

## PRIMO PIANO

### Protocollo comune sul Covid-19

L'Ania e le sigle sindacali First-Cisl, Fisac-Cgil, Snfia, Fna e Uilca hanno annunciato ieri pomeriggio di aver condiviso un protocollo comune riguardante le misure per la prevenzione, il contrasto e il contenimento della diffusione del virus Covid-19 negli ambienti di lavoro del settore assicurativo.

L'obiettivo del protocollo, oltre a recepire le prescrizioni contenute nei provvedimenti del Governo, è quello di "condividere indicazioni operative uniformi per tutte le Compagnie associate", spiega un comunicato stampa dell'Ania, che parla di "un importante risultato" e di un impegno che, "a fronte dell'evolversi della situazione epidemiologica e per la funzione che il settore assicurativo riveste nel tessuto economico nazionale, è volto principalmente a incrementare l'efficacia delle misure precauzionali adottate dal Governo e dall'autorità sanitaria".

Secondo Maria Bianca Farina, presidente dell'associazione delle imprese assicurative, la sigla di questo protocollo costituisce una "conferma del grande senso di responsabilità con il quale il settore assicurativo si sta impegnando per dare il proprio supporto al fine di superare il momento di estrema difficoltà che il nostro Paese sta vivendo".

B.M.

## INTERMEDIARI

### Come tutelare il consumatore e non affogare gli intermediari?

**La modifica del regolamento 40 preoccupa agenti e broker. Un'indagine di Innovation Team evidenzia tutte le perplessità degli addetti ai lavori di fronte alle proposte dell'Ivass: l'eccesso di attenzione verso la clientela rischia di tradursi in costi e inefficienze per il canale distributivo**

Non bastassero le preoccupazioni per gli impatti dell'emergenza Covid-19, all'orizzonte degli intermediari assicurativi si apre un nuovo possibile motivo di preoccupazione: la modifica del regolamento 40, già avviata dall'Ivass attraverso un documento in pubblica consultazione.

La proposta dell'Ivass prevede, fra gli altri interventi, l'obbligo di consegna al cliente di una dichiarazione che attesti la rispondenza del prodotto alle sue esigenze e ne spieghi i motivi, l'esposizione di un elenco che illustri le collaborazioni in corso, la registrazione e archiviazione di telefonate e mail in caso di comunicazioni a distanza finalizzate alla vendita.

Proposte finalizzate a una maggior tutela e consapevolezza del cliente, che tuttavia generano scetticismo negli intermediari, già rimasti scottati dagli impatti del regolamento 40, attivo da ottobre 2019. Il recepimento della Idd, secondo agenti e broker, ha appesantito le attività gestionali e allungato i tempi di vendita, a fronte di benefici limitati in termini di chiarezza della proposta al cliente e di possibilità di sviluppare nuovi business (la cosiddetta consulenza remunerata).

Almeno questo è quanto emerge dall'indagine *L'impatto dell'evoluzione normativa sull'attività degli intermediari*, che **Innovation Team** ha svolto per conto di **Sna, Uea e Acb**, a cui hanno aderito 1.213 intermediari.

#### LE MODIFICHE NON CONVINCONO

Anche le proposte di modifica dell'Ivass raccolgono non poche critiche:

- il 93% e il 91% degli intermediari prevede rispettivamente che la dichiarazione di rispondenza del prodotto alle esigenze dei clienti produrrà maggiori oneri amministrativi e allungherà i tempi della trattativa;
- il 70% teme un incremento del rischio di contenzioso con il cliente;
- il 90% prevede che l'obbligo di registrazione e archiviazione delle comunicazioni da remoto genererà un incremento dei costi;
- il 45% ritiene che l'obbligo di esposizione dell'elenco delle collaborazioni avrà un impatto rilevante sull'attività.

I timori degli intermediari sono confermati dagli esponenti delle associazioni di intermediari che hanno promosso l'indagine, concordi nell'auspicare che gli interventi, giustamente finalizzati a una maggior tutela del consumatore, non finiscano per complicare ulteriormente l'attività di intermediazione. (continua a pag. 2)



Roberto Conforti, presidente di Uea



Claudio Demozzi, presidente di Sna

(continua da pag. 1)

Il tutto non dimenticando le specificità del mercato italiano, in cui la diffusa sottoassicurazione di famiglie e imprese va a braccetto con la limitata cultura assicurativa.

## LA PREOCCUPAZIONE DELLE SIGLE ASSOCIATIVE

“L’evoluzione normativa che ha, per così dire, sommerso la distribuzione assicurativa in Italia, ma non solo, ha il condivisibile e lodevole intento di rendere più vera ed efficace la tutela del consumatore”, spiega **Roberto Conforti**, presidente di Uea. “L’attuazione di questo intento normativo – prosegue – si scontra tuttavia, nel quotidiano, con la cronica e massiccia ignoranza dei consumatori italiani in materia assicurativa e finanziaria, nonché con la qualità normativa delle nostre polizze, che rende le stesse incomprensibili a qualsiasi persona mediamente dotata. Questa sciagurata modalità rende impossibile per agenti e broker fornire una corretta informazione documentale al consumatore, figurarsi una consulenza documentata atta a consentire da parte del cliente una scelta consapevole, perché adeguata ed appropriata”.

Critica anche la posizione dello Sna, qui sintetizzata dal presidente **Claudio Demozzi**: “Abbiamo rilevato la scarsa utilità, lato cliente e consumatore, di alcune tra le proposte contenute nello schema di regolamento n. 2, nonché la tangibile preoccupazione degli intermediari per i maggiori oneri che le stesse novità provocherebbero. Con ciò contravvenendo al previsto principio di proporzionalità, secondo il quale l’esercizio del potere andrebbe adeguato al raggiungimento del fine, con il minor sacrificio degli interessi dei destinatari”.

## CLIENTI DI FRONTE ALLA NOVITÀ

Detto dei rischi di generare ulteriori costi per gli intermediari, non appaiono irrilevanti gli aspetti positivi dell’iniziativa dell’Ivass: per un intermediario su tre questa migliorerà la qualità e trasparenza della proposta ai clienti, mentre per il 27% l’acquirente sceglierà la polizza più adatta con maggior consapevolezza.

Opinione confermata dalle interviste ai responsabili delle associazioni di consumatori, svolte da **Patrizia Contaldo**, responsabile dell’Osservatorio Bocconi sul mercato assicurativo. Dall’indagine emerge tuttavia che solo la clientela più evoluta riconosce gli effetti positivi del recepimento della Idd in termini di chiarezza e trasparenza della proposta contrattuale. Nella prassi invece il cliente medio non percepisce i cambiamenti nella documentazione contrattuale perché il rapporto fiduciario con l’intermediario sostituisce una lettura sistematica della documentazione contrattuale da parte del cliente.

“L’indagine sui consumatori – osserva **Luigi Viganotti**, presidente di Acb – dimostra che gli stessi vedono nella professionalità dell’intermediario la soluzione alle esigenze assicurative e basano di conseguenza il loro rapporto con l’intermediario sulla fiducia che esso genera nei loro confronti. Quindi ritengono un appesantimento la produzione di ulteriore documentazione, che in ogni caso non sarebbero in grado di valutare circa l’appropriatezza delle dichiarazioni da sottoscrivere: chiedono viceversa meno documenti ma più trasparenti e più educazione assicurativa che faccia comprendere meglio le polizze che vengono sottoposte”.

## LA PALLA AL REGOLATORE

“Nel complesso l’esito dell’indagine non sorprende – afferma **Fabio Orsi**, partner di Innovation Team, società di ricerca di **Cerved Group** – e va inquadrato in un contesto complesso per gli intermediari, alla luce della rilevante crisi di sostenibilità affrontata negli ultimi anni, dovuta anche al continuo appesantimento delle attività gestionali. La categoria appare quindi sospesa, da un lato, fra la richiesta di maggior tutela del consumatore (anche per valorizzare il ruolo dell’intermediazione professionale) e, dall’altro, la preoccupazione che un nuovo intervento regolatore possa avere effetti dannosi per l’operatività, e di conseguenza i costi, di buona parte delle reti”.

La palla ora torna al regolatore, con una sfida tutt’altro che banale: trovare il giusto equilibrio fra due esigenze molto sentite, la tutela del consumatore e la valorizzazione dell’intermediazione professionale.

“Avremmo avuto piacere di partecipare a un incontro di approfondimento in Ivass per illustrare risultanze e valutazioni dei ricercatori. Ma, considerata l’attuale situazione sanitaria, ci siamo visti costretti alla trasmissione dei report, in vista di un’interlocuzione a distanza con l’Istituto: siamo fiduciosi – conclude Demozzi – che il regolatore, impegnato in queste settimane nella stesura del documento finale, vorrà ponderare gli effetti delle possibili novità, anche in vista di una valutazione di impatto più approfondita, rispetto a quella contenuta nella bozza del provvedimento”.



Luigi Viganotti, presidente di Acb



Fabio Orsi, partner di Innovation Team

## INIZIATIVE

# Nasce l'Italian Insurtech Association

**Fare sistema e promuovere lo sviluppo del mercato assicurativo digitale accelerando l'innovazione dei modelli di offerta e servizio e aumentando gli investimenti. Questi gli obiettivi della neonata associazione, come spiega a Insurance Daily il presidente Simone Ranucci Brandimarte**

Se ne parlava da tempo, ora è arrivata l'ufficialità. È nata l'**Italian Insurtech Association (IIA)**, una entità senza scopo di lucro costituita da tutte le componenti della filiera del mercato: compagnie e broker assicurativi; banche e intermediari finanziari; società specializzate in tecnologie abilitanti e nel marketing digitale assicurativo.

L'associazione, spiega una nota, "ha l'obiettivo di accelerare l'innovazione dell'industria assicurativa attraverso formazione tecnica, condivisione di best practice tecnologiche, generazione di sinergie tra gli associati e confronto con le istituzioni nazionali e internazionali". Una missione sistemica sintetizzata nel claim *Enabling Insurtech Ecosystems*. "In Italia – spiega a *Insurance Daily* il presidente dell'associazione, **Simone Ranucci Brandimarte** – non si riesce molto a fare sistema. Né nella condivisione delle best practice, né nella decisione degli standard, e nemmeno nella creazione dei cosiddetti *sandbox*", cioè quegli strumenti che permettano alle start up di godere di deroghe normative transitorie, sperimentando su scala ridotta e per un periodo limitato tecnologia e servizi. "Anche la collaborazione all'interno della filiera – aggiunge – tanto tra compagnie e start up e quanto tra intermediari e start up, è minore rispetto a ciò che avviene in altri Paesi". Questa situazione si riflette nei numeri: in Italia gli investimenti in insurtech sono inferiori a quelli delle altri Paesi europei comparabili con il nostro. "Questo – avverte Ranucci – è un aspetto su cui porre attenzione, perché se questa situazione persiste nel tempo, contribuirà a creare un gap non solo tecnologico, ma anche di performance. E non solo per i grandi gruppi, ma per tutta la filiera. Dobbiamo quindi fare sistema, attraverso la formazione, le competenze, senza lasciare nessuno indietro. E definendo insieme una serie di obiettivi comuni: è questo ciò che si propone di fare la nostra associazione".

### La genesi dell'associazione

L'associazione, che formalmente è stata costituita lo scorso gennaio, nasce per iniziativa di un gruppo di aziende e di



Simone Ranucci Brandimarte, presidente di IIA

privati che hanno iniziato a definire una serie di obiettivi, dopo una serie di confronti con altre realtà, tra cui anche l'**Ivass**. Il consiglio direttivo cambierà ogni 12 mesi, ha un management dedicato. "Abbiamo studiato molto nel dettaglio – spiega Ranucci Brandimarte – i modelli internazionali delle esperienze analoghe in Germania, Francia e Regno Unito, Paesi in cui le associazioni insurtech hanno fatto da motore propulsore al trend tecnologico". Un elemento importante che secondo il presidente di IIA ha funzionato all'estero è quello di dare la possibilità di partecipare all'associazione anche agli individui. "Il tessuto assicurativo italiano è fatto da tanti soggetti, come broker o agenti, che rischiano di restare tagliati fuori dal circuito dell'innovazione. Attraverso l'associazione le persone potranno documentarsi e accedere a opportunità di formazione che stiamo studiando".

L'associazione fa parte di un network internazionale di associazioni: la **Global Insurtech Association** che si prefigge l'obiettivo di accelerare la creazione di best practice internazionali.

### Chi sono i soci fondatori

I soci fondatori dell'IIA sono dieci tra manager e imprese: oltre al nome dell'attuale presidente, nella lista figurano **Gerardo Di Francesco** (managing partner del broker assicurativo **Wide Group**), che è il vice presidente; **Gianluca De Cobelli**, co-fondatore di **Yolo** assieme a Simone Ranucci Brandimarte; **Alfredo Scotti**, presidente di **KT&Partners**; **Cristiano Flavio Josef**, manager di **Swiss Re**; come imprese, nella lista figurano la compagnia **Net Insurance** guidata da **Andrea Battista**; **Propensione**, società di intermediazione digitale di previdenza integrativa fondata da **Giancarlo Scotti**; le già citate **Wide Group** e **Yolo**; e lo studio legale **D'Argenio Polizzi e Associati**.

(continua a pag. 4)





(continua da pag. 3)

“Come fondatori – osserva Ranucci Brandimarte – abbiamo un mix tra individui e aziende che riflette la nostra logica aperta e partecipativa: non vogliamo essere una lobby, ma agire in una logica di sistema”.

Ai dieci fondatori si sono aggiunti 35 soci rappresentativi di tutte le componenti imprenditoriali e professionali dell'industria insurtech: sono i soci costituenti che condivideranno e approveranno il programma 2020/2021 dell'associazione (IIA white paper). L'IIA, inoltre, è aperta alle imprese industriali e commerciali interessate a integrare l'offerta ai propri clienti con prodotti assicurativi e anche a singoli professionisti di settore interessati a crescere in competenze in settore insurtech.

### La governance e il manifesto

La governance dell'associazione sarà basata su un consiglio direttivo, rinnovato ogni anno, e un management che avrà il compito di realizzare un programma articolato in diverse aree ciascuna con specifici obiettivi e finalità, che sarà reso pubblico nelle prossime settimane attraverso un white paper. Come accennato, la missione associativa sarà perseguita attraverso attività di diversa natura: programmi di formazione e approfondimento per ampliare e aggiornare le competenze tecnico-operative professionali, confronti periodici tra gli operatori sui temi di gestione e sviluppo (share business), e la costruzione di un data base di contenuti tecnologici e accademici insurtech (in Italia e a livello globale), a uso esclusivo dei soci. L'IIA, inoltre, promuoverà ogni anno un insurtech summit. La prima edizione si terrà a Milano il prossimo 17 settembre.

Parallelamente, gli obiettivi dell'associazione saranno perseguiti “anche attraverso il confronto con l'autorità di vigilanza sull'attività assicurativa e con le istituzioni di riferimento per l'innovazione e l'Agenda digitale italiana (ministero per l'innovazione tecnologica e la digitalizzazione)”, conclude Ranucci Brandimarte.

Beniamino Musto

## COMPAGNIE

# In partenza #PrimaveraAlleanza

**Tutta la rete distributiva della compagnia è preparata per operare da remoto**

**Alleanza Assicurazioni** lancia #PrimaveraAlleanza, iniziativa parte del progetto #InsiemeGeneriamoFiducia promosso da **Generali** per sostenere intermediari, clienti e dipendenti nell'emergenza coronavirus. L'intera rete distributiva della compagnia, composta da 12mila consulenti, opererà da remoto per assistere in ogni momento a distanza la propria clientela. “Da oggi diventiamo il più esteso operatore assicurativo a distanza del Paese, con i nostri 12mila consulenti in grado di servire al telefono o via web le famiglie italiane”, ha commentato l'amministratore delegato **Davide Passero**. “Negli ultimi anni – ha aggiunto – abbiamo investito significative risorse in competenze, metodologie e tecnologie per trasformare la nostra organizzazione nella più grande rete assicurativa digitale in Europa: oggi questa strategia ci permette, in un contesto mutato, di essere pronti ad affrontare una nuova normalità e offrire assistenza ai nostri clienti e anche a tutti i cittadini che vogliono essere informati sulle tutele alle quali poter accedere”.

La compagnia ha inoltre annunciato una serie di misure a favore della clientela. Chi ha sottoscritto o sottoscriverà la soluzione **Grandi Cure di Semplice con Alleanza** potrà innanzitutto usufruire di un indennizzo forfettario pari al 10% del capitale assicurato in caso di ricovero in terapia intensiva in seguito ad accertata diagnosi da coronavirus. Con la soluzione **Interruzione da reddito** è invece prevista una diaria giornaliera per ricovero ospedaliero e convalescenza. La compagnia ha inoltre previsto l'estensione della campagna **100% Alleanza** fino al termine di aprile e la concessione di prestiti a tasso zero per il primo anno sulle polizze esistenti.

Prosegue infine il piano di selezione e inserimento di giovani con il programma **Generazione Alleanza**, che sbarca online, dove approda anche l'iniziativa **Investment Day**, che diventa un webinar pensato per le famiglie che vogliono comprendere meglio le dinamiche e l'evoluzione dei mercati finanziari. I **Previdenza Day** e i **Protection Day** finiscono invece per concentrarsi sul tema di attualità più sentita dalla popolazione: virologi ed esperti del settore saranno a disposizione degli oltre mille partecipanti per sensibilizzare, attraverso cadenzati appuntamenti sul web, la popolazione sui rischi sanitari e, più in generale, sulla salute.

Giacomo Corvi

### 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)