

PRIMO PIANO

Il nuovo assetto di Unipol

Unipol cambia e si riorganizza nel segno dell'efficienza e di nuove strategie finanziarie e distributive.

Si parte dal riassetto della struttura: la holding (Unipol) trasferirà alla controllata UnipolSai praticamente tutti gli affari assicurativi, e in particolare, attraverso le partecipazioni in Unisalute, Linear e, "qualora ne ricorrano le condizioni e i presupposti", si legge in una nota diramata oggi, anche il 63,39% di Arca Vita.

Contemporaneamente è stato approvato anche il progetto per la creazione di una bad bank in cui confluiranno i crediti in sofferenza di Unipol Banca, pari a circa tre miliardi di euro: l'operazione consentirà quindi eventuali aggregazioni con altri player (si pensa subito al dossier Bper) o a una cessione dell'istituto.

Infine, saltano anche gli accordi di bancassurance vita con Banco Bpm, (Popolare Vita). La banca nata dalla fusione di Bpm e Banco Popolare ha anche disdetto la joint venture danni con il gruppo Aviva, (Avivapop Assicurazioni).

"Le operazioni annunciate oggi - ha spiegato il numero uno di Unipol, Carlo Cimbri - non avranno impatto sui conti". L'ad ha anche confermato i target previsti dal piano industriale. Per un approfondimento della notizia, clicca qui.

Fabrizio Aurilia

WELFARE

Promuovere il benessere in azienda

Marcello Bugari, responsabile dell'academy e comunicazione interna di Reale Group, parla di "Feelin' Good", l'iniziativa promossa per sensibilizzare i dipendenti sul valore del wellness: tre incontri, su altrettanti temi, per favorire uno stile di vita sano e la cultura della prevenzione

Il ruolo delle assicurazioni sta cambiando: non più (o non soltanto) la vendita di coperture contro qualsiasi tipo di imprevisto, ma anche la fornitura di servizi e assistenza che possano, in questo senso, favorire la cultura della prevenzione del rischio. Un cambiamento reso necessario dalle mutate esigenze del mercato, e di un sistema Paese sempre meno dotato delle risorse necessarie per gestire queste tematiche. E che deve partire da coloro che costituiscono il primo tassello delle imprese che operano nel settore assicurativo: i dipendenti. È in quest'ottica che si inserisce *Feelin' Good*, iniziativa promossa da **Reale Group** per sostenere i valori del benessere e le buone abitudini di uno stile di vita sano.

Avviato nel novembre del 2016, il programma si è concluso a maggio, raccogliendo un numero sempre crescente di adesioni. Il tempo dei bilanci è arrivato. E per **Marcello Bugari**, responsabile dell'academy e della comunicazione interna di Reale Group, il risultato consolidato è senza dubbio positivo. Al punto che è già previsto un proseguimento dell'iniziativa.



Il vostro progetto arriva in momento di sempre maggior attenzione al benessere e alla salute dei dipendenti. Qual è lo spirito che ha animato la promozione di questo wellness program?

Abbiamo voluto offrire un modello di servizio ai nostri colleghi. Quando parliamo di assicurazioni, non possiamo più pensare soltanto a un ombrello da offrire al cliente in caso di sinistro: dobbiamo allargare il modello di business anche alla fornitura di servizi di assistenza e protezione. Per farlo, abbiamo ritenuto opportuno iniziare dai nostri primi *stakeholder*, ossia i dipendenti. È una filosofia che Reale Group sta portando avanti da tempo, anche nell'ottica di sviluppare un segmento della nostra offerta, quello del welfare, che sta diventando sempre più importante e strategico.

Riteniamo inoltre che la cultura della prevenzione possa portare benefici, oltre che al singolo individuo, anche alla società, all'impresa e alla famiglia. Proprio per questo motivo, abbiamo proposto alle nostre persone di coinvolgere nel progetto un parente o un amico, abbattendo così anche le tradizionali barriere tra dipendenti e famiglie. *(continua a pag. 2)*



INSURANCE REVIEW su LINKEDIN
Seguici sulla pagina cliccando qui

(continua da pag. 1)

Quali sono state le tappe fondamentali del programma?

Abbiamo scelto tre temi: benessere fisico, alimentazione e mente attiva. E per ognuno abbiamo organizzato un workshop per fornire alcuni consigli utili ai dipendenti. Il primo si è svolto nel novembre del 2016, nell'auditorium della nostra sede di Torino, in via Bertola: abbiamo coinvolto il direttore del centro di medicina dello sport della nostra città che, attraverso alcune recenti ricerche, ha dimostrato i benefici per il corpo di una sana attività fisica. In quell'occasione, abbiamo anche inaugurato la nuova palestra allestita all'interno della sede, aperta soltanto due mesi prima.

Il secondo incontro, quello relativo al *food*, si è svolto invece all'inizio del 2017, alla presenza di una nutrizionista che ha spiegato le regole basilari della buona alimentazione. In linea con l'argomento appena discusso, abbiamo annunciato l'avvio di una convenzione con **Korto**, una start up torinese che consente di coltivare il proprio orto e di acquistare on line frutta e verdura direttamente dall'ufficio.

Per l'ultimo workshop, incentrato sul *brain* e svoltosi ad aprile, abbiamo coinvolto un neuroscienziato dell'**Università di Rovereto**, che ha dimostrato come il cervello, se ben allenato, possa mantenersi attivo anche con il passare degli anni. Abbiamo pertanto regalato ai nostri colleghi una piccola brochure con gli esercizi che possono tenere in allenamento la nostra mente, e dato loro la possibilità di iscriversi ad alcuni corsi di *mindfulness*.

Come avete coinvolto i dipendenti?

Ci siamo mossi su diversi piani. Abbiamo fatto ampio ricorso a *Fabbrica Futuro*, la piattaforma social dedicata ai nostri dipendenti in cui condividiamo comunicazioni interne, appunti di formazione e tutti i principali progetti di cambiamento della nostra organizzazione. Abbiamo poi elaborato un avatar, chiamato *Welly Ness*, che ha dialogato con gli utenti sui temi del progetto, pubblicando spunti di riflessione e approfondimenti. Infine, abbiamo girato alcuni video promozionali, uno per ogni workshop, per sostenere l'iniziativa e incentivare la più ampia partecipazione.

Che risposta avete ricevuto dai dipendenti?

L'iniziativa era rivolta a tutto il personale, senza distinzioni di inquadramento. Ed è stata condotta sul modello dell'adesione volontaria. In quest'ottica, abbiamo registrato un elevato livello di partecipazione: oltre 600 persone, fra dipendenti e accompagnatori, sono state presenti ai nostri workshop. Numeri a cui vanno aggiunte i circa 100 colleghi che, impossibilitati a venire a Torino, hanno seguito in diretta streaming gli eventi sulla nostra piattaforma. L'attività sui social è stata particolarmente intensa: per ogni evento abbiamo registrato oltre mille accessi unici, con centinaia di utenti attivi con almeno un post o un commento. Decisamente positiva si è dimostrato l'esperimento di *Welly Ness*: alla fine, a testimonianza dell'efficacia del volto dell'iniziativa, si sono contati 60 commenti ai contenuti postati dall'avatar.

Qual è il vostro bilancio all'iniziativa?

Il programma ha pienamente soddisfatto le nostre aspettative: i colleghi hanno seguito costantemente le varie tappe del progetto. L'iniziativa è persino uscita dal perimetro della nostra azienda, riscuotendo un ampio risalto anche a livello territoriale. Basti pensare che siamo arrivati a stringere una collaborazione con il *Circolo dei Lettori* di Torino: abbiamo replicato i temi fondamentali del progetto, traducendoli nell'ottica della città. In questa sede, abbiamo organizzato quattro incontri e invitato volti noti dello spettacolo, giornalisti ed esperti di wellness, riscuotendo sempre un alto livello di partecipazione.

Ci sarà un futuro per Feelin' Good?

Sicuramente sì: abbiamo già previsto di replicare l'iniziativa anche nelle sedi del gruppo che, non avendo potuto partecipare di persona al programma, ne faranno richiesta. Inoltre, nel mese di luglio, faremo partire una *survey* per verificare il responso dei dipendenti e raccogliere eventuali indicazioni su come far proseguire questa esperienza. Il nostro obiettivo è quello di proseguire sul tema del benessere, magari facendo emergere altri aspetti, sempre legati all'argomento, che possano essere d'aiuto ai dipendenti nell'esperienza lavorativa e, non secondariamente, nella vita di tutti i giorni.

Giacomo Corvi



NORMATIVA

Falsi allarmi dal ddl concorrenza: torna il tacito rinnovo nella Rc auto?

Gli avvocati Maurizio Hazan e Silvia Camassa mettono il punto sulla querelle (soprattutto mediatica) nata intorno all'equivoco sulla norma modificata alla Camera: ma per le compagnie rischia comunque di essere una limitazione

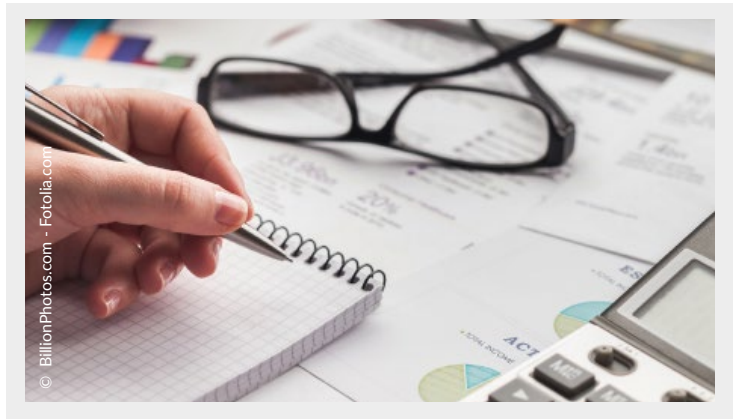
The long and winding road: questo il titolo, preso in prestito da una (splendida) canzone dei Beatles, di cui il *ddl Concorrenza* dovrebbe, ormai, fregiarsi.

Quando pareva sul punto di esser licenziato, ecco che il disegno di legge, che già da anni rimbalza inquieto tra Camera e Senato, ha incontrato un nuovo e inaspettato incaglio. Ci riferiamo all'emendamento, approvato il 20 giugno, che ha cancellato una delle più importanti novità contenute nella versione precedente del testo: cioè alla lettera a) del comma 25 dell'articolo 12, che imponeva per tutte le polizze del ramo danni il divieto di rinnovo tacito. Divieto originariamente stabilito, per la sola assicurazione della Rc auto, dall'articolo 170 bis del *Codice delle assicurazioni*.

Ebbene, tale ultimo intervento ha dato l'abbrivio a una serie di allarmi, molti dei quali alimentati in tono quasi scandalistico da varie testate giornalistiche e radiotelevisive, tutte pronte a segnalare il passo indietro che il *ddl Concorrenza*, in barba al suo nome, avrebbe compiuto anche nel settore della Rc auto, obnubilando il divieto introdotto dal decreto legge 179 del 2012, proprio attraverso l'introduzione del citato articolo 170 bis.

Non è abrogato il 170 bis

Così, in forza di un incontrollato *tam tam* mediatico, si è andata diffondendo la convinzione che il *ddl Concorrenza* (se e quando approvato) non soltanto non avrebbe più espresso il divieto generale di rinnovo tacito nel comparto danni, ma avrebbe addirittura consentito la sua reintroduzione nel settore dell'assicurazione automobilistica obbligatoria. Si tratta, ci pare, di una crassa inesattezza.



L'emendamento in oggetto, per quel che è dato comprendere consultando il sito ufficiale della Camera dei deputati, non abroga affatto l'articolo 170, bis ma si limita a eliminare una delle due previsioni aggiuntive che il *ddl Concorrenza* aveva inserito in calce a quella norma. Esce di scena la lettera a) del comma 25 dell'articolo 12, secondo cui: "01. Le polizze assicurative del ramo danni di ogni tipologia, alla loro scadenza, non possono essere rinnovate tacitamente".

Nella sua versione attuale, il disegno di legge finirebbe, così, per riformare la sola disciplina della Rc auto, non certo eliminando il divieto di rinnovo, ma anzi estendendolo automaticamente a tutte le coperture ancillari (del tipo Cvt) sovente vendute unitamente alla garanzia di responsabilità.

Tale estensione verrebbe, per la precisione, disciplinata dalla lettera b) del menzionato articolo 25, che aggiungerebbe all'articolo 170 bis il seguente comma 1-bis: "La risoluzione di cui al comma 1 si applica anche alle assicurazioni dei rischi accessori al rischio principale della responsabilità civile derivante dalla circolazione dei veicoli, qualora lo stesso contratto, ovvero un altro contratto stipulato contestualmente, garantisca simultaneamente sia il rischio principale sia i rischi accessori".

Il passo indietro non riguarda l'Rca

La formulazione di tale norma desta, peraltro, qualche perplessità, nella parte in cui *immagina* il caso, per la verità poco frequente, in cui la garanzia simultanea del rischio di responsabilità e dei rischi accessori sia offerta non attraverso un contratto unitario, ma mediante la stipula contestuale di due contratti diversi.

(continua a pag. 4)



(continua da pag. 3)

Il che potrebbe financo significare il divieto di stipula contestuale, da parte di un medesimo intermediario, di una polizza Rca (di anno o anno più frazione) e di una polizza Cvt poliennale, anche se facenti capo a imprese assicurative diverse (e dunque nell'ambito di soluzioni di garanzie niente affatto collegate e, anzi, tra loro indipendenti). Preclusione, tale ultima, la cui rigidità non sembra assistita da sicure e apprezzabili finalità concorrenziali, finendo per restringere, anziché allargare, il gioco competitivo tra *player* e impedendo il reperimento di soluzioni componibili di potenziale miglior interesse per l'assicurato.

Al netto di quanto sopra, e per tornare al tema di partenza, ci preme comunque ribadire che il passo indietro compiuto dal ddl Concorrenza non riguarda la Rc auto ma le altre garanzie danni.

Per queste ultime rimane, dunque, perfettamente operante il regime dettato dall'articolo 1899 del Codice civile, che non esclude e anzi sancisce espressamente la possibilità di prorogare tacitamente il contratto. Secondo tale disposizione: "(...) il contratto può essere tacitamente prorogato una o più volte, ma ciascuna proroga tacita non può avere una durata superiore a due anni".

Il calo dei premi ha comunque altre ragioni

Le voci di sdegno alzatesi all'indomani dell'emendamento (a stigmatizzare il favore corporativo che tale intervento avrebbe reso alle compagnie della Rc auto) risultano così per lo più mal indirizzate.

In termini generali, peraltro, ci permettiamo di osservare come il generale divieto di tacito rinnovo non avrebbe probabilmente portato agli assicurati e ai consumatori soltanto benefici: a una maggior libertà di orientare le proprie scelte d'acquisto avrebbe fatto da contraltare l'impossibilità di poter contare (se non nell'ambito di polizze addirittura poliennali) sulla garanzia di continuità nel tempo delle soluzioni di copertura inizialmente prescelte. Il che non è sempre, né necessariamente, un bene.

E anche nella Rc auto non crediamo che il tanto agognato ribasso dei costi dei premi assicurativi sia da ascrivere (solo) al divieto di tacito rinnovo. I fattori decisivi, in questi ultimi anni, sono stati probabilmente altri, come ad esempio le nuove regole in tema di valutazione medico-legale delle lesioni micropermanenti, che hanno inciso sensibilmente sul rapporto sinistri/premi di assicurazione.

Ma questa è una storia diversa.

Maurizio Hazan e Silvia Camassa,
Studio legale Taurini-Hazan

PARTNERSHIP

Willis Towers Watson entra nell'invoice trading

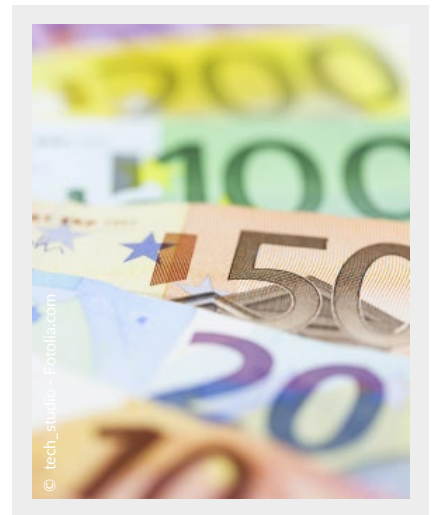
Insieme alla fintech Workinvoce favorirà le aziende italiane a cedere i propri crediti in cambio di liquidità immediata

Gli accordi tra il settore assicurativo e le *fintech* (o *insurtech*) si moltiplicano. La novità del giorno è la partnership tra **Willis Towers Watson** e **Workinvoce**, una fintech che lavora con le aziende nel campo dei crediti commerciali. Dalla nota congiunta delle due società, si apprende che le realtà che operano con Workinvoce possono accedere "a un particolare mercato per ottenere liquidità immediata" e possono proteggersi "dai rischi di mancato pagamento attraverso la cessione dei propri crediti commerciali a investitori istituzionali italiani e internazionali".

Workinvoce è il primo mercato italiano dell'*invoice trading*, che consente alle Pmi di cedere le proprie fatture per convertirle in contante. L'azienda è nata nel 2013 e gestisce il mercato on line per i crediti commerciali delle imprese italiane con circa due milioni di euro di fatture che transitano sulla propria piattaforma ogni settimana. Le aziende che utilizzano Workinvoce, secondo quanto è scritto nella nota, "hanno riportato una riduzione del proprio costo del debito fino al 30% e fatturati in crescita in media del 64%".

Willis Towers Watson, dal canto suo, proporrà questo strumento nuovo e flessibile alle aziende con cui collabora. "La partnership con Workinvoce - ha spiegato **Claudia Messori**, head of credit di Willis Towers Watson - consentirà di rafforzare la nostra attività di consulenza e di implementare le garanzie intermedie, come unico player in grado di offrire soluzioni per gli investitori istituzionali accreditati sulla piattaforma. Willis Towers Watson già presiede il segmento nell'ambito del mercato dei cosiddetti alternative capital provider, originando capitali da destinare al finanziamento di grandi progetti infrastrutturali e ad altri fabbisogni correlati al sostegno dell'economia reale".

Workinvoce lavora con "decine di aziende italiane e supporta oltre 6.000 posti di lavoro in Italia, fornendo soluzioni per ottimizzare i flussi di cassa e interventi tempestivi a favore della crescita".



Fabrizio Aurilia

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