

## PRIMO PIANO

### La polizza corre sul web

È del 42% la percentuale di clienti che utilizzano il web in affiancamento al rapporto con l'agente. Il dato emerge dall'edizione 2015 dell'Osservatorio Ania sulla customer satisfaction (realizzato in collaborazione con Gfk e Università Bocconi) che spiega come, accanto a un sempre maggiore ricorso a internet per la ricerca di informazioni, resta l'intermediario il canale preferito dai consumatori. Il 70% del campione, infatti, ha dichiarato di recarsi fisicamente in agenzia, soprattutto per le polizze diverse dalla Rc auto, come quelle vita, dove è più sentita l'esigenza di un vero e proprio consulente.

Sul web i prodotti più acquistati, *ça va sans dire*, sono le polizze Rc auto (98% del campione) anche se, nel 2014, le coperture per i professionisti hanno registrato un incremento significativo (10% del campione, rispetto al 6% del 2013).

Il 40% circa dei clienti possiede più di una polizza. È sempre più semplice e frequente il passaggio da una compagnia e l'altra: più di un quarto degli assicurati (27% nel 2014) ha cambiato impresa di assicurazione (soprattutto nella Rc auto). Lo switch è agevolato dal web che non prevede la presenza di una persona fisica: su internet gli assicurati si sentono più liberi, indipendenti e inclini a cambiare compagnia.

**Beniamino Musto**

## NORMATIVA

### Più trasparenza nel retail

**Dal 1° gennaio 2017, i produttori Prips dovranno pubblicare il Kid che i distributori saranno tenuti a consegnare agli investitori. Requisiti fondamentali: chiarezza e correttezza. Ma restano alcuni punti da definire, in sede di consultazione**

È trascorso poco più di un anno dalla pubblicazione del Regolamento Ue n. 1286/2014 del 26 novembre 2014, che ha introdotto una specifica disciplina a livello comunitario sulla documentazione concernente le informazioni chiave dei prodotti di investimento e assicurativi preassemblati destinati alla clientela retail (Prips), con la dichiarata finalità di uniformarne i requisiti di trasparenza.

Già con il documento del 23 giugno 2015, l'Esa, che riunisce le tre vigilanze europee del settore bancario (Eba), finanziario (Esma) e assicurativo (Eiopa), aveva chiesto indicazioni al mercato circa le possibili metodologie di determinazione e illustrazione di rischi, performance e costi dei Prips all'interno del *Key information document* (Kids).

L'11 novembre, l'Esa ha posto in pubblica consultazione la bozza dei *technical standards* relativi alla presentazione, al contenuto, alla revisione e alla consegna del Kid, ivi inclusi i metodi di valutazione di rischi, remunerazioni, e costi dei Prips.

Come noto, la disciplina in tema di prodotti preassemblati trova applicazione anche con riguardo ai prodotti assicurativi, con l'esclusione delle polizze non vita e dei contratti vita con prestazioni dovute soltanto in caso di decesso o per incapacità dovuta a lesione, malattia o infermità.

Il Regolamento ha introdotto un nuovo sistema di informativa precontrattuale, con lo scopo di aiutare i potenziali contraenti nella comprensione del prodotto Prip che intendono acquistare. In particolare, viene prescritto l'obbligo di consegnare al cliente, prima della sottoscrizione del contratto, il Kid, un documento che deve avere caratteristiche e contenuti standardizzati e ben precisi.

#### STANDARDIZZAZIONE E COMPARABILITÀ

Quanto alle caratteristiche del Kid, il Regolamento dispone che le informazioni relative al Prip siano *accurate, corrette, chiare e non fuorvianti*, così da consentire al potenziale contraente la raccolta di tutte le informazioni rilevanti al fine di compiere scelte di investimento ragionate e consapevoli.

*(continua a pag. 2)*



**INSURANCE CONNECT su FACEBOOK**

Seguici sulla pagina cliccando qui



(continua da pag. 1) Quanto, invece, al contenuto del Kid, è prevista una forte standardizzazione dell'informativa riferibile ai singoli Prips, per consentire una migliore e più agevole comparabilità fra i prodotti offerti.

Proprio al fine di implementare tale standardizzazione, l'Esa si è rivolta al mercato con il documento di consultazione in esame, ponendo alcuni quesiti volti a raccogliere indicazioni, proposte e suggerimenti, in ordine a numerosi temi sui quali le Autorità europee hanno già elaborato una bozza di regolamentazione tecnica.

#### I DUBBI DELL'ESA

Ad esempio, l'Esa ha chiesto agli *stakeholders* indicazioni circa l'opportunità o meno di includere fra le misure di valutazione del rischio di credito del prodotto le eventuali forme di garanzia previste dalle legislazioni nazionali per le ipotesi di *default* del produttore del Prip o del soggetto tenuto a effettuare una prestazione in adempimento del Prip che si ripercuotano sul valore dell'investimento effettuato, determinandone una perdita (Question 5).

Ancora, viene chiesto di fornire osservazioni e proposte sull'inclusione o meno, nell'indicatore di rischio del prodotto, del rischio di variazione del valore del prodotto nel corso della sua durata, atteso che, attualmente, l'indicatore suddetto è calibrato sull'ipotesi di mantenimento dell'investimento da parte del cliente, sino alla sua naturale scadenza (Question 13).

Infine, l'Esa si rivolge al mercato per comprendere se il format di presentazione dei costi dei Prips debba esporre le differenti voci separatamente, con una eventuale distinzione fra costi *up-front* e costi *recurring*, ovvero se sia sufficiente una breve descrizione delle voci di costo, esponendo solo l'importo totale dei costi del prodotto (Question 26).

Gli ulteriori profili posti all'attenzione degli *stakeholders* sono numerosi e parimenti degni di rilievo. Da essi, traspare chiaramente una grande attenzione per la tutela degli investitori non professionali, obiettivo perseguito dalla maggior parte degli interventi riformatori degli ultimi anni delle Autorità di Vigilanza, sia europee che nazionali, mosse dalla consapevolezza che, dopo la crisi globale, le tradizionali misure di regolamentazione e vigilanza (che pure ponevano grande attenzione alla trasparenza e all'informativa precontrattuale) si sono rivelate insufficienti a proteggere efficacemente gli interessi dei risparmiatori.

La consultazione si chiuderà il 29 gennaio 2016 e, a decorrere dal 1° gennaio 2017, i soggetti emittenti prodotti Prips dovranno predisporre e pubblicare il Kid che i distributori saranno tenuti a consegnare agli investitori retail.

Fabiana Tagliatela  
Studio Legale Zitiello e Associati



## POLIZZA RC PROFESSIONALE INTERMEDIARI ASSICURATIVI

[www.polizzarcintermediari.it](http://www.polizzarcintermediari.it)

# RINNOVATA PER IL 2016

### LA CONVENZIONE RISERVATA A TUTTI GLI ISCRITTI IVASS IN SEZIONE A E B



Restano a disposizione per ulteriori informazioni:

Paola Landi	02.89.78.68.44	393.93.92.666	p.land@assimedici.it
Giulio Pizzi	02.91.98.33.19	392.97.75.111	g.pizzi@assimedici.it

TOTALE INTROITI provvigioni e consulenze anno precedente	MASSIMALE per anno	MASSIMALE per anno
110.000,00 €	1.875.927,00 €	2.500.000,00 €
200.000,00 €	490,00 €	611,00 €
	860,00 €	920,00 €

Moduli di adesione e fascicolo informativo sono disponibili su [www.polizzarcintermediari.it](http://www.polizzarcintermediari.it)

**PREVENTIVO ONLINE**  
[www.polizzarcintermediari.it](http://www.polizzarcintermediari.it)

Compagnia delegataria  
**CNA**

[www.polizzarcintermediari.it](http://www.polizzarcintermediari.it) è gestito da ASSIMEDICI Srl  
20123 Milano, Viale di Porta Vercellina 20  
Tel. 02.91.98.33.11 - Fax 02.87.18.19.05 - PEC info@assimedici.eu  
Recapiti Roma: Tel. 06.98.35.71.16 - Fax 06.23.32.43.357  
[www.polizzarcintermediari.it](http://www.polizzarcintermediari.it) E-mail [info@polizzarcintermediari.it](mailto:info@polizzarcintermediari.it)  
Iscrizione RUI B000401406 del 12.12.2011



## RISK MANAGEMENT

## Cybercrime e supply chain, due rischi sottovalutati

**Secondo un sondaggio internazionale promosso da Zurich, la minaccia informatica è sottostimata: solo al 12° posto tra le più temute. E la perdita di fornitori non spaventa né le aziende mondiali né quelle italiane**

Appena il 17% delle Pmi al mondo ritiene di essere soggetto a episodi di *cybercrime*, nonostante le vendite on line siano la principale chiave di crescita. Questa l'importante evidenza della terza edizione del sondaggio internazionale, realizzato da **Zurich Insurance Group** (Zurich), in collaborazione con **GfK Eurisko**, su un campione di tremila Pmi in 15 Paesi del mondo. Secondo la ricerca, solo in Malesia, Turchia e Usa il rischio informatico è posizionato tra i più temuti.

Un pericolo ancora ampiamente sottovalutato, nonostante le Pmi abbiano leggermente aumentato la propria preoccupazione nei confronti degli attacchi informatici, passando, nel 2015, dal 4% all'8%, con timori legati alla sottrazione illecita di dati della clientela (28%) e ai danni di reputazione e immagine (16%).

### La percezione in Italia

Anche nel nostro Paese il rischio non è ancora ben percepito: il 15% delle Pmi ritiene di aver adottato strumenti a difesa dagli attacchi informatici, e ben il 13,5% pensa che la propria azienda non sia soggetta a episodi di *cybercrime*. Qui, i principali timori sono legati al furto dei dati dei clienti (25%), all'interruzione del business (23,5%) e al danno reputazionale (11,5%).

### Supply chain, un rischio senza conseguenze

Sottovalutata anche la perdita di fornitori strategici: a livello globale, il 55% degli intervistati ritiene che non avrebbe ricadute sull'attività ordinaria dell'azienda e solo una Pmi su sette considera rilevante la perdita di un fornitore chiave.

Stesso dicasi per l'Italia, dove oltre il 58,5% degli intervistati sostiene che la perdita dei propri fornitori di riferimento non avrebbe ricadute sull'attività ordinaria dell'azienda, mentre il 15% afferma che tale perdita potrebbe causare solo un breve ritardo nella produzione. Dalla ricerca risulta anche che le nostre Pmi hanno un numero di fornitori più alto, rispetto alle Pmi portoghesi o irlandesi e, per questo motivo, il grado di dipendenza da parte dei fornitori risulta più basso.

Laura Servidio

## DALLE AZIENDE

## Le compagnie a tutela dell'ambiente

**Il rischio inquinamento è ancora sottovalutato dalle aziende italiane. Rispetto a questo fenomeno, il mondo assicurativo si è fatto proattivo con una serie di iniziative, come ci racconta Aldo Bertelle, manager di Aig**

Le polizze contro il rischio inquinamento sono tra le meno diffuse: l'**Aiba** ha stimato che solo l'1% delle aziende si è assicurato contro queste eventualità e anche vicende, come quella che ha coinvolto l'Ilva di Taranto, non sembrano aver accresciuto la sensibilità degli imprenditori.

“La diffusione assolutamente insufficiente della polizza inquinamento *stand alone* – conferma **Aldo Bertelle**, manager della linea rischi inquinamento di **Aig in Italia** – testimonia che questa non è ancora ritenuta essenziale o si pensa che sia utile solo per determinate tipologie di aziende. In entrambi i casi, niente di più errato. Il rischio di inquinamento ambientale, incombe sulla quasi totalità dei settori merceologici ed è caratterizzato da una frequenza di accadimento ben superiore a quanto si possa ritenere: l'incendio, l'esplosione o un evento naturale, come l'alluvione, hanno di norma come conseguenza il verificarsi di contaminazioni delle aree interessate dal fenomeno; la combustione di plastiche, tessuti sintetici, cartoni, oli o detersivi produce fumi contenenti sostanze tossiche, rilasciate nell'ambiente, in parte attraverso l'aria e in parte nel terreno, causando un danno da inquinamento che colpisce uno dei principali asset del patrimonio dell'azienda”.

Gli interventi da porre in atto nell'immediato possono consentire di limitare in modo significativo il danno, ma la criticità e complessità di questa fase richiede competenze e conoscenze che spesso il personale dipendente non possiede. E qui entrano in scena le compagnie. “L'assicuratore inquinamento – spiega Bertelle – da oltre 20 anni considera essenziale l'analisi dello stato del sottosuolo; a partire dal 2003 viene pubblicato annualmente il *Prontuario delle bonifiche*, che raggruppa una serie di elementi attraverso cui effettuare la scelta del migliore operatore possibile; nel 2009, è stato pubblicato, per la prima volta in Italia, il *Prezzario delle bonifiche*, per la verifica dei costi di intervento; e in occasione dell'edizione 2013 di *Ecomondo* è stato presentato un corso di formazione professionale, ideato da Aig ed erogato da **Certiquality**, sulla *Gestione del pronto intervento in emergenza ambientale e della scoperta di inquinamenti progressivi*”.

Esempi, questi, di una posizione proattiva dell'assicuratore, che caratterizza, ormai da alcuni anni, la gestione del rischio inquinamento, “a dimostrazione – conclude il manager Aig – di come il comparto assicurativo si caratterizzi per innovazione e contribuisca alla definizione di proposte operative attraenti, indipendentemente dalla loro obbligatorietà”.

## CARRIERE

## AmTrust, Cinzia Altomare nominata direttore tecnico

**Dopo aver lasciato l'incarico in GenRe, andrà a ricoprire un ruolo di primo piano per l'ampliamento della gamma prodotti**

Cinzia Altomare è il nuovo direttore tecnico della branch italiana di AmTrust Europe. Nello svolgimento del suo incarico, Cinzia Altomare, che ha lasciato GenRe, sarà coadiuvata da un gruppo di sottoscrittori specializzati nelle varie linee di business. Verrà, inoltre, affiancata da una struttura commerciale focalizzata a supportare il canale distributivo della compagnia nella proposta di nuovi prodotti e di innovazione verso il cliente. Con questo ingresso la società, presente in Italia dal 2009 e parte del gruppo americano AmTrust Financial, intende consolidare la propria presenza nel mercato, ampliando la gamma dei prodotti offerti e la propria struttura organizzativa.

Renato Agalliu

## COMPAGNIE

## Reale group, utile 116,7 milioni di euro

**È il traguardo con cui l'assemblea dei delegati stima di chiudere il 2015**

Reale group stima di chiudere il 2015 con un utile consolidato di 116,7 milioni di euro. Questa la valutazione emersa dall'esame preconsuntivo 2015 fatta dall'assemblea dei delegati, riunitasi lo scorso 5 dicembre a Torino. Il gruppo, nel 2015 si attende risultati positivi del bilancio consolidato, con una crescita della raccolta premi pari all'1,5% e un indice di solvibilità che si attesterà, in aumento, al 246%, in costante rialzo rispetto al 219% di fine 2013 e al 242% del 2014.

Per il 2016, a livello di gruppo, sono attesi un incremento dei premi del 2% e un patrimonio netto in crescita, che raggiungerà i 2.351 milioni di euro.

B.M.

## ACCORDI

## Nuova partnership tra Vittoria e Dottor Grandine

**La collaborazione prevede un rapporto stretto con le 400 agenzie della compagnia. Accordo che si basa su fiducia, solidità, competenze e servizio**

Vittoria Assicurazioni e Dottor Grandine, una delle principali aziende specializzate nella riparazione delle auto colpite dalla grandine, siglano una partnership che prevede la collaborazione con le 400 agenzie del gruppo Vittoria sparse su tutto il territorio nazionale.

L'accordo con Vittoria Assicurazioni rappresenta un altro tassello nel percorso di crescita aziendale di Dottor Grandine. L'azienda, con sede a Collegno, vicino a Torino, negli anni ha stipulato vari accordi e partnership, aumentando così il proprio bacino di clienti.

L'intesa con Vittoria Assicurazioni, compagnia particolarmente presente nel ramo Rc auto, è frutto di una scelta di collaborazione basata "su fiducia, solidità, competenze e servizio", come prevista una nota congiunta delle due società.

"La partnership - ha commentato l'amministratore delegato di Dottor Grandine, Giorgio Riso - ci permette di incrementare notevolmente il canalizzato, acquisendo maggiore forza sul mercato. I nostri commerciali stanno già girando le agenzie per far conoscere i servizi di Dottor Grandine e il network capillare di carrozzerie convenzionate".

Le visite dei commerciali stanno avendo "un'accoglienza positiva delle agenzie Vittoria Assicurazioni", e questo "conferma che le scelte e gli investimenti fatti quest'anno dalla società, per portare al cliente un servizio sempre capillare, innovativo e tempestivo, si sono rivelati una scelta vincente per il raggiungimento degli obiettivi aziendali".



Fabrizio Aurilia

**Insurance Daily**

**Direttore responsabile:** Maria Rosa Alaggio [alaggio@insuranceconnect.it](mailto:alaggio@insuranceconnect.it)

**Editore e Redazione:** Insurance Connect Srl - Via Montepulciano 21 - 20124 Milano

**T:** 02.36768000 **E-mail:** [redazione@insuranceconnect.it](mailto:redazione@insuranceconnect.it)

Per inserzioni pubblicitarie contattare [info@insuranceconnect.it](mailto:info@insuranceconnect.it)