

## PRIMO PIANO

### Polizze vita che non lo erano

Una polizza vita è da considerarsi tale solo se garantisce la restituzione del capitale investito: in caso contrario, si tratta di un semplice prodotto di investimento. Lo ha stabilito recentemente la Corte di Cassazione, con la sentenza n. 10.333/2018, scatenando un vero e proprio polverone fra gli operatori del settore. Stando alla decisione della Suprema Corte, si possono annoverare fra le polizze vita solo quei contratti in cui il rischio dell'assicurato è assunto dall'assicuratore.

Nel mirino sono finite immediatamente le polizze di ramo III, già oggetto di un recente monito dell'Ivass perché, scaricando sostanzialmente il rischio sul consumatore, si configurano come soluzioni "molto finanziarie e poco assicurative" e finiscono per snaturare "l'essenza del prodotto assicurativo". Negli ultimi anni questo genere di prodotti ha registrato una crescita impetuosa: nel 2016 valevano 24 miliardi di euro, mentre a febbraio si erano intestate un terzo della nuova produzione vita, con un giro d'affari di 2,7 miliardi.

La distinzione operata dalla Corte di Cassazione rischia di non essere una semplice operazione di facciata: in ballo ci sono vantaggi fiscali ed ereditari tipici delle polizze vita. E che non valgono per i normali prodotti di investimento.

Giacomo Corvi

## NORMATIVA

### Idd: recepimento italiano e il paradosso dei luoghi comuni

L'opinione di Aiba sul futuro scenario normativo a commento dell'articolo "Idd un piano per far fuori i piccoli distributori"

Il recepimento in Italia della direttiva Idd sembra rappresentare un'occasione per concentrare le attenzioni su pochissime regole locali che nulla hanno a che vedere con il cambiamento imposto dalla nuova direttiva. Ci sembra pertanto l'occasione per fare un po' di chiarezza e dare alcuni aggiornamenti ai lettori di *Insurance Daily*, sulla base di comprovati dati di fatto e non di rumors o opinioni personali.

È evidente che il lavoro compiuto dal Mise per il recepimento della direttiva Idd ha difettato di un processo di ascolto degli operatori e di analisi di impatto regolamentare: la questione è stata fortemente segnalata da **Aiba** e dalle associazioni di categoria degli intermediari che hanno stigmatizzato il comportamento del Governo, segnalandolo a tutti i livelli istituzionali. Le associazioni hanno ricevuto un documento di presentazione del testo normativo (peraltro nemmeno fedele al suo effettivo contenuto) quando l'articolato era già stato trasmesso alle Camere per il relativo parere, in piena campagna elettorale e dunque in un contesto di grande disattenzione istituzionale.

Prima ancora del passaggio del testo al parere parlamentare, Aiba ha potuto verificare che il testo normativo in discussione al Consiglio dei ministri conteneva due norme di particolare criticità che non avevano correlazione con la direttiva e non trovavano specifica indicazione tra i criteri di delega che il Parlamento aveva indicato al Governo: la prima riguardava un obbligo di *hard disclosure* sui compensi percepiti dagli intermediari su tutti i contratti assicurativi, la seconda si riferiva a una eccentrica modifica dell'art. 117 del Codice delle assicurazioni e applicabile esclusivamente agli agenti assicurativi.

Relativamente al primo aspetto, nella stesura del testo non si è tenuto conto che il consumatore ha un effettivo interesse a comprendere il peso di tutti i carichi (non solo dei compensi di intermediazione) quando acquista prodotti assicurativi vita a contenuto finanziario, in modo da conoscere la riduzione del capitale investito rispetto al premio pagato.

(Continua a pag.2)



Da oggi puoi leggere **Insurance Daily** scaricandolo gratuitamente dall'App **Insurance Review**

Download on the App Store

GET IT ON Google Play

(Continua da pag.1)

Viceversa, l'informazione non è pertinente e può risultare fuorviante nell'ambito di coperture di puro rischio, dove al consumatore non interessa sapere il caricamento sul premio, in quanto il suo obiettivo è di avere una idonea copertura assicurativa in termini di massimali, franchigie, scoperti ed esclusioni, rispetto al prezzo complessivamente pagato. Inoltre, esiste una effettiva difficoltà nel garantire un corretto *level playing field* tra i costi di intermediazione e l'indicazione di quelli organizzativi e amministrativi (call center, piattaforme web ecc.) nel caso di distribuzione diretta.

## UN FAVORE AL PLURIMANDATO

La seconda questione è stata invece ispirata dall'Autorità di vigilanza che ha suggerito la norma sulla base delle numerose sanzioni comminate per violazione della tenuta del conto separato. Gli atti parlamentari delle recenti audizioni, che hanno visto la partecipazione attiva di Aiba, mostrano un generale orientamento contrario alla norma da cui riteniamo si possa attendere una revisione nel testo finale. Peraltro, se l'obiettivo è quello di salvaguardare gli interessi dei clienti, operatori e organismi istituzionali sanno con certezza che la soluzione va ricercata altrove, atteso che il pagamento in contanti consente l'appropriazione di somme che mai saranno versate sul conto delle compagnie.

Siamo pertanto tutti convinti che la norma non raggiunge l'obiettivo sotteso, è squilibrata a sfavore principalmente degli agenti plurimandatari, ma anche delle compagnie di assicurazione che per tipologia di business utilizzano reti plurimandatari; colpisce infine l'attività di brokeraggio che passa per le reti agenziali e che riguarda l'attività di tutti i broker assicurativi di qualunque dimensione e provenienza geografica. Questa è la ragione per cui Aiba, unitamente alle altre associazioni di categoria ha condotto la sua strategia di contrasto, secondo schemi comunicativi di volta in volta ritenuti più appropriati.

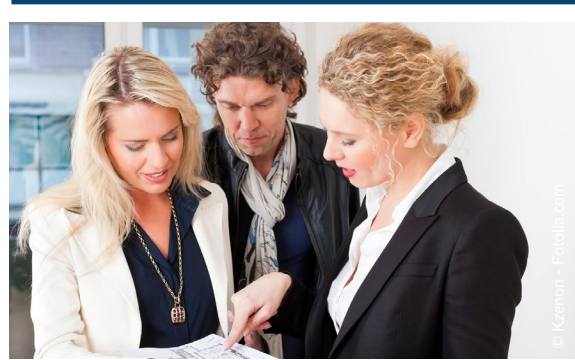
## IL CONFLITTO DI INTERESSI IMPATTA SUI BROKER

Fin qui le eccezioni del testo italiano che più hanno attirato le attenzioni dei media. Ma il testo di recepimento ha ben altre complessità che andranno affrontate in tempo utile affinché gli operatori siano sufficientemente attrezzati e il dibattito sia ampio e approfondito anche sugli organi di stampa: procedure di *whistleblowing*, POG, riforma della informativa precontrattuale, distribuzione con o senza consulenza, gestione dei conflitti di interesse, sono le vere sfide del nuovo assetto normativo di cui sembra che al momento nessuno abbia interesse ad approfondire. Ci limitiamo qui, per ragioni di tempo e spazio, alla questione dei conflitti di interesse e all'obbligo che il nuovo Codice imporrà a tutti gli operatori relativamente alla comunicazione a *lvass* delle partecipazioni superiori al 10% nel capitale delle società di intermediazione e alla dichiarazione dell'esistenza di stretti legami. La norma impatta su tutti i broker di tutte le dimensioni, in considerazione dei legami di varia natura con aziende di brokeraggio riassicurativo nonché agenzie di sottoscrizione o agenzie di assicurazioni.

## UNA SFIDA PER LA PROFESSIONALITÀ

Ci sembra che il tempo sia maturo per commentare i nuovi scenari con un approccio costruttivo e olistico, tenendo conto che la tecnologia e il mercato tendono a eliminare le forme di intermediazione che non mettono in evidenza un valore aggiunto: lo abbiamo sperimentato con la vendita di alcuni beni (dischi, libri, riviste, biglietteria viaggi), lo stiamo sperimentando nel settore finanziario mediante sistemi di *robot advisor*.

In conclusione, la sfida non è tra operatori di dimensioni diverse ma è di tipo professionale rispetto alla capacità di fornire una consulenza personalizzata che aggiunga valore a un acquisto individuale da parte del cliente. Inoltre, nei processi di consolidamento normativo quali quelli che stiamo affrontando nel settore della intermediazione finanziaria, le piccole dimensioni non sono di per sé uno svantaggio competitivo a patto di possedere un'organizzazione sia pur semplificata che tenga sotto controllo i processi organizzativi e amministrativi necessari per svolgere un'attività di impresa ad alto controllo di vigilanza. Automazione, processi organizzativi standard e piattaforme di autoverifica, sono gli strumenti che possono fare la differenza competitiva, garantendo efficienza alle organizzazioni di tutte le dimensioni.



## RICERCHE

# Le compagnie italiane abbracciano la connected insurance

**Secondo uno studio promosso da Cetif e Crif, oltre il 60% delle imprese assicurative attive nel nostro Paese ha integrato un dispositivo IoT ad almeno un prodotto. Con un aumento delle opportunità di business, ma anche con nuovi rischi**

Il cammino è segnato. L'assicurazione del futuro sarà sempre più legata a doppio filo con l'utilizzo di dispositivi connessi in grado di fornire dati in tempo reale. Informazioni preziosissime per le compagnie, per proporre premi più calibrati, offrire servizi a valore aggiunto, ma soprattutto per essere più attente e vicine alle esigenze del cliente, sviluppando ulteriori punti di contatto. In Europa il mercato italiano mostra una posizione di leadership in alcuni segmenti, come l'ambito motor dove nel 2017 il nostro Paese registrava il più elevato numero di black box installate (5,3 milioni).

La progressiva diffusione delle tecnologie basate sull'Internet of Things sta portando a un'evidente trasformazione dei mercati. La definizione di nuovi modelli di business e di servizio sono ormai indispensabili per sintonizzarsi con l'evoluzione delle abitudini di acquisto e consumo della clientela. Questo ha permesso anche la crescita di numerose aziende innovative che nel corso degli ultimi anni hanno rivoluzionato i propri mercati di riferimento. Prova a delineare un quadro completo sullo stato dell'arte della *connected insurance* in Italia il primo stream di ricerca del *Digital insurance hub* dal titolo *IoT & new insurance models*, progetto promosso da **Cetif** in collaborazione con **Crif**. L'iniziativa ha visto la partecipazione di sei compagnie operanti nel mercato italiano (**Arca Vita, Credemassicurazioni e Credemvita, Generali Italia, Helvetia, Itas Mutua e Munich Re**).

### Internet of things ancora in crescita

Lo studio rileva che nel 2018 la diffusione di polizze abbinate a dispositivi IoT sta crescendo ancora. Ciò avviene in particolare nel comparto motor, dove il 61% delle prime 35 compagnie offrono soluzioni di questo tipo. Punto di forza della diffusione è una contestuale offerta di servizi a valore aggiunto abbinati al prodotto. Sulla base dell'analisi del mercato motor nell'ultimo biennio, lo studio promosso dal Cetif ha tratto alcune conclusioni in merito all'integrazione di strumenti IoT nelle polizze tradizionali. In particolare, rispetto all'offerta al 2017, il mercato si dimostra più evoluto. Risulta in calo, infatti, la quota di cosiddetti *slow mover* a vantaggio dei *follower* e *first movers*. Altro segnale significativo è l'ingresso nel mercato italiano di polizze in linea con lo standard internazionale, che consentono al potenziale cliente di testare il prodotto prima di decidere di installarlo sul veicolo (*try before you buy*). I ricercatori di Cetif e Crif riscontrano un mercato abbastanza maturo, in fase di consolidamento verso tipologie di prodotti e servizi sempre più evolute (70% dell'offerta totale di dispositivi IoT connessi al veicolo rientra in



tale casistica). "L'incremento dei *first movers* e dei *best practice* rispetto al 2017 – si legge in un abstract della ricerca – è indice di una sempre maggiore attenzione del mercato ai bisogni della clientela, che richiede sempre più servizi mirati e personalizzati. Un premio Rca che tariffe in base al reale stile di guida sta diventando sempre più uno standard di tali tipologie di polizze".

### Abitazioni più connesse

Nel 2017, stando ai dati di un precedente studio di Cetif, solo il 16% delle compagnie proponeva polizze abitazione abbinate a *white box*. Ora la situazione sembra invece in evidente aumento. L'offerta di polizze con dispositivi IoT è in profonda evoluzione. Nel 2018 il 25% dei principali gruppi ha emesso polizze con integrazioni IoT con dispositivi connessi che offrono servizi come la rilevazione degli incendi, monossido di carbonio, temperatura, o intrusioni. Attualmente in Italia più dei due terzi delle compagnie ha in portafoglio soluzioni property non integrate con dispositivi IoT, offrendo servizi a valore aggiunto basati sull'instaurazione di partnership con centri di riparazione convenzionati o liquidazioni tempestive in forma specifica. Dallo studio emerge anche una propensione a integrare le polizze che utilizzano tecnologie IoT con servizi a valore aggiunto in particolare in ambito *Safety* e *platform & data*. Particolare importanza viene data alle abitudini comportamentali: stile di vita e interazioni con i dispositivi connessi.

(Continua a pag.4)



(Continua da pag.3)

## Salute: una distribuzione non convenzionale

La foto scattata nel 2017 per quanto riguarda il ramo *Health & wellness* mostrava compagnie italiane ancora ferme a livello di sperimentazione: uno sviluppo che risultava frenato soprattutto dai possibili rischi derivanti da malfunzionamento o mancato aggiornamento dei dispositivi *wearable*. Nel 2018 lo stato dell'arte del comparto salute e benessere mostra ancora delle sperimentazioni da parte delle compagnie. La ricerca segnala però che il focus non è tanto sull'integrazione di dispositivi IoT quanto piuttosto sulla diffusione di polizze malattia e infortuni tramite canali non convenzionali. "Le compagnie – spiega il Cetif – guardano con duplice interesse l'integrazione di dispositivi IoT intercettando i bisogni del cliente fidelizzandolo, fornendo servizi a valore aggiunto e raggiungendo i potenziali clienti in punti di contatto non tradizionali".

## Le compagnie, tra rischi e nuovi modelli di business

L'offerta di polizze evolute prosegue verso un cammino di evoluzione e, parallelamente, si intensificano e si modificano i rischi a cui le compagnie sono esposte. Lo studio ne fa un elenco in ordine di rilevanza: la *business interruption*, le catastrofi naturali, il *market development*, i cambi legislativi, gli incendi e le esplosioni. In questo contesto, secondo Cetif, le compagnie "ritengono cruciale la scelta di un partner affidabile, poiché l'offerta end to end di polizze a copertura di rischi emergenti, o comunque di complessa mitigazione, è ritenuta essere di difficile sostenibilità".

Sul fronte dello sviluppo, invece, alle compagnie è richiesto di confrontarsi e implementare nuovi modelli di business che integrino soluzioni di *p2p* e *Insurance on demand*. In particolare nei rami danni "risultano di più immediata integrazione, forte del fatto di una maggiore cultura assicurativa e di una più facile definizione del perimetro assicurato e in generale di più immediata comprensione", spiega Cetif, che porta come esempio la soluzione *Omnichannel smart onboarding*, presentata da Crif ai partecipanti allo studio. Il servizio si propone di "rispondere alle nuove esigenze del contesto digital", mettendo a disposizione delle assicurazioni "tutti gli ingredienti per gestire in maniera innovativa la customer journey della clientela".

Beniamino Musto

## COMPAGNIE

# Allianz verso un business a basse emissioni

### Molti gli impegni presi dalla compagnia nell'immediato sui temi Esg ma molte anche le strategie che vedranno i frutti nel 2040

Allianz aumenta l'impegno nei confronti della sostenibilità con una serie d'iniziative a livello di gruppo. In primis, la compagnia promette che entro il 2040, attraverso un processo graduale, eliminerà sia gli investimenti proprietari in attività basate sul carbone sia la copertura assicurativa degli stessi rischi. Allianz s'impegnerà anche ad aumentare la percentuale di energie rinnovabili nell'acquisto dei propri servizi, come l'elettricità.

Nel business danni, con effetto immediato, Allianz non fornirà più assicurazioni a centrali elettriche a carbone o a miniere di carbone già operative o in fase di realizzazione; viceversa le aziende che generano elettricità da molteplici fonti, come carbone, altri combustibili fossili o energie rinnovabili, continueranno a essere assicurate individualmente sulla base di criteri Esg (*Environment social governance*), sempre però con la prospettiva di eliminare completamente i rischi del carbone nel portafoglio entro il 2040.

Il gruppo sta già informando i clienti sulle implicazioni a breve termine e sui cambiamenti strategici delle scelte intraprese. "Lavoreremo a stretto contatto con loro – dice in una nota Chris Fischer Hirs, ceo di Allianz global corporate and specialty – per trovare soluzioni adeguate che consentano un percorso congiunto verso un'economia a basse emissioni di carbonio".

Per quanto riguarda l'investimento dei premi degli assicurati, Allianz gradualmente eliminerà dal portafoglio le aziende che non riusciranno ad adeguare le loro emissioni di gas serra all'obiettivo della Cop 21, cioè l'accordo di Parigi sul clima del 2015.

"Siamo convinti che il nostro approccio – spiega nel comunicato Günther Thallinger, membro del board of management e responsabile per gli investimenti e l'Esg – migliorerà ulteriormente il profilo di rischio/rendimento del nostro portafoglio a lungo termine e rafforzeremo così la nostra posizione di investitore lungimirante. Svilupperemo quindi strategicamente le nostre opportunità d'investimento nelle nuove tecnologie".

La soglia massima di emissioni di carbonio da parte delle aziende del settore energetico che Allianz finanzia sarà abbassata cinque punti percentuali alla volta, partendo dall'attuale 30%, per arrivare allo 0% entro il 2040. "Tale soglia – specifica Allianz – si riferisce o ai ricavi generati da società minerarie mediante estrazione di carbone o alla percentuale di elettricità generata dal carbone da parte di società energetiche". Il prossimo adeguamento avverrà quindi entro i prossimi cinque anni.

Entro fine anno, infine, Allianz, insieme a partner del mondo scienza, della società civile e dell'economia, svilupperà i propri metodi per raggiungere gli obiettivi stabiliti nell'ambito dell'associazione non-profit, **Science based target initiative**.

Fabrizio Aurilia

## 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)

Supplemento al 7 maggio di [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it) – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577