

PRIMO PIANO

Il settore vita affossa la raccolta

Nel suo consueto bollettino statistico l'Ivass ha registrato una discesa della raccolta assicurativa nei primi nove mesi del 2017. I premi nei rami vita e danni hanno raggiunto 102 miliardi di euro, segnando un calo pari al -4,7% rispetto allo stesso periodo 2016.

L'Ivass spiega che il calo complessivo è dovuto all'andamento del settore vita (che rappresenta i tre quarti del mercato italiano), in riduzione per il secondo anno consecutivo: nei primi tre trimestri del 2017 la diminuzione è del 6,4% rispetto all'anno precedente, con minori premi per 5,2 miliardi di euro. Si registra una contrazione del ramo I (-18,3%), non compensata dall'aumento del 27,6% realizzato dal ramo III (polizze unit e index-linked). Anche la nuova produzione vita si riduce di tre miliardi di euro (-5,3%) rispetto al 2016.

Buone notizie arrivano dal settore danni, che ha registrato un incremento del +0,6% rispetto all'analogo periodo del 2016. In tutti i tre trimestri del 2017 l'Ivass ha osservato variazioni positive rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, con una consolidata inversione di tendenza dopo la contrazione riscontrata dal 2012 al 2016. Per leggere la news completa, [clicca qui](#).

Beniamino Musto

MERCATO

Polizze più semplici e chiare

L'Ania, insieme alle rappresentanze di agenti, broker e consumatori, ha varato le nuove linee guida per la stesura dei contratti assicurativi: si punta a migliorare la comprensibilità dei documenti attraverso norme di buon senso che possano rendere tutto più familiare all'uomo della strada

Inutile girarci in intorno: in Italia la gente sa poco e nulla di economia e linguaggio giuridico, ancor meno di assicurazioni. E così può anche capitare che il cliente, messo davanti a una polizza, si ritrovi a firmare qualcosa che non capisce pienamente. Il lessico di tutti i giorni degli addetti ai lavori, come scoperti o franchigie, può trasformarsi in un ostacolo insormontabile per il semplice consumatore. I ricorsi giudiziari, che spesso fanno da corollario alle richieste di indennizzo, trovano talvolta la loro prima causa nelle pieghe di un contratto che risulta poco masticabile per l'uomo della strada.

Così, proprio per sopperire a queste lacune, l'Ania ha pubblicato ieri le nuove linee guida per la stesura dei contratti. L'obiettivo del documento è chiaro fin dal titolo: *Contratti semplici e chiari*. E punta a migliorare la consapevolezza del consumatore che si appresta ad acquistare una polizza.

L'iniziativa segue uno specifico invito dell'Ivass, che ha poi condiviso metodologia e risultati del lavoro svolto dai diversi partecipanti. Come si legge in una nota, "il consiglio direttivo dell'Ania ha deliberato di adottare le linee guida con una progressiva applicazione ai nuovi prodotti". In aggiunta a quanto inserito nelle linee guida, l'associazione guidata da **Maria Bianca Farina** ha inoltre raccomandato alle compagnie "l'inserimento nei propri contratti di un termine per la liquidazione del danno definito da ciascun impresa anche in relazione alla tipologia di ogni contratto".

FRA BUON SENSO E FORMATO ELETTRONICO

Un linguaggio più intelligibile, maggior coerenza fra rubriche e contenuto, soluzioni grafiche che possano migliorare la chiarezza e la trasparenza del contratto: gran parte delle nuove linee guida appaiono quasi come norme di buon senso. È in quest'ottica che va letta, per esempio, l'indicazione a fornire le informazioni in maniera immediatamente comprensibile, senza inutili giri di parole: insomma, anziché scrivere *Casa sicura, con esclusioni che limitano la garanzia ai soli eventi piovosi*, perché non parlare più semplicemente di *Garanzia pioggia*? E ancora, il documento ammette la presenza di riquadri esplicativi o box di consultazione, soluzioni grafiche che, pur non avendo valore contrattuale, avrebbero la possibilità di rendere più comprensibile il testo del contratto. Indicazioni a cui si aggiungono l'agognato superamento della distinzione fra *condizioni generali* e *condizioni speciali*, l'uso di caratteri dal particolare rilievo grafico e l'invito a produrre una nuova scheda di polizza in caso di variazioni contrattuali. (Continua a pag.2)



in

INSURANCE REVIEW su **LINKEDIN**

Seguici sulla pagina cliccando qui

(Continua da pag. 1)

Ampio spazio è inoltre dedicato alla possibilità di redigere contratti in formato elettronico, cosa che consentirebbe l'utilizzo di funzionalità come riquadri, finestre o pop-up dinamici: soluzioni di cui è meglio non abusare, perché un uso eccessivo potrebbe rendere difficile la lettura, ma che comunque renderebbero senz'altro più chiaro il contratto per il cliente.

DALLA COPERTINA AL GLOSSARIO

Non si giudica un libro dalla copertina, ma magari una polizza sì. "Una buona copertina – si legge nelle linee guida – contribuisce alla chiarezza e alla sintesi nella presentazione". Insomma, chiarezza e semplicità unite alle principali informazioni sul prodotto: denominazione, logo e simbolo della compagnia e del gruppo di appartenenza; tipologia contrattuale e nome commerciale; edizione del contratto.

Stesse indicazioni di chiarezza e trasparenza anche per pagina di presentazione, indice e glossario. Più approfondite, invece, le novità sulla scheda di polizza: il cosiddetto frontespizio dovrà contenere i dati di contraente, assicurato e beneficiario, oltre che un richiamo al nome commerciale del prodotto con l'indicazione delle garanzie base e opzionali. In caso di contratto su supporto cartaceo, il documento consiglia di evidenziare in maniera chiara le garanzie operanti ed escluse, magari raggruppandole in due blocchi diversi.

IL PESO DELLA NORMATIVA

Le nuove linee guida, forse non a caso, arrivano in un momento di enorme rinnovamento giuridico. La direttiva Idd incombe e, con lei, tutte le raccomandazioni a una maggior tutela del cliente e una più agevole confrontabilità dei prodotti. In questo contesto, non stupisce che molte novità tocchino l'oggetto del contratto di assicurazione, ossia quell'insieme di coperture e distinzioni che garantiscono la copertura. L'invito è quello di arrivare a uno standard omogeneo, con un'articolazione dei capitoli che possa rendere più agevole la comparazione fra prodotti diversi e la comprensione di limiti e vantaggi.

Il tutto, ripetuto ormai come un mantra, "redatto in modo chiaro e trasparente, con l'utilizzo di termini comuni, facilmente comprensibili da parte del cliente, eliminando, per quanto possibile, tecnicismi e formule di difficile interpretazione". Per colmare così definitivamente il gap che separa un astruso produrre la documentazione a un più semplice consegnare il documento.

Giacomo Corvi



ENTRA A FAR PARTE DI ANAPA!

**INSIEME POSSIAMO
ANDARE LONTANO!**

CLICCA QUI PER ISCRIVERTI

CLICCA QUI RINNOVARE

TECNOLOGIE

Facile.it, un'app rinnova il Partner Network

Uno strumento dedicato ai professionisti prevede un processo di vendita semplificato, che sfrutta la tecnologia degli smartphone

L'agenzia a portata di smartphone. **Facile.it** semplifica il processo di vendita delle polizze e mette a disposizione dei suoi collaboratori una app direttamente legata alla piattaforma **Facile.it Partner Network**, lanciata nel 2012 con la funzione principale di preventivatore, raccolta di dati anagrafici e gestione post-vendita dei contratti assicurativi. In questo modo gli intermediari assicurativi della rete di vendita possono ampliare l'offerta di prodotti, andando fisicamente incontro ai propri clienti.

Si tratta di un nuovo strumento che faciliterà il lavoro quotidiano dei collaboratori. "Vogliamo un processo di vendita più orientato alla mobilità, per rispondere alle esigenze degli intermediari che spendono gran parte della loro attività fuori dall'agenzia", spiega **Nicola Trincas**, managing director di **Facile.it Partner Network** a **Insurance Daily**. Allo stesso tempo, l'app punta a servire meglio i clienti, favorendo l'incontro con gli intermediari. Per questo, l'applicativo offerto da **Facile.it** avrà un carattere gestionale, che lo rende più simile a uno strumento di agenzia, come un'agenda per appuntamenti con i clienti, o avvisi per sapere se una polizza di un cliente è in scadenza.

Fotocamera e firma grafometrica

Il primo vantaggio dell'app è il superamento del vincolo tradizionale dello scanner e della stampante di ufficio, strumenti fino a oggi necessari per le normali procedure d'emissione. La fotocamera del cellulare consente di raccogliere i documenti del cliente e associarli automaticamente alle pratiche. Tutto è pensato per gestire i dati in mobilità. "Abbiamo visto – spiega **Trincas** – che la gestione documentale della polizze era complicata. Oggi è anacronistico far firmare tutti i documenti. L'esperienza quotidiana in banche o uffici postali sta abituando i clienti alle firme digitali".

Grazie all'app, i collaboratori del **Partner Network** possono finalizzare i contratti senza passare per l'ufficio, in qualsiasi luogo ci sarà l'incontro tra intermediario e cliente. Per questo, la firma grafometrica tramite smartphone consente di sottoscrivere documenti di polizza, come il questionario di adeguatezza e l'incarico d'intermediazione, senza la necessità di stamparli. Dopo averla installata, i collaboratori del **Facile.it Partner Network** potranno utilizzare tutte le funzionalità della piattaforma, accedendo alla



propria area personale attraverso le credenziali d'uso. "Vogliamo – continua **Trincas** – mettere a disposizione degli intermediari la tecnologia disponibile sul sito. Uno strumento dedicato ai professionisti, con elementi per loro importanti, come ad esempio la presenza o meno di continuità assicurativa".

Sinergie tra Facile.it e intermediari

"I clienti – spiega **Trincas** – vedono in **Facile.it** l'occasione per fare a meno dell'intermediario. Noi invece vogliamo dare ai nostri collaboratori un'occasione per creare sinergie, perché con l'app si avranno tutti i vantaggi offerti dal nostro sito". L'app **Facile.it Partner Network**, disponibile per smartphone **Android** ed **iOS**, può essere scaricata da **Apple Store** o dal **Google Play**, ma può essere utilizzata solo dagli intermediari che hanno un regolare accordo di collaborazione con il broker online. L'app sarà una leva per estendere il network degli oltre 2.500 collaboratori. "Noi – continua **Trincas** – siamo un broker tecnologico. Abbiamo a nostra disposizione un team composto da 14 designer, sviluppatori mobile, programmatori. Persone dotate di creatività e capacità ingegneristica". Sarà questo gruppo di professionisti a consentire a **Facile.it** di realizzare entro l'anno "il cantiere 2018", che prevede di aggiungere all'app la capacità di preventivare e censire tutti i flussi di post vendita delle polizze.

Alessandro Giuseppe Porcari

  **INSURANCE CONNECT su YOU TUBE**
Seguici cliccando qui

EVENTI

Formazione Progetica su Ape, Rita e novità previdenziali

Un seminario tecnico, teorico e pratico, dedicato agli operatori che vogliono affiancare i propri clienti nello sviluppo di educazione e pianificazione finanziaria di qualità

Una giornata di formazione su Ape, Rita e cumulo gratuito, i nuovi strumenti previdenziali che hanno introdotto flessibilità per coloro che desiderano andare in pensione qualche tempo prima. La organizza **Progetica**, società di consulenza specializzata in educazione finanziaria, assicurativa e previdenziale, il prossimo 26 marzo a Milano, all'Hotel Marconi.

Il seminario, *Andare in pensione prima? Si può!* Ape, Rita e tutte le novità 2018, è della durata di una giornata d'aula, corrispondente a sei ore formative Ivass, ed è rivolto a tutti gli operatori che vogliono affiancare i propri clienti, o utenti, nello sviluppo di educazione e pianificazione previdenziale di qualità.

Il corso ha due anime, una teorica e una pratica, durante la quale si terranno simulazioni per offrire ai partecipanti utili strumenti e chiavi di lettura. Per l'Ape volontaria, in particolare, saranno sviluppati casi specifici attraverso l'uso sia del simulatore **Inps**, sia di quello messo a disposizione da Progetica e **Itinerari Previdenziali** che collabora all'iniziativa.

Il seminario sarà tenuto da **Andrea Carbone** di Progetica, esperto di educazione finanziaria e previdenziale, nonché collaboratore di alcuni tra i principali organi di informazione per i quali si occupa di analisi, letture e modelli di simulazione sulla previdenza pubblica e complementare.

Per partecipare all'evento del 26 marzo a Milano occorre iscriversi al link <https://www.progetica.it/ape-e-rita-2018-seminario-progetica/>, compilando la scheda e inviandola via mail a formazione@progetica.it, oppure via fax allo 02.43916527, entro il 20 marzo.

Ai lettori di Insurance Connect è riservato anche uno sconto del 15%, pari a 50 euro: nel modulo occorre barrare la casella "quota agevolata 270€" e indicare nella mail o nel fax d'iscrizione "sconto IT15".

Per ulteriori informazioni: <https://www.progetica.it/wp-content/uploads/sites/2/2018/03/SchedaAdesione-SeminarioProgetica-2018.pdf>

F. A.

COMPAGNIE

La seconda vita di Ariscom

La società rilevata dagli americani di Argo ha una nuova guida: Matt Harris. A breve si procederà al re-brand

Argo, gruppo assicurativo statunitense con sede alle Bermuda, ha ufficializzato in una nota l'acquisizione di **Ariscom** fornendo alcuni dettagli sul nuovo corso cui è destinata la compagnia. Il ruolo di managing director viene affidato, con effetto immediato, a **Matt Harris**, capo operativo di Argo per l'Europa e l'Asia.

"Ariscom ci fornisce una base stabile che possiamo usare per espandere efficacemente la nostra presenza nell'Europa continentale", ha spiegato **Mark Watson** (nella foto), ceo del gruppo Argo, sottolineando che l'Italia "è uno dei mercati assicurativi danni più grandi e meglio performanti. Siamo anche desiderosi di sfruttare



l'attuale rete di broker e clienti di Ariscom in tutta Italia con la possibilità di sviluppare capacità nel lungo termine su tutta Europa, in particolare in Spagna e Portogallo". Nei prossimi mesi Argo procederà al re-brand di Ariscom per evidenziare la forza della nuova organizzazione combinata. "Il nostro team internazionale – ha affermato **José A. Hernandez**, capo del segmento internazionale del gruppo Argo – ha una grande esperienza che migliorerà l'efficacia, l'efficienza e, in definitiva, la redditività di Ariscom. Stiamo pianificando una strategia di rilancio aggressivo e intendiamo implementare alcune delle comprovate soluzioni digitali dell'azienda per migliorare il valore che possiamo fornire ai clienti".

L'operazione di acquisizione di Ariscom era stata autorizzata dall'Ivass lo scorso 19 febbraio. Argo aveva messo sul piatto 20 milioni di euro per l'aumento di capitale, che è stato sottoscritto il 9 febbraio scorso.

B. M.

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

Supplemento al 14 Marzo di www.insurancetrade.it – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577