

PRIMO PIANO

Ivass, ok ai contratti digitali

Dopo l'emergenza non si tornerà indietro: anche nei contratti assicurativi. Lo ha sostenuto Stefano De Polis, segretario generale di Ivass, in un intervento riguardo la normativa contrattuale: "mercato e Autorità – ha detto – sono concordi che con la fine dell'emergenza non si debba tornare allo status quo ante ma sia necessario disciplinare in modo appropriato fasi precontrattuali, consenso, forma e trasparenza dei contratti assicurativi gestiti con strumenti digitali anche agili".

Durante la pandemia, va ricordato, sono stati sperimentati e poi legittimati dalle autorità di vigilanza, non solo nel settore assicurativo, "modalità emergenziali per la gestione dei rapporti con la clientela" che, proprio grazie alle tecnologie digitali, "hanno messo in evidenza le loro potenzialità".

Il tema dell'oscurità e talvolta ambiguità dei contratti è uno dei più complessi per il settore. Dall'esame dei reclami, ha continuato De Polis, l'insoddisfazione della clientela e i motivi di contenzioso derivano spesso da "non chiare e univoche clausole", soprattutto riguardo le garanzie e le esclusioni. "Tecnicismi e ambiguità – ha sottolineato – non sono percepite dall'assicurato in sede di stipula e finiscono per costituire fonte di conflitto in caso di sinistro". Per leggere un approfondimento clicca qui.

F.A.

INTERMEDIARI

Affidabilità, vicinanza e professionalità

Un anno fa, quando è scoppiata la pandemia, era impossibile immaginare gli scenari futuri ed è ancora troppo presto per ritenere che tutto sia risolto. Tuttavia, spiega Elena Zambelli, presidente regionale per l'Emilia Romagna di Anapa, la figura dell'agente resterà ancora centrale perché forte dei propri valori storici e del ruolo peculiare di prossimità con la clientela

La pandemia ha stravolto le certezze di ognuno di noi e ci ha obbligati a comprendere che tutto può cambiare repentinamente. Il Covid-19 ha accelerato i processi di digitalizzazione che erano già in atto e ha modificato le modalità di approccio attraverso sistemi che si basano anche sull'intelligenza artificiale. Secondo **Elena Zambelli**, presidente regionale per l'Emilia Romagna di **Anapa Rete ImpresAgenzia**, e agente **Vittoria Assicurazioni** a Castelfranco Emilia, tutto ciò "non deve spaventare e non deve essere ostacolato ma dobbiamo continuare a perseguire e a credere nel principio della centralità della figura dell'agente di assicurazione, senza dimenticare che esso rappresenterà sempre valori quali affidabilità, vicinanza e una certificata professionalità verso tutta la propria clientela". Quanto all'evoluzione del mercato nel prossimo futuro, Zambelli in questa intervista a *Insurance Daily* si dice ottimista: l'industry dell'assicurazione, spiega, "resta uno dei punti stabili dell'economia italiana e penso che le istituzioni e tutte le forze produttive e sociali non possano immaginare di porre le basi di un nuovo sviluppo senza avere al loro fianco il settore assicurativo".



Elena Zambelli

Come sono stati i primi mesi del lockdown dal suo punto di vista? Come giudica le misure di sostegno alle agenzie che sono state messe in campo dalle varie compagnie?

Ormai è trascorso un anno dall'inizio della pandemia e stiamo continuando ad affrontare situazioni molto impegnative. Nei primi mesi abbiamo avuto modo di scoprire nuove tipologie di approccio con la clientela, che hanno tutto sommato risposto adeguatamente alla situazione di emergenza.

(continua a pag. 2)



INSURANCE REVIEW
È SU FACEBOOK

Segui la nostra pagina



(continua da pag. 1)

Abbiamo cercato di essere presenti, seppur non fisicamente, attraverso un servizio costante e coerente con le difficoltà del momento, e questo ha ripagato. Più complicato è forse stato il rapporto con la rete dei collaboratori, che ha subito maggiormente l'impatto dovuto alla limitazione della mobilità.

Per quanto riguarda le misure di sostegno che le agenzie hanno ricevuto dalla compagnie, credo siano state tutte necessarie e fondamentali. La situazione è stata inedita per tutti e certamente non facile da gestire da ambo le parti. C'è da dire che, un anno fa, era assolutamente impossibile immaginare quali potessero essere gli scenari futuri e forse, ancora oggi, è troppo presto per ritenere che tutto sia risolto. Ad ogni modo, ritengo che le compagnie abbiano, consapevolmente e responsabilmente, compreso l'importanza e la necessità di tutelare al meglio le proprie reti.

In che modo la pandemia ha inciso sul territorio in cui lei opera? È cambiata la relazione con i clienti? Sono emersi nuovi ambiti di rischio?

Certamente. Molte tipologie di approccio con la clientela, di incasso e di relazione si sono sviluppate anche grazie all'utilizzo e alla scoperta di nuove tecnologie, fino a ora non adeguatamente valorizzate. Personalmente prediligo il rapporto diretto e personale con la clientela, ma è indubbio che dovremo avere la capacità e la lungimiranza di non disperdere quanto di buono abbiamo appreso in quest'ultimo anno. Quando sento dire "Non vedo l'ora di tornare alla normalità", mi chiedo veramente quale sia questa normalità, e se invece non sia il caso di sfruttare quanto accaduto per rivalutare la nostra vita, privata e professionale, e cercare di coglierne l'essenza per migliorarla.

La pandemia ha certamente fatto emergere nuovi ambiti di rischio, sia per quanto riguarda le famiglie che per le attività professionali, e dipenderà anche dalla nostra capacità consulenziale far comprendere che esistono adeguate soluzioni e che la necessità di tutela non terminerà certo al rallentare della pandemia.

L'Rc auto continua a essere un ambito fortemente presidiato, sia da una accesa concorrenza (compagnie dirette, comparatori, banche), sia da continue novità normative (l'ultima, in ordine di tempo, è il contratto base). In che maniera l'agente può offrire un valore aggiunto per il consumatore in questo ambito, che molto spesso viene considerato come una commodity?

Ho un'unica risposta: differenziandosi. Il settore auto, e in particolare l'Rc auto, è in continua evoluzione. I nuovi modelli di consumo e le nuove tipologie di mobilità avranno un impatto significativo sull'approccio che gli italiani avranno alle assicurazioni. Oltre che alla concorrenza più svariata e alle norme sempre più stringenti. Ecco che l'unico modo per far sì che il cliente possa scegliere in modo consapevole e non solo in riferimento al prezzo, sarà proporci in maniera differente, facendogli veramente comprendere la nostra utilità.

La sua compagnia, Vittoria Assicurazioni, lo scorso anno ha dato avvio a Vittoria hub, un laboratorio di innovazione all'interno del quale far crescere alcune start up promettenti. In che modo un agente Vittoria, come lei, guarda a queste iniziative, e quali vantaggi concreti potrebbero arrivare agli agenti?

Credo che **Vittoria hub** sia un orgoglio per la compagnia e anche per noi agenti che la rappresentiamo. L'evoluzione tecnologica è il futuro e le soluzioni che queste start up saranno in grado di proporre sono certa che avranno degli ottimi impatti su tutto il mondo assicurativo, con opportunità e vantaggi anche per gli agenti. Questo luogo di incontro e di confronto avrà la possibilità di creare nuovi progetti imprenditoriali di successo e far sì che essi possano poi essere presentati al mercato, offrendoci nuove opportunità vincenti.

Secondo lei, in cosa il supporto dei vari gruppi agenti deve distinguersi dai compiti di un sindacato nazionale di categoria?

Mi sono messa a disposizione del mio gruppo agenti da oltre 10 anni, e credo fortemente che farne parte sia motivo di orgoglio e di crescita personale. Far parte di un gruppo agenti vuol dire contribuire attivamente ed essere protagonista di scelte nell'interesse comune dei colleghi rappresentati. Ovviamente ogni gruppo agenti si relaziona e si raffronta con il proprio mercato di riferimento e con la propria compagnia, individuando soluzioni comuni che generano valore per entrambi, e cercando di creare le giuste tutele e opportunità a favore degli agenti.

Un sindacato nazionale di categoria credo che sia la massima espressione della tutela sindacale e dell'assistenza nei diversi ambiti a favore di tutta la categoria. Sono organi fondamentali e da valorizzare, perché in grado di creare relazioni istituzionali dove tutti gli attori, attraverso un confronto serio e coerente, sono parte di un progetto comune volto al soddisfacimento dei reciproci interessi.



COMPAGNIE

Fenice 190: il progetto di Generali per investire 3,5 miliardi nella ripresa

In occasione dei 190 anni della compagnia, tante iniziative per il sostegno all'economia dei Paesi europei più colpiti dagli effetti della pandemia

Generali compie 190 anni. Il prossimo 26 dicembre ricorgerà il compleanno della compagnia fondata a Trieste nel 1831. Per l'occasione il gruppo lancia il progetto Fenice 190, un piano di investimenti da 3,5 miliardi di euro per sostenere "il rilancio delle economie europee colpite dal Covid-19, a cominciare da Italia, Francia e Germania e proseguendo durante i cinque anni del piano in tutti i Paesi europei dove il gruppo è presente", come si legge nella nota di presentazione. Ai 3,5 miliardi si aggiungeranno 500 milioni di euro annui per i prossimi cinque anni, destinati alla crescita sostenibile, attraverso fondi d'investimento internazionali indirizzati a infrastrutture, innovazione e digitalizzazione, Pmi, abitabilità green, strutture health care ed educazione.

Varie e articolate saranno le iniziative: in primis, con Fenice 190 diventano permanenti le misure straordinarie avviate nel 2020 per affrontare la crisi, cioè gli investimenti a supporto delle Pmi e dell'economia reale e che hanno superato il miliardo di euro, fa sapere la compagnia.

Il piano si articolerà attraverso la piattaforma multi-boutique di **Generali Investments** ed è aperto a fondi di terzi e investitori istituzionali, oltre che a tutte le società del gruppo "che possono partecipare in modo sinergico, in base ai

propri obiettivi, all'allocazione degli investimenti". Le iniziative saranno selezionate da un comitato investimenti della business unit Asset & wealth management, guidata dal ceo **Carlo Trabattoni**, sotto la responsabilità del capo di **Generali Real Estate, Aldo Mazzocco**. Al momento sono state identificate "10 opportunità di investimento" per un impegno complessivo di oltre un miliardo di euro: iniziative che vanno dal sostegno alle Pmi europee all'abitabilità green alle infrastrutture, "con focus particolare su digitale, sanità e transizione energetica".

"Generali - ha commentato il group ceo, **Philippe Donnet** - è tra le poche società al mondo che possono vantare una così lunga storia. Il 190esimo anniversario cade in un anno decisivo per superare insieme la più grave crisi mondiale dal dopoguerra e porre le premesse per un grande rilancio a livello globale".

Il compleanno di Generali sarà anche l'occasione per riaprire al pubblico lo storico e bellissimo palazzo delle Procuratie Vecchie a Venezia: un luogo di inestimabile valore storico e culturale che le persone potranno vedere dopo 500 anni di chiusura. L'edificio, il cui progetto di recupero e valorizzazione è stato affidato a **David Chipperfield Architects**, diventerà l'hub globale della fondazione **The Human Safety Net**.

Per conoscere le altre iniziative, clicca qui e continua a leggere la notizia.



Fabrizio Aurilia

INSURANCE REVIEW
È SU LINKEDIN

Segui la pagina



COMPAGNIE

Vittoria, i conti non risentono del Covid

La compagnia chiude il 2020 con un utile netto consolidato di 110,9 milioni di euro

Nonostante l'anno funestato dal Covid, **Vittoria Assicurazioni** riesce a chiudere bene il 2020. L'utile netto consolidato si attesta a 110,9 milioni di euro, in aumento dai 79,2 milioni del 2019, mentre il patrimonio netto consolidato risulta pari a 765,7 milioni.

Nel comparto danni i premi risultano pari a 1.221,4 milioni (in linea con i 1.221 milioni del



2019, +1,4%); nel vita invece si registra una riduzione di premi del lavoro diretto pari al 10,9%.

Per quanto riguarda gli andamenti tecnici, il rapporto sinistri/premi danni (lavoro conservato) è del 58% (era al 65,1% nel 2019); migliora il combined ratio, scendendo all'84,3% (dall'89,7% del 2019).

Il Solvency II ratio, pari a 193%, "si pone su valori che attestano la persistente solidità nel tempo", sottolinea una nota della compagnia. All'assemblea dei soci sarà proposto un dividendo unitario pari a 0,47 euro per azione.

B.M.

**LEGGE
FINANZIARIA 2021**

**BONUS
PUBBLICITÀ
50%**



**PUOI RECUPERARE IL 50%
DEGLI INVESTIMENTI
PUBBLICITARI SU TUTTI
I NOSTRI STRUMENTI**

**PER INFORMAZIONI
CLICCA QUI**

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 25 febbraio di www.insurancetrade.it – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577