

EDITORIALE

## Assicurazioni e sistemi anti-crimine

Modelli matematici che uniscono non solo la potenza dell'analisi storica con le capacità previsionali, ma anche i dettagli di valutazione del territorio e di chi vi abita. Negli Stati Uniti queste tecnologie sono utilizzate in ottica anti-crimine, per prevenire i furti di auto o nelle abitazioni. L'obiettivo è identificare i fattori di rischio, gli elementi che rappresentano una protezione per la popolazione, e le zone in cui concentrare l'intervento delle forze di polizia.

Anche in Italia esistono realtà (come il centro *Transcrime* dell'Università Cattolica di Milano) che osservano e dimostrano il valore di questi sistemi. Che potrebbero essere utilizzati per valutazioni molto più ampie e altrettanto importanti per i cittadini.

Pensiamo anche a quali potrebbero essere i risvolti per il settore assicurativo, in termini di capacità di misurare il rischio di sinistri nei più svariati ambiti, dall'Rc auto alle garanzie per le famiglie o le Pmi. Per non parlare delle catastrofi naturali e delle perdite relative.

Investire in queste tecnologie è un punto di inizio a cui le compagnie guardano con interesse, o con prime sperimentazioni. Ma per un vero cambiamento servirebbe, forse, credere con più convinzione, investire con più decisione e confrontarsi con più apertura sulle opportunità possibili.

**Maria Rosa Alaggio**  
Direttore di Insurance Daily

NEWS

## Un comitato per riformare Rca e catastrofali

**Un'iniziativa scaturita da Konsumer Italia con l'obiettivo di agire, in sinergia con giuristi e imprese, a livello normativo e culturale, sulla scia di quanto già fatto per il danno biologico. Come ci spiega il rappresentante dei consumatori, Fabrizio Premuti**

Un passo importante verso la sostenibilità. Con questo intento, **Konsumer Italia** ha dato vita, coadiuvata da altri attori, ad un comitato per la riforma delle assicurazioni private che, unendo le forze del sistema, coinvolga anche i cittadini sul tema della sostenibilità sia in ambito Rc auto che su altri rami. Primo fra tutti, quello dei danni catastrofali.

“Vogliamo ricreare un'azione coordinata in Parlamento – spiega **Fabrizio Premuti**, presidente Konsumer Italia – sulla scia di quanto già fatto nel 1999, con la bozza di riforma del danno biologico, firmata da 50 parlamentari di tutti i gruppi politici e approvata nel giro di due anni. L'obiettivo – continua – è mettere fine alle false liberalizzazioni che hanno prodotto danni enormi soprattutto sui consumatori, ma anche sulla redditività delle imprese. Oggi, abbiamo bisogno di tariffe reali che siano lo specchio della situazione del Paese, in un regime di reale concorrenza”.

Al comitato, oltre a Premuti, hanno aderito **Giampaolo Petri**, responsabile del settore assicurazioni di Konsumer, che ha lavorato per 28 anni come funzionario del servizio tutela utenti dell'ex **Isvap**; **Maurizio Hazan**, esperto giuridico del mondo assicurativo; **Cristiano Iurilli**, professore esperto in diritto dei consumi e dei mercati all'Università di Roma Tor Vergata e fiduciario di Konsumer per il controllo sui contratti e le procedure interne delle imprese che firmano protocolli d'intesa con l'associazione. “Ci siamo riuniti con Petri, Hazan e Iurilli – racconta Premuti – e ci siamo chiesti se la sostenibilità, nel sistema assicurativo italiano, sia una priorità o meno, in particolare nell'Rc auto e nelle coperture catastrofali. Purtroppo, così non è: la normativa di primo e secondo livello è stata snaturata dagli interessi delle lobby, a cui i politici non sono stati in grado di opporsi e milioni di persone ne hanno pagato il prezzo. Questo ci ha indotto a unire le forze in un sistema, che coinvolga anche i cittadini, per creare proposte che diano finalmente sostenibilità al sistema, sia nell'Rc auto che in altri rami”.

*(continua a pag. 2)*



Fabrizio Premuti, presidente di Konsumer Italia





Franco Ellena



(continua da pag. 1) Un'idea che sta piacendo a molti. “Abbiamo ricevuto altre richieste di adesione al comitato – conferma il presidente di Konsumer – che, con riconoscenza, apprezziamo. Tra queste, oltre alla collaborazione mediatica con **Insurance Connect**, spiccano **Enrico Pollino** e **Marcella Frati**, portatori dell'esperienza del loro *Protection Lab* e la presenza di prestigio di **Franco Ellena**, che si è messo a disposizione in qualità di tecnico.

## I PUNTI DELLA RIFORMA

Delineata la squadra, il primo passo sarà quello di incontrare, uno a uno, i portatori di interessi, partendo dall'*Ania*, dall'*UnipolSai* e da *Intesa Sanpaolo Assicura*, per poi evidenziare una bozza di programma su cui lavorare in sinergia con il Parlamento. “Tra i punti previsti che il comitato vuole affrontare, spicca l'Rc auto, quello che più volte ho definito il *cancro del settore assicurativo*, in cui tutto si basa sul risarcimento e niente sulla cultura della garanzia e della protezione. Riteniamo che sia importante mettere al centro alcuni aspetti e superarne le criticità”.

Tra queste, l'abolizione delle transazioni economiche nel danno a cose a esclusione di svalutazioni e fermo tecnico; l'utilizzo della geolocalizzazione su tutti i veicoli “svincolato da uno sconto, finto”; quindi “scatole nere con sconti veri determinati dalle autorizzazioni di tracciabilità che il proprietario darà al proprio assicuratore, se interessato”; la trasformazione del risarcimento per gravi danni alla persona in rendita vitalizia all'infortunato; gli interventi sulle imprese che non rispettano i tempi dei risarcimenti; legare le coperture catastrofali all'acquisto o al passaggio di proprietà dell'immobile; e poi, long term care, sanitarie e previdenza. “Su tutto deve prevalere il concetto di sostenibilità sia per il consumatore che acquista, sia per l'impresa che presta la garanzia, senza discostarsi da regole che stabiliscano semplicità e trasparenza. (continua a pag. 3)



Scarica la nuova app  
**ANAPA**



(continua da pag. 2)

## UN PROBLEMA DI CULTURA E PRIORITÀ

“A oggi – sottolinea Premuti – tutti gli interventi normativi non sono stati in grado di creare un sistema sostenibile, sia nell’Rc auto che nelle catastrofali”. Di fatto, nei recenti terremoti, lo Stato si è tirato indietro ed è emersa la necessità di una gamma privatistica su cui serve un ragionamento di responsabilità. “Non è pensabile – spiega Premuti – che, acquistando un immobile di 300mila euro, non si abbia la possibilità di investire 100 euro per pagare una polizza che ne preservi il capitale che rappresenta. Siamo di fronte a un problema di mentalità e di priorità, che va spiegato ai cittadini”.

Ancora una volta, serve formazione e informazione per creare quella cultura assicurativa che, in Italia, ancora non consente di dare valore alla propria casa e, in generale, al proprio patrimonio. “Se già iniziassimo a parlare più di sostenibilità che del valore del risarcimento, si produrrebbe un risultato e, su questo, serve un’alleanza fra consumatori e imprese. E poi, organizziamo incontri su platee ampie, soprattutto nelle scuole superiori, dove i giovani rappresentano un pubblico attento e ricettivo, ma anche nei centri anziani, dove la riflessione sui fatti concreti associata all’esperienza diventa volano di informazione”.

## SI PARTE DALL’RC AUTO

Il prossimo appuntamento sarà a fine febbraio, con la presentazione della bozza di programma. “In pochi mesi saremo in grado di redigere la prima stesura di riforma per il settore Rc auto e, a seguire, quella per la messa in sicurezza di previdenza, assistenza e danni speciali”.

Successivamente, i fautori dell’iniziativa contano su future adesioni da parte di intermediari, imprese e società civile, che consentiranno di realizzare una campagna di visibilità dell’azione svolta e da svolgere, per poter richiedere anche un sostegno economico, laddove, essendo nato da un’iniziativa indipendente dei consumatori, il comitato non gode di alcun tipo di finanziamento pubblico.

“Vogliamo incidere sul futuro delle assicurazioni nel nostro Paese – conclude Premuti – e procedere riunendo tutti i portatori di interesse di questo insindacabile bene immateriale della nostra economia: prime tra tutti, dopo i consumatori, le imprese. Fare con tutti un patto di programma ed evolutivo chiaro, per fornire al legislatore gli strumenti tecnici e giuridici e fare quel passo avanti che permetta al Paese di riconsiderare il mondo assicurativo nella sua funzione sociale”.

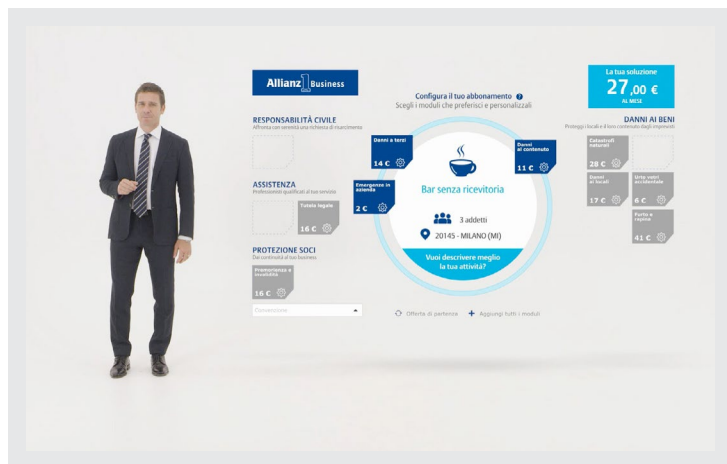
Laura Servidio



## COMPAGNIE

# Allianz rilancia l'abbonamento alla serenità

Dal 14 febbraio gli spot di Allianz1 Business firmati Ogilvy & Mather Advertising e realizzati da The Family



On air la campagna *Have a nice day* di Allianz Italia. Dopo il lancio nel 2014 di Allianz1 per i clienti retail, è tornata, da domenica 14 febbraio, sulle principali emittenti televisive l’iniziativa pubblicitaria Allianz1 Business: l’abbonamento alla serenità per le piccole aziende fino a cinque dipendenti, che rappresentano l’80% del tessuto imprenditoriale italiano. Allianz1 e Allianz1 Business si concretizzano in una soluzione assicurativa modulare. La formula, simile a un abbonamento, prevede il pagamento mensile del premio e, attraverso FastQuote, permette al cliente di conoscere via web il prezzo personalizzato. Se interessato all’offerta, il cliente è poi indirizzato all’agenzia Allianz più vicina e può sottoscrivere l’abbonamento alla serenità.

La campagna è sincronizzata sulle ultime due settimane di febbraio e sulle ultime due di marzo, con il supporto della presenza sul web, con video e banner. La massiccia pianificazione televisiva dovrebbe raggiungere una audience di oltre 50 milioni di italiani, con oltre 3.700 spot in onda, privilegiando la fascia oraria del prime time. Gli spot sono firmati da Ogilvy & Mather Advertising, network di branding, sotto la direzione esecutiva creativa di Giuseppe Mastromatteo. La regia è di Jason Harrington, la realizzazione è della casa di produzione The Family, mentre la pianificazione media è coordinata dal centro media Carat.

Renato Agalliu

## RICERCHE

## Sanità, in Italia scarsa cultura della prevenzione

**Secondo l'osservatorio di UniSalute il 18% rinuncia per motivi economici, il 42% si è sottoposto solo alle visite legate a un problema**

In Italia, pare non sia ancora radicata la cultura della prevenzione che, assieme a uno stile di vita sano, è elemento imprescindibile per vivere al meglio e in salute. Nell'ultimo anno, quasi un italiano su cinque (18%) non si è sottoposto a visite mediche a causa dei relativi costi. Poco meno della metà (42%), invece, dichiara di aver fatto solo quelle strettamente indispensabili quando ne ha avuto davvero bisogno, rinunciando a *check-up* di controllo e di carattere preventivo. È la fotografia scattata dall'ultimo osservatorio sanità di UniSalute.

Interrogati su come credono si potranno comportare nei prossimi due anni nei confronti delle spese per la salute, i cittadini non sembrano mostrare un'apertura nei confronti di controlli medici più costanti: il 16% si sente già di escludere di potersi permettere le visite mediche, mentre il 52% dichiara che continuerà a fare solo quelle strettamente necessarie, mettendo da parte visite di controllo. Sarà anche a causa della crisi degli ultimi anni ma, in linea generale, la percezione di quasi la metà degli intervistati (46%) è che, rispetto a qualche anno fa, i costi della salute e delle prestazioni mediche, sia che ci si rivolga al pubblico sia al privato, siano aumentati. Più in particolare, il 71% punta il dito verso le visite specialistiche, che sembrano essere quelle che hanno subito i maggiori, e spesso non sostenibili, aumenti.

R.A.

## MERCATO

## Francia, il settore assicurativo cresce del 3,9%

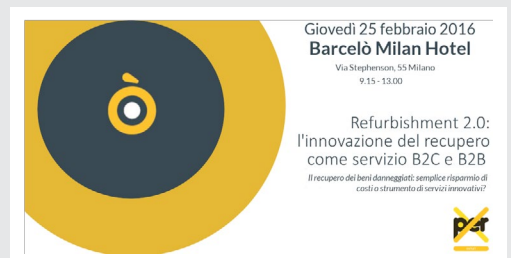
Moderata crescita per il mercato assicurativo francese. Secondo le stime preliminari sull'anno 2015, pubblicate dalla **Fédération française des sociétés d'assurances**, la federazione del settore, e riprese dall'**Ania** nel suo bollettino, l'industria assicurativa ha raccolto 208 miliardi di euro in premi, per una crescita del 3,9% rispetto al 2014. Le *assurances de personnes* hanno generato premi per 156 miliardi, +4,7%.

Il ramo vita e prodotti di capitalizzazione pesa per 135 miliardi, +4,9% rispetto all'anno precedente, mentre 21 miliardi sono i premi per la parte malattia e infortuni (*santé/accidents*) per un crescita del 3,1%.

I rami danni (*assurances de biens et responsabilité*) hanno toccato i 52 miliardi, con una crescita più modesta, pari all'1,5%.

## DALLE AZIENDE

## Convegno per outlet "Il recupero dei beni danneggiati"



Si terrà il 25 febbraio a Milano al Barcelò Milan Hotel di Via Stephenson 55, il convegno organizzato da **per outlet**, divisione di **per spa**, sul tema del recupero dei beni danneggiati, come strumento innovativo di servizio sia in chiave di risparmio sul costo del sinistro, sia in chiave di servizio verso i clienti e verso i dipendenti degli intermediari del mondo assicurativo.

Roberto Cincotti, amministratore delegato di C&P, Gianluigi Lercari, amministratore delegato del Gruppo Lercari, Sergio Ginocchietti, dirigente liquidazione property di UnipolSai Assicurazioni, Annalisa Minnei, responsabile ufficio assicurazioni di Auchan, Philippe Roux, direttore generale di Hpm Handwerker Schandiest e Stefano Sala, amministratore delegato del gruppo per: sono soltanto alcuni dei relatori che interverranno alla giornata che terminerà con la presentazione della nuova piattaforma *e-commerce* di per outlet.

Ma cosa sono nel dettaglio i prodotti *refurbished*? Quale valore aggiunto rappresenta un servizio simile? E perchè parliamo di servizi *business to consumer* e *business to business*?

Per maggiori informazioni, visitate la sezione news del sito [www.gruppoper.com](http://www.gruppoper.com)

**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)