

## PRIMO PIANO

### Axa cede asset vita in Uk

A pochi mesi dall'addio dello storico ceo, Henri de Castries, continuano le grandi manovre in Axa. Oggi la compagnia ha comunicato di aver ceduto a Standard Life la sua piattaforma di business vita e risparmio (chiamata Elevate). Quest'operazione si inserisce nella revisione strategica condotta da Axa Uk nel campo del business vita e segue l'annuncio del 28 aprile scorso della cessione della obbligazioni di imprese off-shore (Axa Isola di Man).

Le mosse di Axa in questo campo permetteranno alla compagnia di concentrarsi sulle attività danni, salute e asset management nel Regno Unito, poiché nessuna di queste è stata inclusa negli asset disponibili per la vendita.

La compagnia francese, invece, è tuttora in trattative per la vendita di altre attività vita nel Regno Unito, vale a dire tutta la sua linea diretta di prodotti di protezione e i business tradizionali d'investimento e previdenza. Tuttavia non è sicuro che questi accordi si tradurranno a breve in altrettante cessioni.

Parlando di cifre, Axa si aspetta circa 830 milioni di euro dalle transazioni già completate, mentre nel caso in cui le trattative ancora in sospeso andassero in porto l'impatto negativo, eccezionale, per la compagnia ammonterebbe a circa 400 milioni contabilizzati nel reddito netto.

F.A.

## RICERCHE

### Le preoccupazioni dei giovani

**Secondo un'indagine presentata ieri dal Forum Ania-Consumatori, l'approccio dei trentenni al futuro è improntato all'incertezza. Emerge il bisogno di costruire una cultura assicurativo-finanziaria attraverso un'opera divulgativa chiara e corretta**

Il 77% dell'universo giovanile è preoccupato per la diminuzione del benessere e per la propria situazione previdenziale e pensionistica. E oltre l'84% per la qualità del lavoro. L'aspetto reddituale gioca un ruolo chiave: il valore delle entrate mensili degli intervistati è pari a 787 euro e un terzo dispone addirittura di meno di 500 euro al mese.

Queste le evidenze di un'indagine, presentata ieri a Roma, sul rapporto tra i giovani e i temi previdenziali, realizzata dall'istituto di ricerca Eures, per l'associazione dei consumatori Adoc, sviluppata all'interno del programma, *Gli scenari del welfare*, promosso dal Forum Ania-Consumatori. La ricerca, dal titolo *Sei sicuro?* ha indagato 500 giovani tra i 18 e i 35 anni, in 9 regioni d'Italia, con l'obiettivo di sensibilizzare questo universo su prevenzione, gestione dei rischi, previdenza, pianificazione e assicurazione.

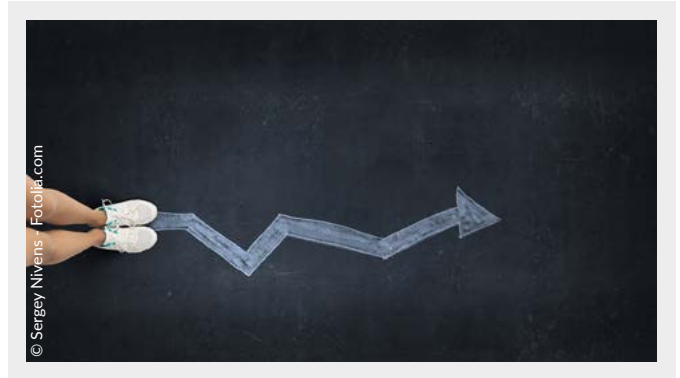
Dallo studio emerge che il 40% dei giovani si approccia al futuro con timore; che la progettualità tocca solo un quarto del campione; e che attendismo e fatalità coinvolgono il restante quarto dei giovani. "Tutta la ricerca - conferma Fabio Piacenti, presidente Eures - è condizionata da una forte preoccupazione, in particolare legata alla precarietà del lavoro e all'elemento di incertezza che caratterizza l'intera progettualità di vita".

Il tema del risparmio è presente nella consapevolezza dei giovani, nonostante un reddito medio molto basso (meno di 800 euro) e una propensione al risparmio del 17,3% (che si concretizza in 136 euro ovvero oltre 1.600 euro in un anno).

#### INVESTIMENTI: UN PROBLEMA DI FIDUCIA

Sulla tipologia di investimento esiste un problema di fiducia che influenza tutte le scelte finanziarie: i giovani amano poco il rischio e optano per prodotti garantiti, offerti da soggetti affidabili. Chi riesce a mettere da parte qualcosa, lo fa principalmente per garantirsi un futuro migliore (49%) o per far fronte a situazioni di difficoltà (41,2%).

(continua a pag. 2)



### INSURANCE REVIEW su FACEBOOK

Seguici sulla pagina cliccando qui

(continua da pag. 1)

Dal punto di vista sanitario, il 67,2% del campione dichiara di aver usufruito negli ultimi 3 anni del Ssn, ma l'ampia maggioranza dei giovani ritiene che il sistema pubblico andrebbe coadiuvato con altre forme assistenziali (mutue) o assicurative (polizze infortuni o fondi sanitari).

Per quanto, poi, attiene al rapporto tra i giovani e la banca, emerge che questo si rafforza all'aumentare della disponibilità economica "quindi - spiega Piacenti - è necessario lavorare su questo aspetto per rafforzare il legame".

#### PREVIDENZA: SERVE UN'INTEGRAZIONE

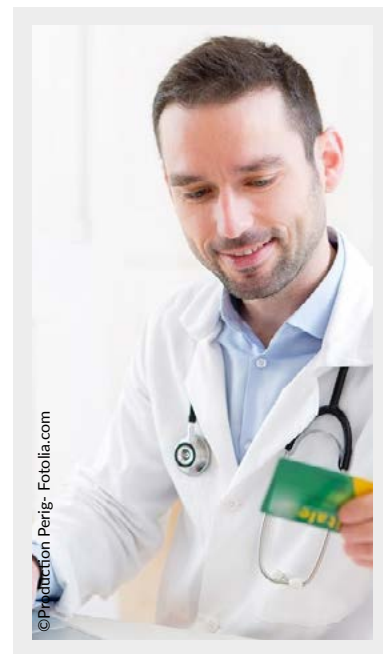
Sul fronte pensionistico, nonostante la riforma Fornero abbia spostato significativamente in avanti la soglia pensionabile (pari attualmente a 66 anni e 7 mesi) e, nonostante tale limite sia destinato ad aumentare negli anni per effetto dell'adeguamento alle aspettative di vita, circa un quarto degli intervistati (il 24,3%) ritiene che potrà andare in pensione prima dei 65 anni. Tuttavia, la quota prevalente del campione, ovvero il 37,8% ipotizza un'età pensionabile compresa tra i 65 e i 70 anni, mentre un significativo 38% immagina che lavorerà anche oltre i 70 anni.

Circa il valore dell'assegno pensionistico, la quota prevalente degli intervistati (37%) ipotizza un importo mensile compreso tra 500 e 800 euro e soltanto per il 19,6% la pensione percepita potrà consentire un adeguato livello di benessere, a fronte dell'80,4% di giovani convinto che il sistema previdenziale sarà in grado di garantire *poco* (42,7%) o *per niente* (37,7%) un adeguato livello di benessere ai futuri pensionati.

A conferma di ciò, oltre 7 giovani su 10 (72,6%) ritengono utile avviare un piano di pensione complementare, anche se ben il 60% dichiara di non sentirsi completamente informato su tale forma di previdenza. Con la conseguenza che solo il 28,3% ha avviato una forma previdenziale integrativa.

#### AUMENTARE LA CONSAPEVOLEZZA

Una limitata disponibilità economica, una scarsa cultura assicurativa e una tassazione non incentivante continuano ad essere il freno per il definitivo decollo della previdenza integrativa. (continua a pag. 3)



 **UA Underwriting Agency**  
Agenzia Generale AmTrust Europe

  
**AmTrust Europe**  
An AmTrust Financial Company

Dalla specializzazione di Attilio Steffano in **ASSIMEDICI** e con le soluzioni di **AmTrust Europe**, esperienza, competenza e creatività incontrano la loro sintesi migliore

**Il partner con esperienza locale e competenza globale nuovo leader nelle coperture in Sanità**

**Per l'intermediario che vuole ampliare la propria offerta assicurativa anche nella responsabilità professionale sanitaria**

**Con UA Underwriting Agency le soluzioni per la Responsabilità professionale sanitaria sono sempre più vicine**

**WWW.UNDERWRITING.IT**



(continua da pag. 2)

“Bisogna accrescere - spiega **Roberto Tascino**, presidente **Adoc** - la consapevolezza e la conoscenza degli italiani: siamo i più analfabeti al mondo da un punto di vista finanziario, assicurativo, attuariale ed economico. Dobbiamo far sì che le persone possano scegliere in modo consapevole un prodotto o un investimento attraverso una corretta e trasparente informazione. Qui, il nostro ruolo non deve essere quello di denuncia, ma di servizio per aiutare l'utente ad orientarsi”.

#### CONSAPEVOLEZZA, CHIAREZZA E TRASPARENZA

Sullo stesso fronte si sta muovendo il Forum Ania-Consumatori, che si propone di interpretare in modo costruttivo la nuova socialità attraverso la condivisione di proposte comuni. “Non certo attraverso una grande riforma che possa salvare tutto - avverte **Giacomo Carbonari**, segretario generale Forum Ania-Consumatori - ma con una serie di proposte specifiche che rendano il welfare più chiaro e sostenibile: se i giovani sono preoccupati, è perché molte sono le incognite che rendono difficile pianificare il futuro”.

Tuttavia, secondo i promotori dell'iniziativa, la preoccupazione è un elemento positivo perché significa che cresce l'attenzione verso queste tematiche e verso la ricerca delle soluzioni. “Siamo usciti da uno Stato che pensava a tutto, viceversa oggi regna un forte senso di precarietà. Noi, come soggetti sociali, possiamo lavorare sullo sviluppo di punti di riferimento, creando una cultura di consapevolezza e di informazione finanziaria e assicurativa, che parta dalle scuole”. Servono consapevolezza, chiarezza e trasparenza, ad esempio, sui costi del welfare e sul problema della non autosufficienza, vera emergenza. “Su questo - conclude Carbonari - siamo pronti a lavorare insieme per la crescita della nostra società”.

*Laura Servidio*

#### MERCATO

## Tacito rinnovo, la situazione in Francia, Germania e Uk

**Un sondaggio condotto dal Bipar, su proposta di Anapa Rete ImpresAgenzia, mostra come funziona la clausola negli altri Paesi europei**

Il tacito rinnovo ostacola la concorrenza. L'abolizione del meccanismo che permette alle polizze danni di prolungare la propria scadenza di anno in anno porterebbe a un'apertura ancora maggiore della competizione tra operatori e aumenterebbe la mobilità dei clienti, stimolati così a guardarsi intorno alla ricerca, ogni 12 mesi, della polizza migliore, delle condizioni più convenienti e, in ultima analisi, del prezzo più basso. Con questa *ratio* è stato approvato un emendamento al ddl *Concorrenza* (provvedimento ormai in cantiere da un anno) che elimina il tacito rinnovo dalle polizze danni non auto, equiparandole sostanzialmente a quelle Rc auto (per cui era già stato proibito il tacito rinnovo dal decreto *Sviluppo bis*, dell'allora governo presieduto da Mario Monti).

Contro questa novità legislativa, per una volta, si sono uniti gli intermediari italiani, pur distinguendosi nelle singole proteste e pressioni.

#### Un confronto tra mercati simili

Tra queste, un' iniziativa di **Anapa Rete ImpresAgenzia** che ha chiesto al **Bipar**, il coordinamento europeo degli intermediari, di approfondire le varie discipline vigenti in Europa in tema di tacito rinnovo. L'obiettivo dell'associazione è capire se in mercati considerati più concorrenziali del nostro la presenza o meno del meccanismo di prolungamento dei contratti comporti vantaggi o svantaggi.

(continua a pag. 4)



(continua da pag. 3)

Il Bipar ha preparato un questionario che ha presentato ai vari Paesi coinvolti nell'indagine. Guardando caso per caso, scopriamo che la Francia, il Paese più simile per legislazione all'Italia, differenzia le polizze in obbligatorie e non. Per quelle obbligatorie, cioè la Rc auto e quella sull'abitazione, non è previsto il tacito rinnovo, mentre per le altre l'istituto è consentito.

#### L'importanza di una buona comunicazione

Negli altri due Paesi considerati, Germania e Regno Unito, l'obbligatorietà o meno di una polizza non incide sulle questioni legate al tacito rinnovo. In questi due mercati, l'istituto è comunque in vigore.

In Germania è obbligatorio inviare al cliente un preavviso per la comunicazione di disdetta in un periodo compreso tra uno e tre mesi; non viene data, invece, alcuna informazione sul mancato rinnovo ma, nel caso in cui il cliente sia seguito da un intermediario, è compito di quest'ultimo avvisarlo. In questo mercato, comunque, l'impatto dell'abolizione del tacito rinnovo, sostiene la ricerca, sarebbe praticamente ininfluenza, poiché nei rami danni le polizze sono già annuali.

#### In Uk c'è l'invito al rinnovo

Nel Regno Unito, tra il 2013 e il 2014, il legislatore aveva dapprima pensato di abolire il tacito rinnovo, per poi tornare sui propri passi poiché aveva verificato che molti assicurati facevano affidamento su questa clausola: i clienti temevano di dimenticare di rinnovare l'assicurazione, incorrendo così in problemi seri, come circolare senza Rc auto o violare i termini del loro contratto di mutuo.

Tuttavia, esistono alcuni contratti in Uk senza tacito rinnovo; in questi casi c'è un'espressa menzione, che è parte della clausola del cosiddetto *invito al rinnovo*. Infine, i sudditi della Regina si rivolgono spesso al difensore civico (una sorta di giudice di pace) perché confusi sulla presenza o meno del prolungamento automatico nei propri contratti assicurativi.

I risultati del questionario del Bipar, fanno sapere da Anapa, sono stati già presentati anche ad alcuni parlamentari italiani, ai quali è stata proposta una modifica dell'emendamento.

Fabrizio Aurilia

## PRODOTTI

### Aon e Arag si schierano contro lo stalking

Poche donne denunciano, anche per via degli alti costi delle spese legali. Ecco il perché della soluzione assicurativa

Spesso uno degli ostacoli maggiori per rompere il muro dell'omertà è rappresentato dall'impossibilità economica di sostenere le spese legali di un procedimento civile e/o penale. Secondo recenti studi europei, in Italia solo il 4% delle donne ha il coraggio di denunciare il proprio persecutore in caso di *stalking*. Tutelarsi da questo reato, però, non deve più rappresentare un problema di natura economica. E in questa direzione, **Aon e Arag** hanno studiato una soluzione assicurativa che supporta le vittime di *stalking* che decidono di procedere con querela e denuncia.

In particolare, per la configurazione del reato, occorre dimostrare l'effetto che la condotta dell'aggressore ha avuto sulla vittima, ovvero: perdurante e grave stato di ansia e di paura; fondato timore per l'incolumità propria o di un congiunto prossimo o di una persona al medesimo legata da relazione affettiva; alterazione delle proprie abitudini di vita. La copertura si attiva quando, dopo una denuncia che viene accolta con rinvio a giudizio dello stalker, il soggetto che ha esposto querela si costituisce parte civile, richiedendo un risarcimento dei danni. Inoltre, la polizza prevede anche l'eventuale consulenza svolta dal legale prima dell'instaurazione del procedimento penale, per la richiesta di ammonimento e/o la querela da parte dell'assicurato.

Allo stato attuale, la copertura può essere sottoscritta solo come polizza collettiva in nome e per conto di un gruppo affine: ad esempio, i membri di un'associazione, i dipendenti di un'azienda o, ancora, le collettività appartenenti a determinate categorie. In tal modo, si offre la possibilità di poter esperire un'azione legale sicuri di avere un supporto economico che, come detto in apertura, spesso rappresenta un forte ostacolo in questo tipo di situazioni.



Renato Agalliu

#### 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)