



PRIMO PIANO

Anche dalla Milano ok a UnipolSai

Dopo il via libera alla nascita di UnipolSai dalle assemblee di Unipol, Fonsai, e Premafin, è arrivato anche l'ok all'ingresso di Milano Assicurazioni. Oggi, all'avvio dei lavori dell'assemblea dei soci di risparmio, si è infatti presentato solo il 33,88% del capitale della categoria: considerato che Unipol dispone del 26,5% del capitale di risparmio, l'esito dell'assemblea è apparso subito scontato. I soci di risparmio, in caso di voto contrario al progetto, avrebbero potuto bloccare l'ingresso della Milano in UnipolSai. Su questo punto l'ad di Unipol, Carlo Cimbri, ieri aveva lanciato un monito di avvertimento ai soci di risparmio: "si prenderebbero una grossa responsabilità - aveva ammonito - anche verso quelli che hanno votato a favore. Le prospettive stand alone non sono così positive come per chi partecipa al progetto". Secondo il numero uno di Unipol, la Milano da sola sarebbe stata più fragile e meno redditizia: nel caso in cui non fosse stata incorporata da UnipolSai, sarebbe restata quotata autonomamente e controllata dal nuovo gruppo: in tal caso le sinergie di UnipolSai al 2015 si sarebbero ridotte di circa 45 milioni di euro, rispetto ai 350 stimati.

Beniamino Musto

NORMATIVA

Incertezza Prips per i prodotti Vita

La elaborazione della normativa europea in materia di distribuzione di prodotti finanziari ed assicurativi tocca la sorte delle polizze vita tradizionali, mettendo in discussione gli elementi di remunerabilità degli intermediari

Come noto, in questo momento il Parlamento europeo e il Consiglio stanno elaborando tre strumenti legislativi destinati a riformulare, non senza qualche sostanziale modifica e innovazione, l'offerta e la distribuzione di prodotti finanziari e assicurativi nel mercato europeo.

In particolare, è in via di approvazione la **Mifid 2** (relativa ai mercati finanziari), la **Imd2** (regolante l'intermediazione assicurativa) ed il Regolamento sui **Prips** (nuova disciplina sulla offerta di pacchetti contenenti prodotti di investimento o assicurativo-finanziari per il mercato retail).

LA REMUNERAZIONE DA PARTE DEL CLIENTE

Per quel che qui interessa, e in estrema sintesi, va sottolineato che, in via generale, il Legislatore europeo ha assunto come benchmark i principi contenuti nella MiFid ai fini di assicurare una miglior tutela dell'utente.

Fra tali principi, potrebbe incidere maggiormente sull'attuale assetto di interessi quello secondo il quale, qualora l'intermediario dichiari di fornire consulenza indipendente, non solo dovrà agire nel miglior interesse del cliente, ma dovrà anche astenersi dal percepire commissioni da parte del fornitore dei servizi intermediati, potendo solo ricevere una remunerazione da parte del cliente.

Questo regime sembra destinato a essere applicato nel comparto delle polizze vita, che contengono elementi di investimento, le quali dovrebbero essere assoggettate all'emanando regolamento Prips, nonché alla sezione VII della bozza di Imd2 (dedicata appunto alla intermediazione dei Prips).

(continua a pag.2)



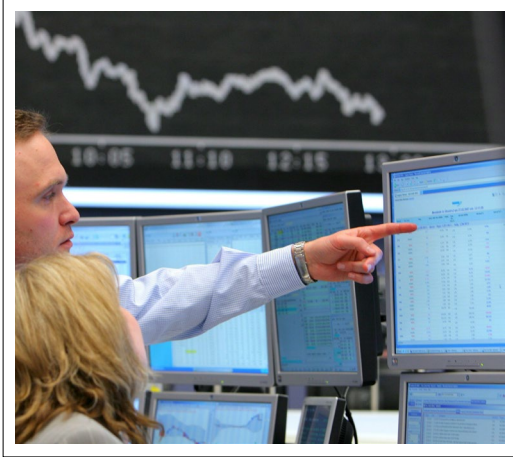
NEWS DA WWW.INSURANCETRADE.IT

Faro dell'Ivass sulle polizze per i mutui

Ancora criticità sulle polizze legate ai mutui. Non sono bastati tutti gli interventi legislativi per limitare le storture di questo mercato. Da una recente indagine dell'Ivass, sono emerse ancora delle irregolarità nelle pratiche di commercializzazione in fase di promozione e collocamento e nella presenza di clausole contrattuali che aggravano la posizione dell'assicurato rendendo inefficace la copertura. "Le problematiche - ha sottolineato **Corrado Baldinelli**, segretario generale dell'Authority - coinvolgono fortemente banche e intermediari finanziari". Le modalità di vendita sono spesso difformi rispetto alle normative vigenti, in particolare in fase assuntiva, scrive l'Ivass, "sono emerse irregolarità riconducibili, per lo più, alla mancata acquisizione delle informazioni necessarie alla valutazione di adeguatezza dei contratti assicurativi offerti ai singoli soggetti finanziati". Per leggere il resto della news clicca **qui**



Seguici anche su Facebook alla pagina di Insurance Connect e su Twitter @insurancetrade



(continua da pag. 1) Il dato preoccupante è che la definizione esatta di quali prodotti rientreranno nella disciplina dei Prips non è stata ancora compiutamente formulata. La tendenza è quella di ricomprendere nella categoria dei Prips tutti i prodotti vita che contengono un elemento di investimento, nel senso che la prestazione promessa in contratto è anche solo in parte soggetta agli esiti della fluttuazione dei mercati finanziari.

L'IMPATTO SULLA DISTRIBUZIONE DI PRODOTTI DI PROTEZIONE

Secondo questa visione, dovrebbero restare esclusi dalla normativa di cui si è detto solo i contratti di assicurazione vita di puro rischio o di mera protezione, mentre tutti gli altri dovrebbero venir assoggettati alla normativa dei Prips.

Pertanto, anche le polizze vita con capitale rivalutabile o di capitalizzazione dovrebbero essere ricomprese nella normativa sopra detta. Con il rischio, quindi, che anche la distribuzione di tali polizze, comunemente piazzate nel mercato italiano dalle reti di agenti e da broker medi e piccoli, debba essere assoggettata alle complesse regole che si stanno elaborando per i Prips, le quali introducono ulteriori adempimenti e regole di comportamento che risulteranno con tutta probabilità alquanto onerosi per i piccoli e medi intermediari.

In questo contesto, va salutata con favore la presa di posizione del Consiglio europeo che, secondo quanto riferisce il **Bipar**, è orientato a escludere dal campo di applicazione della normativa dei Prips i prodotti di assicurazione sulla vita c.d. tradizionali, ossia quelli che, sebbene recanti una componente finanziaria, forniscono comunque la garanzia di mantenimento di un capitale, quali le polizze in virtù delle quali il premio viene impiegato in gestioni patrimoniali separate.

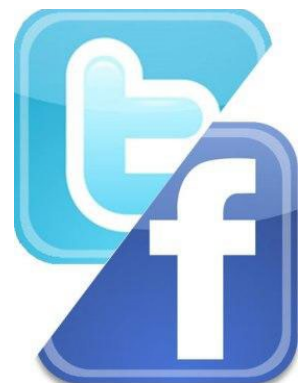
Dall'altra parte però, va segnalato che, nella serata del 22 ottobre, nell'ambito della Commissione del Parlamento Europeo dedicata alle questioni di carattere economico e finanziario (denominata Econ), è stato approvato un testo nel quale risulterebbero esclusi dalla disciplina dei Prips solo i prodotti assicurativi che non prevedono la corresponsione di valori di riscatto o prestazioni a scadenza, con la conseguenza che le polizze vita miste con prestazioni garantite rivalutabili o collegate a gestioni separate sarebbero ricomprese nella nuova regolamentazione.

IL RUOLO FONDAMENTALE DELLE ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

Di fronte a questa altalenante situazione è auspicabile che la posizione del Consiglio venga sostenuta e finisca per prevalere nella interlocuzione con il Parlamento e la Commissione (il c.d. *dialog*), tanto nell'ambito delle procedure di approvazione del Regolamento Prips quanto della direttiva Imd2.

Nel contempo si confida che tutti i rilevanti *stakeholders*, nonché le associazioni di categoria degli assicuratori e degli intermediari (nazionali ed europee), cerchino di sensibilizzare i membri del Parlamento europeo affinché si orientino nel senso di condividere la posizione del Consiglio, ed escludere dalla normativa relativa alla emissione e distribuzione dei Prips le polizze vita con prestazioni garantite ancorché contenenti elementi di investimento, quali possono qualificarsi le polizze vita miste con prestazioni garantite rivalutabili e/o collegate a gestioni separate, che per comodità possiamo chiamare *tradizionali*.

Tali prodotti infatti, ancora oggi, rappresentano un elemento qualificante del pacchetto distributivo delle reti di piccoli e medi intermediari e, proprio per le loro caratteristiche di convenienza e assenza di rischi di perdita del capitale, le medesime è opportuno che possano venire liberamente offerte al pubblico dei consumatori su base provvisoria (e cioè operante solo a conclusione dell'affare) anziché previa consulenza da rendersi ogni volta a costo del potenziale assicurando.



Avv. Carlo Galantini
Galantini Heilbron Cocco-Ordini, Milano

**Seguici anche su
Facebook alla
pagina di
Insurance Connect
e su Twitter
@insurancetrade**



INIZIATIVE

L'assicurazione in chiaro, le polizze spiegate al grande pubblico

Il primo numero della collana di guide, realizzate da Forum Ania - Consumatori, è dedicato alla Rc auto

Spiegare al grande pubblico i temi assicurativi di maggiore interesse, attraverso un linguaggio semplice, concreto e chiaro. Con questo obiettivo è nata *L'assicurazione in chiaro*, una collana di guide realizzata dal **Forum Ania - Consumatori**.

Pensando di rivolgersi a un'ampia platea di destinatari, la prima opera pubblicata non poteva che essere dedicata a un argomento molto conosciuto dal grande pubblico: l'Rc auto, la copertura assicurativa più diffusa tra gli italiani.

All'interno della guida sono illustrate le caratteristiche e il funzionamento di questo tipo di polizza, le regole per il risarcimento dei danni, le formule tariffarie, le garanzie accessorie. Esiste poi un capitolo interamente dedicato a fornire tutte le informazioni utili a risolvere in maniera rapida (attraverso una specifica procedura di conciliazione a cui aderiscono imprese assicuratrici e associazioni dei consumatori) eventuali controversie relative a un sinistro che ha coinvolto la propria autovettura.

Successivamente, la collana tratterà temi altrettanto interessanti per i consumatori, come quelli riguardanti l'intermediazione assicurativa, l'assicurazione vita, l'assicurazione per la casa e la famiglia e altri argomenti utili per i cittadini consumatori.

Il primo numero della collana è stato pubblicato sia in formato cartaceo sia elettronico (formato pdf, oppure ebook utilizzabile per tablet, pc, Mac, iPad) ed è già visibile sul sito internet del Forum Ania - Consumatori (www.forumaniaconsumatori.it). Oltre che attraverso il sito del Forum, le pubblicazioni saranno messe a disposizione del pubblico anche attraverso i siti internet delle associazioni dei consumatori e delle imprese interessate.

B.M.



EVENTI

Insurance marketing award, ecco i vincitori dell'edizione 2013

I riconoscimenti sono andati a Direct Line, Genertel, Sara Assicurazioni e Allianz

Si è tenuta lo scorso 21 ottobre a Milano la cerimonia di consegna dei premi per la quarta edizione degli *Insurance marketing award*, manifestazione ideata e organizzata da **Luca Galgani** di **Jakala marketing solution**, società attiva nel campo del marketing assicurativo.

Il comitato scientifico del premio ha esaminato 37 progetti "di riconosciuta qualità innovativa" che hanno concorso all'interno delle varie categorie. Come miglior programma *Loyalty* è stata premiata **Direct Line** per *Bonus direct*, mentre il premio *Rhiag* sulla sicurezza per la miglior campagna di marketing "volta a sensibilizzare i clienti o a promuovere azioni inerenti alla sicurezza stradale" è andato a **Genertel** per *Quality driver*, con un attestato di merito assegnato a Direct Line per *Non perdiamoci di vista*. Miglior progetto di comunicazione o advertising è stato giudicato *È tempo di usare la testa* di **Sara Assicurazioni**, con un attestato di merito assegnato a Genertel per la sua *Tutto può accadere*. Infine, il *gran premio Ima 2013* per il miglior progetto *incentive e motivation* se lo è aggiudicato **Allianz** grazie al suo *Allianz Arena tour*.



A precedere la consegna dei riconoscimenti ai vincitori è stata una tavola rotonda dal titolo *Assicurare l'Italia - la filiera assicurativa a sostegno del Paese*, nel corso della quale i relatori, **Michele Languino** del Sindacato nazionale agenti (**Sna**) e **Claudio Cacciamani**, ordinario di Economia degli intermediari finanziari presso l'Università di Parma, hanno indicato idee e spunti per la crescita del settore assicurativo. Nel corso della serata, sono state presentate due *case history* di successo, in particolare quelle di **Eataly** e della campagna mutui di **Cari-parma**, *Mutuo 2e50 regala Smeg*.

"La testimonianza di Eataly - ha spiegato Luca Galgani - deve essere presa come serio spunto di riflessione dalle compagnie. Eataly ci insegna che per mangiare bene e sano non è necessario spendere tanto. La politica di Eataly è il mangiare bene accessibile a tutti. Questo deve diventare il mantra delle assicurazioni che devono pensare a rendere accessibile il prodotto assicurativo ed alla portata economica e di comprensione di tutti".

B.M.

