

## PRIMO PIANO

## Generali, l'Ops che non c'è

Macchè Ops pronta a scattare: si tratta solo di un dossier in fase di studio. Questo il senso del comunicato ufficiale diffuso ieri da Intesa Sanpaolo per chiarire la propria posizione in merito all'interesse per il Leone di Trieste. "Possibili combinazioni industriali con Assicurazioni Generali - si legge nella nota - sono tuttora soltanto oggetto di un case study, nell'ambito delle molteplici valutazioni che il management della banca svolge regolarmente in tema di opzioni di crescita endogena ed esogena del gruppo". Intesa Sanpaolo ha voluto riferirsi alle recenti notizie di stampa "riportanti anche presunte relative condizioni" su un'ipotetica offerta pubblica di scambio. L'istituto ribadisce così "quanto già reso noto al mercato nel comunicato stampa dello scorso 24 gennaio". Già prima di diramare il comunicato, un portavoce aveva "smentito seccamente che la banca stia studiando un'offerta di scambio per Generali". Intanto, il ministro dell'Economia, Pier Carlo Padoan, intervenendo ieri in aula al Senato, ha ribadito che il Governo "guarda con molta attenzione all'attività di istituti finanziari italiani così importanti come Generali, facendo attenzione, allo stesso tempo, sia all'italianità sia alla capacità di avere un'attività internazionale profittevole".

Beniamino Musto

## INTERMEDIARI

## Le incoerenze della Idd

**Nel documento presentato al Mise, Sna evidenzia una incongruenza fra la terminologia della direttiva sulla distribuzione assicurativa, in arrivo anche in Italia, e il fine dichiarato dalla nuova norma. Con il duplice rischio di standardizzare e disintermediare. Il sindacato, come evidenzia il presidente Claudio Demozzi, chiede la correzione del legislatore e il sostegno delle compagnie**

Fervono i preparativi per la Idd. Tra questi, l'apertura di un tavolo di confronto, convocato nei giorni scorsi a Roma dal **Ministero per lo Sviluppo Economico**, a cui hanno partecipato le rappresentanze degli intermediari (agenti e broker in separata sede) per discutere del recepimento della nuova direttiva sulla distribuzione assicurativa, approvata a gennaio 2016.

Al primo tavolo è intervenuto il **Sindacato nazionale agenti** - con una delegazione tecnica composta da **Roberto Soldati** e **Antonio Agliata** - che ha già presentato al Mise un documento contenente proposte e raccomandazioni, richiamando, *in primis*, l'attenzione sulla terminologia. "Nella direttiva - spiega **Claudio Demozzi**, presidente **Sna** - vi è un abuso del termine *prodotto*, viceversa, nella realtà italiana, si parla di *contratto*. Ora, definire la polizza un *prodotto*, non solo è riduttivo, ma rischia di annullare il valore del servizio che scaturisce dal contratto stesso".

Il problema, dunque, nasce proprio dalla terminologia, considerata dagli agenti italiani, fuorviante: "un prodotto lo si distribuisce, un contratto lo si intermedia" e qui sta l'incoerenza della direttiva, sia con la realtà distributiva italiana che con il dettato stesso della norma. "Noi non vendiamo prodotti - conferma Demozzi - ma consigliamo servizi assicurativi su cui diamo consulenza: un valore che la stessa Idd riconosce nell'art. 17, laddove parla di *consulenza imparziale, chiara e non fuorviante nell'esclusivo interesse del cliente*, evidenziando una totale incoerenza fra la terminologia e il fine dichiarato dalla direttiva".

(continua a pag. 2)



Claudio Demozzi



**INSURANCE REVIEW su LINKEDIN**  
Seguici sulla pagina cliccando qui

(continua da pag. 1)

## I RISCHI DELLA DIRETTIVA

In linea generale, gli agenti condividono lo spirito della Idd, ovvero una maggior salvaguardia del cliente. Tuttavia, nei fatti, il dettato della norma provoca un duplice rischio: “da un lato, potrebbe favorire un ulteriore appiattimento e standardizzazione verso il basso dei prodotti e, dall’altro, rischia di enfatizzare la disintermediazione della vendita professionale”. Due fenomeni auspicati da alcuni grandi gruppi assicurativi, non solo europei, ma anche nostrani. Qui, però, Parlamento, autorità vigilante e compagnie possono fare la differenza: “noi – dichiara il presidente Sna – confidiamo che il legislatore italiano sia sufficientemente preparato e attento da individuare le distorsioni per il nostro mercato, raddrizzando, ove necessario, la linea della direttiva”. Lo stesso vale per Ivass e per le imprese assicurative: “quelle compagnie che ancora credono nella professionalità di noi agenti e nel valore del servizio che diamo al cliente, spingeranno verso un recepimento adeguato; viceversa, quelle che non sono di questo avviso, punteranno ad un adeguamento che vada verso la standardizzazione al ribasso e la disintermediazione”.

## I PUNTI DA MODIFICARE

Ma le proposte presentate da Sna non si fermano qui. Tra queste, l’abbassamento del limite di importo sull’intermediario accessorio; una maggiore coerenza nel dettato che riguarda gli obblighi informativi, laddove l’operare in esclusiva, in Italia, è ormai un concetto superato; l’introduzione del tetto di 12 mila euro nel sistema sanzionatorio (quando si dimostri che l’errore commesso non nasconda un reale vantaggio per l’intermediario), per evitare la duplicazione della sanzione per il numero di modelli sbagliati prodotti.

Ma non è tutto. “All’art. 15 – sottolinea Demozzi – abbiamo proposto un ampliamento del concetto di consulenza resa al cliente dall’intermediario, precisando che non riteniamo possibile che questa attività venga svolta dalle imprese o dagli operatori non professionali”.

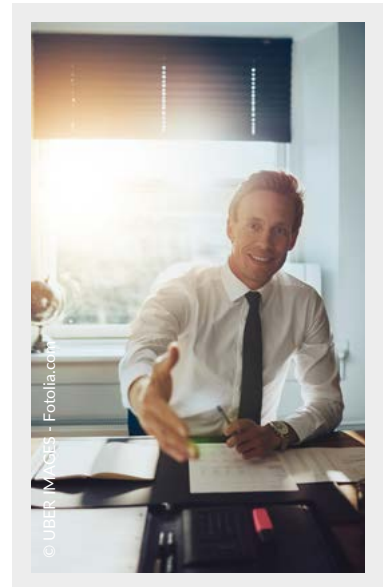
Inoltre, all’art. 1 (secondo comma), la direttiva prevede l’esenzione dall’obbligo di iscrizione al Registro per i dipendenti diretti delle imprese: “abbiamo chiesto che tale esenzione valga esclusivamente per i dipendenti diretti che non operano all’esterno della sede dell’impresa e non intermediano polizze”.

Infine, all’art. 22 (punto 3), la direttiva prevede la possibilità per i singoli Stati membri di limitare o vietare gli onorari e conseguentemente l’attività di consulenza remunerata dal cliente, effettuata dall’intermediario professionista: “abbiamo richiesto che l’Italia non limiti in alcun modo questa possibilità operativa per gli intermediari, che la stessa direttiva Ue riconosce espressamente”.

L’esecutivo nazionale Sna ha condiviso la linea proposta dal suo presidente, sintetizzata nel documento, che sarà diramato prossimamente a tutti gli agenti iscritti e che, secondo Demozzi, “ribadisce ulteriormente la centralità, autonomia e libertà dell’agente nell’offrire ai suoi clienti il proprio servizio consulenziale ed il contratto più rispondente alle esigenze del consumatore, nel rispetto delle caratteristiche proprie della nostra figura professionale”.

## PRESUPPOSTI INCORAGGIANTI

Ora, si attendono le proposte anche degli altri attori, tra cui **Anapa** e i broker. Con i primi, racconta Demozzi, non c’è stato un confronto preventivo. Situazione diversa con i secondi sulla scia del lavoro già intrapreso in sede **Bipar**, anche se le esigenze su alcuni aspetti sono evidentemente diverse. Poi, sarà la volta delle istituzioni che dovranno dimostrare se questo tavolo di confronto porterà ad un reale dialogo. “È comunque un segnale positivo, che abbiamo apprezzato – sottolinea Demozzi – e che dimostra che si è partiti con il piede giusto”. Il recepimento delle istanze dipenderà anche dal futuro della politica dei prossimi mesi: lo Sna si dice fiducioso nel fatto che il legislatore terrà conto del valore dell’intermediazione professionale in Italia “e – conclude – su alcuni passaggi ci aspettiamo che anche le compagnie (magari non tutte) si schierino al nostro fianco, così come già sembra dai primi segnali in arrivo dall’**Ania**. Ma questo lo vedremo nei fatti”.



Laura Servidio



**INSURANCE CONNECT su FACEBOOK**

Seguici sulla pagina cliccando qui 

## INNOVAZIONE

### Il futuro dell'automobile

#### Fra driverless car e shareability, le novità del settore presentate ieri al Quattroruote Day

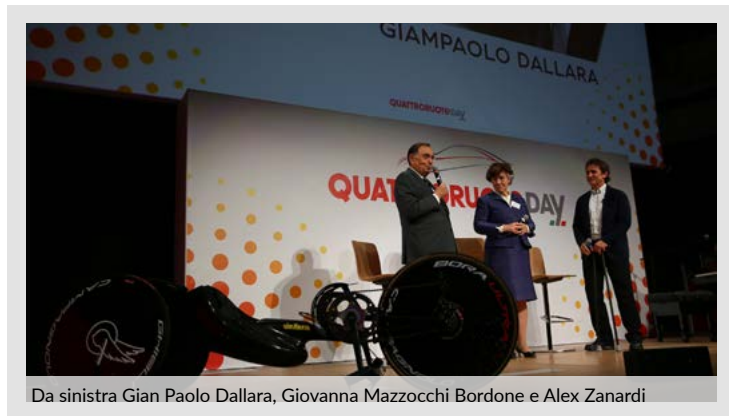
Il settore automobilistico è in continua evoluzione. Le novità investiranno tutti i player del comparto, compresa un'istituzione come il mensile **Quattroruote (Editoriale Domus)**. La testata, ha spiegato il direttore **Gian Luca Pellegrini** in occasione del **Quattroruote Day 2017**, vuole continuare a essere "un giornale in grado di accompagnare il cambiamento della società". E così, nel corso della kermesse di ieri negli spazi dell'**UniCredit Pavilion** di Milano, sono state presentate una serie di novità per la testata. Innanzitutto un nuovo prodotto, se così si può definire: i dossier, prima venduti in allegato alla rivista, diventeranno un format indipendente acquistabile singolarmente. Poi, una piccola rivoluzione nei parametri della prova su strada: per accompagnare la trasformazione digitale del mondo automobilistico, verranno inseriti nuovi indicatori per trovare risposte più puntuali alle domande dei consumatori.

#### Rivoluzione digitale, fra mobilità e urbanistica

I nuovi modelli di mobilità sono stati il tema d'apertura del convegno *PreVisioni - L'auto fra passione e nuovi paradigmi*. Secondo **Carlo Ratti**, architetto e direttore de *Senseable City Laboratory* del **Mit** di Boston, le parole d'ordine del futuro sono *shareability* e *driverless car*. Due elementi che, come prima conseguenza, porteranno a una riduzione del traffico e dei consumi. Uno studio, per esempio, rivela che sarebbe possibile ridurre del 40% la flotta di taxi circolante a New York sfruttando oculate strategie di condivisione e *car pooling*. E una maggior diffusione di veicoli autonomi porterebbe a un sensibile abbattimento dei prezzi. Tutto ciò, secondo Ratti, avrà chiare conseguenze nel tessuto urbanistico delle città, a cominciare dagli spazi predisposti per il parcheggio delle vetture. Una rivoluzione che non è ancora conclusa, ma che è già in atto.

#### Verso un nuovo design

Una possibile immagine dell'automobile del futuro verrà svelata il prossimo marzo, nella cornice del Salone dell'auto di Ginevra, quando **Quattroruote** presenterà la *concept car* che ha elaborato in partnership con **Ied** e **Pininfarina**. Leggerezza e piacere della guida sono i temi che hanno accompagnato gli studenti nella definizione del prototipo, il cui nome verrà scelto attraverso un contest su **Facebook**. Un tema, quello del design nel settore automobilistico, che ha animato la seconda parte del convegno. **Flavio Manzoni**, senior vice president del **Design Ferrari**, ha affrontato la questione in maniera suggestiva e accattivante, alternando il racconto del proprio lavoro a qualche improvvisazione jazz al pianoforte. Nel mezzo, c'è spazio per tutto quello che concerne la realizzazione artistica: suggestioni, intuizioni, serendipità, citazioni del passato e tensione verso il futuro. Il tutto tradotto in un oggetto organico ed esteticamente piacevole.



Da sinistra Gian Paolo Dallara, Giovanna Mazzocchi Bordone e Alex Zanardi

#### L'auto ai tempi dei big data

Il convegno si è concluso con un intervento di **Michele Bertone**, partner **McKinsey & Company**, sul ruolo dei *big data* nel settore automobilistico. Attraverso la connettività, sarà infatti possibile raccogliere una grande quantità di informazioni sulle abitudini e sulle preferenze degli automobilisti. E il traffico di questi dati potrà alimentare un business di almeno 450 miliardi di dollari. I player del settore stanno sondando le opportunità del mercato per presentare nuove soluzioni. Un esempio dell'uso dei *big data* arriva proprio da **Editoriale Domus**. La società, in collaborazione con **Advice Group**, ha infatti lanciato **Bemap**, un innovativo sistema che permette di mappare le preferenze dei clienti nel settore automobilistico e di convertirle in operazioni di marketing.

#### Una sorpresa nel finale

L'evento si è concluso con la consegna di due riconoscimenti. Il *Premio novità dell'anno*, assegnato attraverso i voti dei lettori a quindici vetture arrivate in finale, è andato all'**Alfa Romeo Giulia**, che ha raccolto il 33,4% dei consensi. Il *Premio Gianni Mazzochi*, giunto ormai al settimo anno e conferito a una figura che si è distinta nel settore dell'automotive, è stato invece assegnato a **Gian Paolo Dallara** "per aver realizzato nella sua lunga carriera - si legge nelle motivazioni - alcune delle gran turismo stradali più importanti di tutti i tempi". E la consegna del premio, avvenuta dalle mani di **Giovanna Mazzocchi Bordone**, presidente di **Editoriale Domus**, è stata anche l'occasione di una gradita sorpresa: sul palco, insieme a loro, è salito infatti anche il pilota **Alex Zanardi**, che proprio con la monoposto di Dallara ha iniziato a correre in Formula 3. E che ha agguantato per quattro volte l'oro olimpico con l'*handbike* messa a punto dalla factory parmense.

Giacomo Corvi



## RICERCHE

### Il rischio cresce più della consapevolezza

**Complici i recenti fatti di cronaca, le imprese italiane sembrano aumentare la propria attenzione verso il rischio cyber ma manifestano ancora comportamenti contraddittori e non maturi sulle forme di difesa**

Cambia la consapevolezza del rischio cyber tra le aziende italiane ma la gestione ha ancora un approccio *tradizionale* e non sistemico. È il messaggio sintetico che emerge dai dati della ricerca dell'Osservatorio *information security & privacy* della School of Management del **Politecnico di Milano** presentata ieri al convegno *Cyber Crime: la minaccia invisibile che cambia il mondo*. Il mutato interesse delle imprese si evidenzia dalla crescita del mercato delle soluzioni di *information security* in Italia, che nel 2016 ha raggiunto i 972 milioni di euro: +5% rispetto 2015. Il 74% della spesa è realizzato dalle grandi imprese e riguarda in modo particolare l'adeguamento tecnologico (28%), i servizi di integrazione IT e consulenza (29%), i software (28%) e il managed service (15%), voci che identificano un approccio alla sicurezza cyber di tipo tradizionale, mentre si affacciano le nuove sfide collegate alle tecnologie cloud, big data, internet of things, mobile e social. "Nel contesto attuale, servono modelli di governance più maturi e trasversali che assicurino il corretto mix di competenze per gestire tecnologie sempre più pervasive - ha spiegato **Alessandro Piva**, direttore dell'Osservatorio *information security & privacy* - è necessario progettare sistemi in grado di prevenire i possibili attacchi, ma nel contempo sviluppare programmi di sensibilizzazione all'interno delle aziende al fine di promuovere comportamenti responsabili". Dalla survey emerge anche come il mercato dell'assicurazione del rischio cyber sia ancora immaturo in Italia: solo il 15% delle imprese è provvisto di coperture assicurative, ma mentre nell'8% dei casi si tratta di polizze specifiche, mentre per il resto si tratta di coperture diverse che inseriscono il cyber tra le condizioni. Il 29% delle aziende (da Pmi a grandi imprese) sta valutando l'acquisto di coperture assicurative, mentre il 32% non ritiene ancora sufficientemente maturo il mercato cyber insurance o non ritiene che il cyber sia un problema rilevante.

Maria Moro

## COMPAGNIE

### Sara.it si veste di nuovo

**La compagnia ha completamente rinnovato il proprio sito web**



Il sito di **Sara Assicurazioni** si veste di nuovo. La compagnia ufficiale dell'**Aci** ha deciso di rinnovare il portale [www.sara.it](http://www.sara.it) rendendolo di ancor più facile accesso da ogni tipo di device, e arricchendolo di sezioni e contenuti.

Sara ha ormai una consolidata presenza on line anche sui social: i *like* su **Facebook** sono 70mila, i follower su **Twitter** sono 7.000 e le visualizzazioni dei video caricati su **Youtube** e su Facebook hanno ormai superati i due milioni. Numeri che hanno stimolato la compagnia a sviluppare questa versione rinnovata del sito, con l'obiettivo di "offrire all'utente un'esperienza di navigazione più amichevole, semplice e funzionale. Il nuovo [sara.it](http://sara.it) - sottolinea la compagnia in una nota - segna un momento importante per la comunicazione di Sara, che sceglie di abbracciare il social web sin dalle prime pagine del sito, con linguaggio e livelli di servizio diretti ed efficaci".

Con il restyling del sito, Sara vuole inaugurare una fase nuova "con una grande esperienza di *corporate storytelling*". L'organizzazione dei contenuti è stata pensata per permettere all'utente di avere un'esperienza di navigazione intuitiva, con un accesso immediato alle informazioni e alle soluzioni assicurative a cui si è interessati. Il tono della comunicazione è user-friendly, tanto per le informazioni di servizio quanto per illustrare le caratteristiche delle singole soluzioni assicurative, ad esempio fornendo esempi concreti.

Il sito si arricchisce inoltre di una componente *eduzionale*, con un blog che esplora la vita quotidiana degli utenti e le possibili scelte da compiere per garantirsi sicurezza e serenità.

Progettazione e realizzazione del sito sono state curate dalla giovane agenzia romana **Web Side Story**.

Beniamino Musto

## 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)