrata sulla crescita organica e su una serie di acquisizioni mirate, ci ha permesso di costruire un business solido e bilanciato sia sul fronte del brokeraggio *retail* e *wholesale* – osserva Howden – sia sul versante della sottoscrizione, attraverso la nostra struttura di *underwriting*”.