

PRIMO PIANO

Atlante, la difesa di Ivass

Ivass difende il proprio operato dopo le critiche rivolte alla Vigilanza riguardo la partecipazione delle compagnie al fondo Atlante. L'Istituto ribadisce che la "generica preoccupazione da taluni avanzata che le compagnie inseriscano le quote del fondo Atlante eventualmente acquistate nei 'fondi vita', così esponendo gli assicurati al relativo rischio, non è corretta".

Gli investimenti nel fondo, fa notare Ivass, non riguardano i prodotti con rischio a carico degli assicurati, ovvero le polizze unit e index linked, perché esistono norme che vietano l'uso di quel tipo di capitale per quelle asset class (in particolare la circolare 474 del 2002 e il regolamento 32 del 2009 dell'allora Isvap).

Le quote del fondo Atlante sottoscritte dalle compagnie sono invece pertinenti alle riserve vita a copertura dei prodotti cosiddetti tradizionali, cioè quelli per cui il rischio è a carico dell'impresa: "se l'investimento dovesse dare un rendimento inferiore al previsto - precisa l'Istituto - l'assicurato si vedrà comunque riconoscere il minimo garantito previsto dalla polizza".

Del resto, la normativa europea consente alle compagnie di scegliere liberamente quali investimenti porre a copertura delle riserve tecniche: sarà poi compito di Ivass controllare che i requisiti di capitale delle imprese siano adeguati.

Fabrizio Aurilia

INTERMEDIARI

Archiviare la crisi creando opportunità

In che modo la parola consulenza può essere riempita di significato? Per poter restare veramente centrale, l'agente non può che puntare sulla propria capacità empatica e sul ruolo sociale. Ma dovrà fare i conti con le insidie della normativa e lottare per avere la titolarità dei dati. Di tutto questo si è parlato in un convegno organizzato dallo Sna a Firenze

A quanto pare il famoso aneddoto che racconta come in cinese la parola "crisi" e "opportunità" si scrivano con lo stesso ideogramma non sarebbe vero. Ma si può tornare all'origine etimologica della parola, dal verbo greco *krino*: separare, cernere, in senso più lato, discernere, giudicare, valutare. Nell'uso comune ha assunto un'accezione negativa in quanto vuole significare un peggioramento di una situazione. Ma se invece riflettiamo sull'etimologia della parola crisi, possiamo coglierne anche una sfumatura positiva, in quanto momento di riflessione, valutazione, discernimento, che può trasformarsi nel presupposto necessario per un miglioramento e una rinascita.

INTERPRETARE LA CONTEMPORANEITÀ

Tutto ciò, per gli intermediari assicurativi, significa imparare a interpretare la contemporaneità e investire sulle proprie capacità: di conoscenza dei prodotti e delle nuove opportunità offerte dal digitale, certo, ma anche di relazione e di empatia con il cliente. Due elementi, questi ultimi, che nessun algoritmo potrà mai sostituire. A questo tema la provinciale fiorentina dello Sna ha dedicato un convegno che aveva ben chiaro gli intenti propositivi sin dal titolo: *Crisi... Quale crisi? Evoluzione e opportunità per i mercati degli intermediari assicurativi*. Organizzatore dell'evento e moderatore dell'intera giornata dei lavori, il presidente della provinciale Sna di Firenze, **Marco Del Medico**. Il convegno ha visto il saluto anche di due alti rappresentanti delle istituzioni toscane: il presidente del consiglio regionale, **Eugenio Giani**, e il vicepresidente, **Marco Stella**. Proprio quest'ultimo ha sottolineato quanto la figura dell'agente rappresenti un vero e proprio "punto di riferimento sociale per la comunità". Ed è proprio questo uno dei tanti aspetti che deve spingere l'intermediario assicurativo a riflettere per poter interpretare al meglio il mutamento dei tempi e le nuove esigenze sociali.

(continua a pag.2)



INSURANCE REVIEW su FACEBOOK
Seguici sulla pagina cliccando qui

(continua da pag.1)

Secondo **Sergio Sorgi**, vice presidente di **Progetica**, “occorre riempire di significato la parola consulenza, per interpretare la contemporaneità”. Welfare, previdenza integrativa, investimento delle famiglie rappresentano un vero e proprio tema sociale. “L’interesse è sui prodotti – ha affermato Sorgi – e parlando ai clienti di aspetti che coinvolgono direttamente la loro vita il ruolo dell’intermediario può essere apprezzato appieno”. Sorgi ha definito il rapporto tra consulenza e vendita “una questione di benessere affettivo” fatta di ascolto, empatia, discontinuità, ricordando che “i consulenti che hanno la fiducia attiva dei clienti hanno un volume di affari di cinque volte superiore a quello di consulenti con fiducia forzata”.



CRISI COME RINNOVAMENTO

Lo ha ricordato, nel suo intervento, anche **Fabrizio Chiodini**, presidente del **Gaaius** che ha citato gli esiti di un’indagine dell’*Osservatorio Unipol-Sai* secondo cui il 52% delle persone considera l’agente come una persona con cui confidarsi, ancora prima dei familiari. “Non credo – ha detto – che nessun altro potrà sostituirsi all’intermediario. Ma la nostra categoria, che ha un’età media di 52 anni, va svecchiata”. Chiodini ha citato alcune azioni concrete da mettere in pratica, come in particolare quella di formare agenti e collaboratori, allacciando relazioni con università, aziende e con altri gruppi agenziali. Su questo aspetto è concorde **Vittorio Giovetti**, presidente del **Galf** (gruppo agenti La Fondiaria), che individua considerevoli opportunità nelle *Tcm*, nelle *Ltc* e nella previdenza complementare. Un ampio mercato, dunque, c’è. E gli agenti, ha sottolineato **Umberto D’Andrea**, presidente dell’**Aaa** (associazione agenti Allianz) “sono una ricchezza per la compagnia. Ma il nostro benessere non può passare solo dalle decisioni dell’amministratore delegato”.

IL FUTURO È DI CHI AVRÀ I DATI

Quindi a fare la differenza sarà quanto (e come) l’intermediario assicurativo sarà capace di gestire la relazione con il cliente. Il futuro sarà di chi avrà le informazioni. Ne è convinto **Jean-François Mossino**, presidente del **Ga Sai**: “il tema è capire come l’agente possa continuare a essere centrale e importante in un sistema distributivo multicanale e multiaccesso”. E per poterlo essere, l’agente deve poter accedere e utilizzare, ad esempio, anche i dati provenienti dai dispositivi telematici. “Lo sviluppo di attività sui *device* tecnologici deve essere deciso di concerto con l’agente – ha evidenziato Mossino - e questo principio deve essere elaborato a livello di strategia collettiva. Non si tratta più di fare la battaglia sulla titolarità dei dati, che sono del cliente”. Prioritario, per Mossino, è trovare con la compagnia un accordo strategico per stabilire insieme un perimetro condiviso nell’ambito del quale mettere in comune le informazioni, definendo alla pari come trasformare questo in volumi d’affari e provvigioni.

L’INCOGNITA ARRIVA DAL LEGISLATORE

In veste di presidente della commissione agenti del **Bipar**, Mossino ha parlato poi della nuova direttiva europea Idd, da cui, anche grazie al lavoro dell’associazione, “è sparito l’obbligo di indicare la remunerazione dell’intermediario, così come è stata tolta la figura dell’intermediario legato. Ma l’effetto più importante della direttiva stabilisce regole uguali per tutti”. Mossino invita, però, a vigilare sull’iter degli atti delegati presentati dalla commissione Ue all’**Eiopa**, e in particolare sull’articolo 30 che riguarda il tema dell’adeguatezza, e l’obbligo di fare l’interesse del cliente. La professoressa **Sara Landini** (Università di Firenze) ha evidenziato la “confusione del legislatore, che ha prodotto un caos normativo che potrebbe presentare nuovi rischi”. Ad approfondirli è stato il professor **Pierpaolo Marano** (Università Cattolica di Milano), che ha sottolineato alcune insidie della direttiva europea. “In Idd – ha detto – il tema dell’adeguatezza rischia di essere un boomerang perché l’intermediario potrebbe essere chiamato in causa anche per colpe non sue”. Al di là delle possibili criticità, secondo Marano, l’Idd chiede chiaramente che l’intermediario abbia conoscenza del cliente. “Gli intermediari – ha spiegato – o diventeranno ancor di più dei veri imprenditori artefici del proprio destino, oppure si avvicineranno a un modello di lavoro para-subordinato, in cui dovranno limitarsi a gestire un portafoglio”. Secondo il professor **Claudio Cacciamani** (Università di Parma) la consulenza servirà sempre: “non si potrà mai fare a meno dell’uomo, del professionista”. Però non si può più navigare a vista. Cacciamani offre alcuni spunti pratici sulle azioni da intraprendere: in primis, valutare i rischi non solo di prodotto, ma di cliente nel suo insieme. E definire non solo degli obiettivi, ma anche il tempo lungo il quale gli stessi devono essere raggiunti. “È necessario – ha affermato Cacciamani – un approccio al cliente legato alla redditività interna. È bene che gli agenti comprendano in modo approfondito la logica di Solvency II”.

FPA PRESTO TORNERÀ AGLI AGENTI

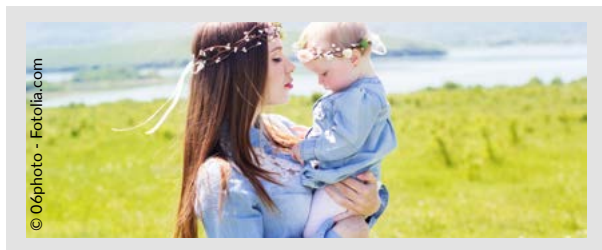
A chiusura del convegno l’intervento di **Francesco Libutti**, membro dell’esecutivo nazionale di Sna, che ha parlato di come il sindacato ha voluto affrontare la crisi e i problemi della categoria, soffermandosi sulla situazione del Fondo pensione agenti: “ci era stato fatto credere che stava per fallire, addossando allo Sna colpe e responsabilità sul perché non volevamo firmare il progetto di salvataggio. Pochi giorni fa – ha rivelato Libutti – ho parlato con il commissario Ermanno Martinetto, il quale mi ha detto che entro giugno il fondo ci verrà restituito. Ma non ci era stato detto che se non firmavamo doveva fallire? Lo Sna ha dato fastidio a chi ha fatto credere che i problemi non si possono risolvere a chi ci vorrebbe dei subordinati. Certamente dovremmo fare dei sacrifici, ma metteremo le mani sul fondo da proprietari e non da subordinati. Questo – ha concluso – significa affrontare la crisi”.

COMPAGNIE

Una partnership per assicurare i “supereroi” a domicilio

**Siglato accordo tra Axa Italia e la
piattaforma web ilmiosupereroe.it**

Via alla collaborazione tra **Axa Italia**, tramite la società del gruppo, **Quadra Assicurazioni**, e **ilmiosupereroe.it**, piattaforma on line per la prenotazione di servizi per la persona, la casa e il tempo libero. Questa partnership offrirà ai clienti del portale una copertura assicurativa, per ogni servizio svolto da colf, badanti, baby sitter e personal trainer prenotabili a domicilio, in caso di danni occorsi durante la prestazione, fino a un massimale di 25mila euro. Tutto ciò in automatico e senza alcun costo aggiuntivo: l'assicurazione è garantita a ogni prenotazione effettuata attraverso la piattaforma, sempre alla stessa tariffa.



Al momento, l'offerta de **ilmiosupereroe.it** è attualmente disponibile a Milano, Monza-Brianza, Varese, Torino (e relative province) ma è in corso l'espansione in altre città italiane. Sono già attivi servizi di colf, badanti, baby-sitter e personal trainer, ma presto ne saranno disponibili altri per soddisfare le necessità quotidiane dei clienti, siano essi single o famiglie. Più in generale, la filosofia alla base della piattaforma, tutta italiana, è quella di investire sulla qualità dei professionisti, sulla trasparenza e piena regolarità delle prestazioni, allo scopo di creare continuità nel rapporto: dal lancio del sito il tasso di ritorno dei clienti è pari al 90% circa, e negli ultimi mesi il numero di ordini è più che raddoppiato.

Renato Agalliu

RICERCHE

Polizze viaggio, il ritardo del nostro Paese

**Gli italiani risultano indietro rispetto alla media europea.
Un'istantanea che emerge dalla 16esima edizione del
Barometro Vacanze di Europ Assistance - Ipsos**

Solo un italiano su quattro stipula un prodotto assicurativo *travel* prima di partire per le vacanze. Con questo dato, l'Italia si conferma lontana dalla media europea, che si aggira intorno al 70%, di coloro che dichiarano di stipulare puntualmente una polizza viaggi. In linea con lo scorso anno, una crescita, seppur lenta, c'è rispetto a quattro anni fa: ma il mercato fatica a far propria la comprensione di una reale necessità se ancora il 42% degli italiani dichiara “di non averci pensato”. È la fotografia scattata dalla 16esima edizione del *Barometro Vacanze* di **Europ Assistance - Ipsos**.

Guardando ai dati, comunque, i viaggiatori italiani mostrano una crescente, seppur lenta, consapevolezza sulla necessità di stipulare una polizza viaggi prima della partenza. Ad esempio, sorprendentemente rispetto a quanto potrebbe sembrare naturale, la paura generata dagli atti terroristici, che hanno scioccato l'Europa nell'ultimo anno, non sembra avere avuto un impatto decisivo. Solo il 6% degli italiani dichiara di volersi assicurare contro questa eventualità in viaggio, mentre le maggiori preoccupazioni rimangono (in linea con gli scorsi anni): un danno al proprio mezzo di trasporto con cui si va in vacanza (33%, in calo rispetto al 2015); un incidente con il mezzo di trasporto pubblico (il 30% dichiara di volersi assicurare contro questo rischio); un problema legato alla casa che ci si lascia alle spalle per qualche settimana (27% in crescita di 8 punti percentuali sul 2015); e lo smarrimento in viaggio degli effetti personali quali valigie, vestiti, soldi (26% in linea con il dato del 2015).

Dall'indagine emerge anche un altro elemento utile circa la fedeltà degli italiani alle agenzie di viaggio: si assottiglia la differenza percentuale tra coloro che acquistano la polizza viaggi in agenzia o tramite un agente di viaggi (30%) e chi provvede direttamente tramite la compagnia (29%). Per gli italiani è fondamentale che la polizza viaggi abbia una copertura medica: il 44% di loro sostiene l'essenzialità di questo fattore. Molto alta anche la percentuale di chi ritiene importante assicurarsi riservandosi il diritto di cancellazione (36%) e a fronte della possibile perdita del proprio bagaglio o degli effetti personali (29%).



R.A.

Insurance Daily

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio alaggio@insuranceconnect.it

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

T: 02.36768000 **E-mail:** redazione@insuranceconnect.it

Per inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.it

Convegno

LE AZIENDE TRA RISCHI E SINISTRI

9 GIUGNO 2016



MILANO



Palazzo delle Stelline,
Corso Magenta, 61



9.00 - 17.00

PROGRAMMA

Chairman Maria Rosa Alaggio *Direttore di Insurance Review e Insurance Trade*

09.00 - 09.30 - Registrazione

09.30 - 10.40 - TAVOLA ROTONDA: **Rischi globali per grandi e piccole aziende: come cambiano e come gestirli?**

Maria Rita Arena, responsabile credito e cauzioni di Ania

Adolfo Bertani, presidente di Cineas

Alessandro De Felice, presidente di Anra

Francesco Saverio Losito, vicepresidente nazionale Asseprim - Confcommercio imprese per l'Italia

Carlo Marietti Andreani, presidente di Aiba

Luigi Viganotti, presidente di Acb

10.40 - 11.00 - **I rischi dell'internazionalizzazione**

Enrico Guarnerio, ceo di Strategica Group

11.00 - 11.30 - Coffee break

11.30 - 11.50 - **Rischi, sinistri e semplificazione del contratto assicurativo**

intervento a cura di Simmons & Simmons

11.50 - 12.10 - **Aziende: come assicurare prodotti, processi aziendali e filiera distributiva**

Nicola Mancino, ceo di Agcs Italia

Orazio Rossi, country president di Chubb

Aig ()*

12.10 - 12.30 - **L'innovazione nel ripristino danni**

Stefano Sala, amministratore delegato di per

12.30 - 13.00 - Q&A

13.00 - 14.00 - Pranzo

14.00 - 14.20 - **Cyber crime e rischio terrorismo**

Umberto Rapetto, Generale (R) della Guardia di finanza - cyber security advisor

14.20 - 14.40 - **Assicurazione e imprevedibilità del rischio: quali soluzioni di sicurezza per le aziende?**

Uberto Ventura, managing director di Willis Towers Watson

Marsh

14.40 - 15.00 - **L'evoluzione delle responsabilità: rischi per manager e imprese**

Marco Rodolfi, studio legale MRV

15.00 - 15.20 - **Imprenditori e assicurazioni**

Angelo Bruscano, presidente nazionale dei giovani imprenditori di Confapi

Nicola Cattabeni, presidente di Ugari

15.20 - 16.45 - **Le aziende nel momento del sinistro: esperienze a confronto**

Andrea Angeletti, insurance and claims manager Aeroporti di Roma

Alberto Beretta, consigliere delegato del gruppo Beretta

Francesco Cincotti, presidente di Aipai

Carlo Cosimi, insurance vice president di Saipem

Filippo Emanuelli, amministratore delegato di Belfor Italia

Claudio Marchionni, responsabile logistica di UniEuro

Falegnameria Gianni Sala

Socio Asseprim

16.45 - 17.00 - Q&A

(*) invitato a partecipare

Con il Patrocinio di:



Altri Patrocini:



Sponsor:



Iscriviti su www.insurancetrade.it
Scarica il programma completo