

PRIMO PIANO

Facile.it apre al franchising

Intanto sono previste quattro nuove aperture, mentre parte il franchising per chi vorrà lanciarsi in questa nuova avventura. Facile.it entra a pieno titolo nello spazio fisico dopo l'apertura (e il successo) del punto vendita di Varese, il primo esempio della strategia che sta portando avanti il comparatore web.

All'interno dei negozi targati Facile.it, i consumatori potranno trovare "esperti assicurativi e del credito", come spiega il broker on line. Gli addetti dovranno guidare i clienti nell'utilizzo del comparatore ma anche "nell'identificazione delle migliori offerte sui prodotti confrontati". La consulenza sarà gratuita e chi vorrà potrà effettuare l'acquisto del prodotto direttamente in negozio. Solo in caso di acquisto di polizza auto o moto sarà richiesto quello che Facile.it definisce come "costo di brokeraggio".

"I negozi sono complementari al portale", ha spiegato l'ad, Mauro Giacobbe, e saranno di aiuto nell'offrire ai clienti "una consulenza sia pre sia post acquisto" per "costruire un rapporto fiduciario personale con i consulenti presenti nello store". Il sito resterà il motore dell'azienda, ha sottolineato Giacobbe, "ma l'essere presenti sul territorio ci permetterà di ridurre la distanza con i clienti e comprendere meglio le loro esigenze, consolidare ulteriormente la notorietà del marchio e intercettare quel pubblico non ancora abituato a usare gli strumenti di comparazione on line".

Fabrizio Aurilia

TECNOLOGIE

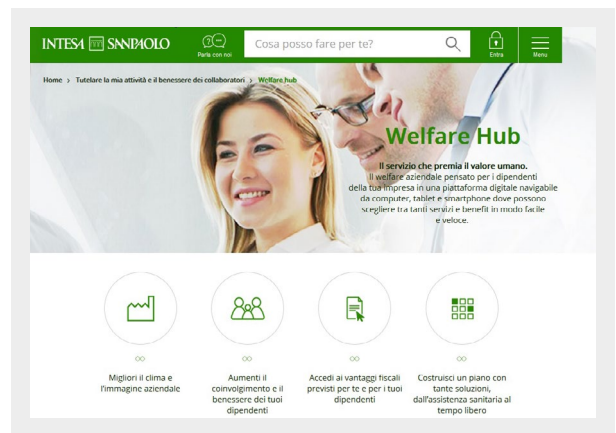
Intesa Sanpaolo lancia una piattaforma per il welfare aziendale

Con Welfare Hub i dipendenti possono esercitare i propri benefit

Il welfare pubblico ha sempre meno risorse a disposizione, mentre crescono le opportunità offerte dalle agevolazioni fiscali per le aziende che concedono servizi e prestazioni di welfare ai propri lavoratori. Per questo **Intesa Sanpaolo** ha deciso di lanciare un nuovo servizio per gli imprenditori che vogliono promuovere il benessere individuale e familiare dei propri dipendenti. Si tratta di **Welfare Hub**, una piattaforma digitale e multicanale di welfare aziendale rivolta alle imprese clienti del gruppo che scelgono di erogare ai propri dipendenti benefit sotto forma di beni e servizi in alternativa al pagamento in denaro. Accedendo alla piattaforma di Welfare Hub tramite pc, tablet e smartphone, i dipendenti aziendali potranno esercitare i propri benefit scegliendo tra beni e servizi presenti all'interno delle aree di loro maggiore interesse: casa e famiglia, salute e benessere, risparmio e tempo libero oppure viaggi e mobilità. Sarà così possibile chiedere il rimborso di spese già sostenute, richiedere voucher per l'acquisto di beni e servizi disponibili nella piattaforma; in alternativa gli utenti potranno destinare i benefit alla previdenza complementare o alla cassa sanitaria aziendale. Inoltre, con Welfare Hub, il dipendente avrà accesso a diverse aree di prodotti finanziari e assicurativi: salute, previdenza, finanziamenti alle polizze assicurative, finanziamenti dedicati ai giovani e coperture a rischio.

Per Intesa Sanpaolo Welfare Hub rappresenta una risposta all'aumento dei lavoratori che al momento di accettare un lavoro valutano soprattutto i benefit aziendali; inoltre sempre più impiegati preferiscono nuovi benefit aziendali al posto di un aumento di stipendio. "La piattaforma offre una *win-win situation*: il datore di lavoro può ridurre il costo del lavoro fidelizzando i propri dipendenti, dall'altra i dipendenti hanno un vantaggio economico e servizi importanti per la persona e la famiglia" dice **Andrea Lecce**, responsabile della direzione marketing Banca dei Territori. L'iniziativa si colloca all'interno dell'accordo triennale tra Intesa Sanpaolo e **Confindustria** che prevede lo sviluppo di piattaforme di welfare in grado di soddisfare nuovi bisogni e migliorare benessere e qualità della vita dei dipendenti.

Alessandro Giuseppe Porcari



INSURANCE REVIEW su TWITTER
Seguici cliccando qui



RICERCHE

Polizze, cresce il numero di preventivi on line

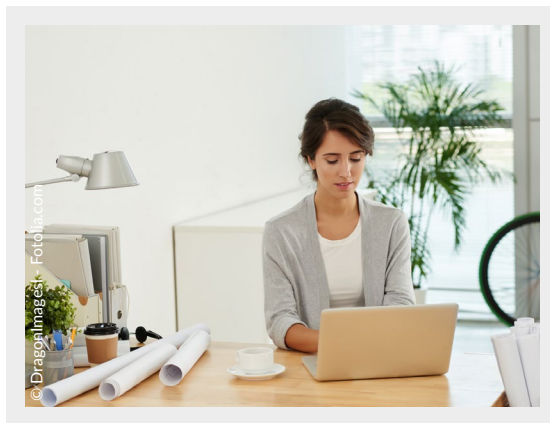
Lo certifica Nielsen nel suo ultimo Insurance report trimestrale

In Italia, da marzo a giugno 2017 sono stati richiesti 1,9 milioni di preventivi on line alle compagnie assicurative. A certificarlo è Nielsen nel suo *Insurance report* relativo al secondo trimestre dell'anno, dove si sottolinea la crescente importanza dei canali digitali nella gestione della relazione con il cliente da parte delle compagnie. Il web è ormai strategico per intercettare gli oltre nove milioni di *prospect* interessati a soddisfare i bisogni di tutela del proprio tenore di vita e di quello della propria famiglia. I numeri della rilevazione sono il risultato di un'elaborazione ad hoc su dati pc e mobile dei panel meterizzati Nielsen.

Dall'indagine emerge che gli italiani che hanno effettuato l'accesso ai siti delle compagnie e alle sezioni degli aggregatori dedicate a polizze sono 4,8 milioni, il 15% in più rispetto al pari periodo dell'anno precedente. La crescita è ancora più rilevante considerando le performance negative del 2016.

La convenienza economica (soprattutto in ambito *motor*) si conferma la principale ragione che spinge gli italiani a visitare i siti della categoria. Il 40% degli utenti ha utilizzato internet per richiedere un preventivo e/o per cercare informazioni su dove trovare l'agenzia più vicina alla propria abitazione o posto di lavoro. Più nel dettaglio, il 27% ha visitato le pagine dedicate a queste funzioni di compagnie dirette, il 17% di comparatori e, infine, il 6% di compagnie tradizionali. Poco meno di un quinto degli utenti attivi sui siti della categoria ha fruito di contenuti informativi legati alla protezione del tenore di vita individuale e della propria famiglia. L'interesse verso questa tipologia di prodotti è destinato a crescere. Nielsen prevede che, nei prossimi mesi, oltre sei milioni di italiani attivi in internet dichiareranno di avere tra i loro bisogni quello di tutelare la propria abitazione, se stessi e i propri cari. I dati provengono da una survey su 1.500 individui rappresentativi della popolazione online, che accompagna l'analisi sui panel meterizzati Nielsen. Il loro numero raggiunge i 9 milioni se si considerano coloro che sono interessati a investire i propri risparmi per il futuro e/o a integrare la propria pensione.

Infine, la rilevazione registra una maggiore importanza del mobile a livello dei servizi post-vendita. Sempre a giugno, circa 500 mila persone (cinque volte in più rispetto al pari periodo del 2016) hanno usato l'applicazione della loro compagnia per accedere alle proprie coperture assicurative e/o gestire i sinistri.



Beniamino Musto



PUNTOGLASS
www.puntoglass.com

PILKINGTON

DIPA
GLASS & TOOLS

L'AVVOCATO RISPONDE

Intermediari, agenti e subagenti possono ricevere risposte ai loro quesiti inviando un'email all'indirizzo redazione@insuranceconnect.it. Grazie per la vostra attenzione.

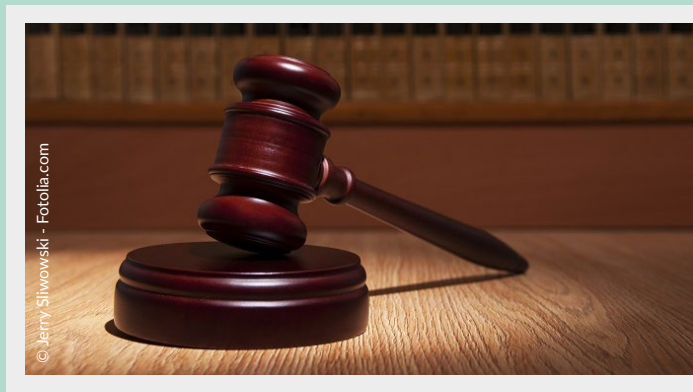
Gentile avvocato,

ho letto il suo precedente articolo (pubblicato su Insurance Daily n. 1175, 17 luglio 2017) sulle indennità di cui all'art. 2 bis, vorrei chiederle un parere sempre in merito alla applicazione dell'Ana 2003. Essendo stato recentemente revocato per giusta causa dalla compagnia, intendo contestare tale revoca. Vorrei sapere se, a suo avviso, in questi casi è meglio ricorrere al collegio previsto dall'art. 18 bis Ana o al Tribunale ordinario e quali sono le indennità che mi spettano nel caso in cui venisse accolta la mia domanda.

RISPOSTA:

Gentile lettore, purtroppo il ricorso al collegio di cui l'art. 18 bis Ana 2003 non è oggi più esperibile. Infatti, con delibera del 3/5/2011, lo stesso collegio ha deciso che la sua funzione è esaurita a seguito del rifiuto da parte dell'Ania di nominare i suoi arbitri (come conseguenza della cessazione dell'Ana 2003). Si ricorderà qui che detto collegio era stato istituito dall'Ana, sia per ridurre i tempi notoriamente lunghi che caratterizzano i processi civili (anche attesa l'importanza della fattispecie in esame), sia per dare più certezze in merito alla interpretazione di cosa sia considerabile come "giusta causa di recesso", concetto questo, che ha trovato in giurisprudenza pareri oscillanti. Ciò premesso, possiamo passare ora al problema delle indennità dovute. In una recente sentenza, il Tribunale di Milano, in un caso analogo, ha deciso che l'art. 18 bis è applicabile solo quando venga adito il ricorso al collegio ivi indicato (che nel caso di specie non fu esperito anche perché, come sopra detto, era già sciolto). Il Tribunale però ritenne irrilevante questo particolare ed ha applicato, al posto del 18 bis, la disciplina prevista dall'art. 19 Ana che regola il recesso "ad nutum" e, quindi, ha dichiarato dovute: l'indennità di preavviso di cui all'art. 13 c. 3 Ana, le indennità di cui da 25 a 33 Ana, la somma aggiuntiva i cui all'art. 12 ter c. 2 Ana, oltre quanto disposto dall'art. 20 Ana (quest'ultimo dovuto a prescindere). Tuttavia, a ben vedere, la disciplina di cui sopra prevede un trattamento complessivamente peggiore per l'agente rispetto a quello previsto dall'art. 18 bis, non fosse per altro che le indennità previste dall'art. 12 ter c. 2 Ana sono ridotte al 50% della somma indicata dall'art. 12 A, mentre l'art. 18 bis assegna nel caso di specie la somma prevista sempre dall'art. 12 A però maggiorata del 100%.

Questa decisione mi lascia perplesso perché pare non tenga conto che i problemi cui può andare incontro l'agente, colpito ingiustamente dal recesso per giusta causa, sono molto più gravi rispetto a quelli che crea il recesso "ad nutum". Non fosse per altro che il danno di immagine che il primo comporta, ancor più in un ambito, quale l'agenzia assicurativa, dove l'elemento fiduciario è alla base di ogni relazione.



È anche questa, a mio avviso, la ragione che giustifica la maggiore gravità delle sanzioni previste nel caso di specie dall'art. 18 bis Ana, il quale aveva l'evidente scopo sia di risarcire in qualche modo l'agente, riconoscendogli un ristoro a prescindere dall'esistenza o meno della prova - che rimaneva a suo carico - degli specifici danni derivati dal recesso accusatorio poi dichiarato illegittimo, sia di scoraggiare le compagnie dall'avventurarsi in recessi per giusta causa avventati o strumentali. Peraltro, a mio avviso, la disciplina descritta per il recesso "ad nutum", dagli art. 19 e 12 ter Ana, è assai articolata e male si attaglia ai casi di specie (es. come recuperare il mese di comportamento lasciato all'agente per optare fra la liberalizzazione del ptf e le indennità terminali? E la facoltà di optare per il patto di non concorrenza?). In conclusione: la tutela data nel caso in esame dal Tribunale di Milano all'agente appare peggiore, non solo di quella astrattamente prevista dall'art. 18 bis, ma anche di quella prevista dall'Ana nel recesso caso di mero "ad nutum"; il che non sembra giustificato dalle ragioni sopra esposte dal Tribunale milanese. Oltretutto, tale orientamento sembra contrastare, a mio avviso, anche con i fondamenti della nostra Costituzione quanto meno per lesione dell'art. 3 (principio di uguaglianza e ragionevolezza); 24 (diritto di difesa); 111 (giusto processo). Infatti, non si vede come la piena tutela di un rapporto giuridico, possa essere subordinata esclusivamente all'esperimento di una procedura arbitrale a scapito della giurisdizione ordinaria, a maggior ragione, se si tiene presente che dal 3/5/2011 il collegio unico di cui all'art. 18 bis Ana 2003 non esiste più e che, in ogni caso, lo stesso art. 18 bis riconosceva sempre la facoltà dell'agente di ricorrere comunque al giudice ordinario per la tutela dei propri diritti. Che, a mio parere, non possono essere diversi a seconda di quale che sia il giudice chiamato a decidere nel merito.

Avv. Paolo De Angelis - Firenze
info@studiodeangelis.eu



Insurance Review

Strategie
e innovazione per
il settore assicurativo

La rivista che rende l'informazione specialistica
dinamica e immediata.
Uno strumento di aggiornamento e approfondimento
dedicato ai professionisti del settore.

Abbonati su
www.insurancereview.it

Abbonamento annuale € 80,00 (10 numeri)

Puoi sottoscrivere l'abbonamento annuale nelle seguenti modalità:

- Compilando il form on line all'indirizzo www.insurancetrade.it/abbonamenti
- Inviando un'email a abbonamenti@insuranceconnect.it

Modalità di pagamento:

- On line con Carta di Credito all'indirizzo www.insurancetrade.it/abbonamenti
- Bonifico bancario Antonveneta IBAN IT 94 U 01030 12301 0000 0158 0865

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