

PRIMO PIANO

Agcm, multa a Telepass

L'Agcm ha irrogato una sanzione da due milioni di euro a Telepass spa e Telepass Broker spa per una pratica commerciale ingannevole nella distribuzione di polizze Rc auto tramite app. L'Antitrust, come si legge in una nota, "ha accertato che le due società hanno condiviso le informazioni sui propri utenti con compagnie e intermediari di assicurazione, con cui hanno concluso contratti di distribuzione di polizze, senza averli adeguatamente informati sulla raccolta e sul modo di utilizzo dei loro dati, anche a fini commerciali". La pratica avrebbe riguardato gli abbonati a Telepass Family e Telepass Viacard.

Nello specifico, come prosegue l'Antitrust nella nota, "l'informazione fornita in sede di presentazione del servizio si limitava a enfatizzare la semplicità, la velocità e la convenienza economica della procedura, ma non che i dati venivano utilizzati da Telepass per finalità commerciali diverse rispetto a quelle per cui erano raccolti, ossia la fornitura del preventivo". I clienti non avrebbero inoltre ricevuto una chiara informativa sull'effettiva rappresentatività dei fornitori delle polizze, non essendo specificato che alcuni di questi sono semplici intermediari che operano su mandato di non individuate compagnie.

Giacomo Corvi

RICERCHE

Come va? Roland l'ha chiesto agli intermediari

La compagnia specializzata in tutela legale ha chiesto alle società d'intermediazione con cui collabora la loro opinione su quale sia stato, e sarà, il reale impatto del virus sull'economia italiana dalla prospettiva dei consulenti

Nel 2020 l'Italia ha perso circa 170 miliardi di euro di Pil. Il principale responsabile è ovviamente la pandemia causata dal nuovo coronavirus. Ma qual è il reale impatto che il virus ha avuto, e potrà ancora avere, sull'Italia? Per tastare il cosiddetto polso del Paese, Roland, compagnia specializzata in tutela legale, ha chiesto alle società d'intermediazione con cui collabora la loro opinione in merito, giacché queste sono i "primi consulenti per l'analisi e la prevenzione dei rischi dei loro clienti", come si legge nella ricerca.

Il 74% degli intervistati sono broker, mentre il 26% "sono altri soggetti comunque interessati alla nostra tutela legale", dice Roland, tra cui dirigenti, imprenditori, liberi professionisti.

LOTTA AL COVID-19: UN CONTRIBUTO DI IDEE

"Chi meglio può analizzare i rischi – continuano da Roland – in cui siamo andati e andremo ancora incontro se non chi li gestisce già con ottimi risultati?" Il questionario, proposto durante il mese di febbraio, era composto di diverse domande, utili per poter comprendere l'impatto che il coronavirus ha avuto, sta avendo e avrà sull'economia del Paese ma anche sull'attività lavorativa dei partecipanti alla survey.

Come altre ricerche simili, anche quella di Roland ratifica un dato noto ma che è importante ribadire: nonostante tutto, gli intermediari confermano che il 2020 è andato meglio di quanto fosse prevedibile. "Il mondo assicurativo – dice il sondaggio – è riuscito ad assistere dignitosamente i suoi assicurati, sia con qualche errore ma soprattutto con qualche idea rivelatasi fondamentale per la lotta al Covid".

AUMENTA IL RISCHIO DI AZIONI LEGALI

Un dato sorprendente è quanto sia stato alto il numero di contagi tra i clienti gli intervistati: segno che chi non si è mai fermato, e ha sempre tenuto aperto in questi lunghi mesi, ha pagato un prezzo alto. (continua a pag. 2)



INSURANCE CONNECT
È SU TWITTER

Seguici cliccando qui

Insurance
Connect

(continua da pag. 1)

L'81% delle realtà lavorative interpellate ha avuto almeno un contagio da Sars-CoV-2 al proprio interno: ben un caso su cinque è sfociato in un'azione legale ai danni dei responsabili, producendo già spese per avvocati e consulenti tecnici. "Ancora troppo poche attività – si legge nella ricerca – sono pronte attraverso strategie aziendali ad hoc a far fronte a situazioni d'emergenza come quella avvenuta, anche se hanno una migliore cultura assicurativa di base e maggiori tutele rispetto al passato".

Anche il 2021 rischia di essere un anno negativo da questo punto di vista. Roland prevede in media un aumento del 66% del rischio di azioni legali contro manager e società, oltre a un possibile aumento delle controversie legate allo sblocco dei licenziamenti.

POTENZIATI I PRESIDI DI SICUREZZA

Guardando alle singole questioni, per il 44% dei partecipanti al sondaggio il 2020 è andato meglio delle aspettative, mentre per il 2021 è ancora difficile fare una previsione, seppur il pessimismo sembra preponderante.

Ben il 33% delle attività ha dovuto affrontare delle problematiche di carattere legale, di cui il 60% legate a casi derivanti da Covid.

Come detto sopra, l'81% dei clienti assicurativi ha avuto casi di Covid-19 all'interno del personale, e ben uno su cinque sta affrontando questioni legali, e tuttavia solo un terzo circa delle attività lavorative ha a oggi implementato strumenti interni per far fronte a eventi imprevedibili. Tra le soluzioni adottate ci sono l'adeguamento dei sistemi di valutazione del rischio e l'implementazione della sicurezza e del modello organizzativo; procedure di risk management; revisione degli spazi e rigida applicazione del protocollo di sicurezza; coperture assicurative ad hoc.

BENE IL BLOCCO DEI LICENZIAMENTI

Tra i dati positivi, terminato il blocco dei licenziamenti, solo il 10% delle attività interpellate da Roland dichiara che avrà una riduzione della forza lavoro e sicuramente inferiore al 25% della forza produttiva totale: "secondo i dati forniti dai partecipanti, il 2021 sembrerebbe promettere bene anche per nuove assunzioni", si legge nella ricerca.

Tuttavia, dopo quanto vissuto nel 2020, i rischi legali per il 2021 aumenteranno indipendentemente da un ambito o settore specifico di riferimento, con un incremento medio superiore al 66%. L'81% degli intermediari intervistati si è dimostrato peraltro molto preparato e formato sui temi della tutela legale, e quindi pronto a servire al meglio i propri clienti. E del resto si è visto che anche durante la fase più dura della pandemia il mondo assicurativo è riuscito a mantenere fede ai propri impegni, pur tra qualche defezione.

IMPOSSIBILE ASSICURARE LA PANDEMIA

Ci sono stati però dei punti critici, segnalati dagli intermediari. Per esempio il rinnovo delle polizze D&O ha comportato "pesanti aumenti e limitazioni", mentre in tutte le polizze Rc assicurare il Covid si è rivelato un problema. Inoltre, il rischio pandemico non è stato assicurato praticamente da nessuno. Infine, c'è stata un'uscita di molte compagnie da specifici rischi legati al Covid-19.

Bene, invece, la dilazione dei pagamenti dei premi; l'assistenza sanitaria a costi contenuti; mentre sono state definite soluzioni ad hoc per proteggere la clientela, compresa la diaria per i ricoveri da Covid. La stessa Roland ha introdotto "la retroattività per Covid" per venire incontro ai suoi clienti e, non solo per questo, è stata giudicata nel sondaggio la compagnia che durante l'emergenza nel 2020 ha dato "maggior supporto attraverso idee, suggerimenti e risposte appropriate alla situazione".

TRA LE PROPOSTE, LA VACCINAZIONE OBBLIGATORIA

L'esperienza del 2020 ha fatto capire alle imprese "l'importanza della tutela assicurativa", dice Roland: questa consapevolezza le ha rese meglio assicurate, anche se la crisi economica impone prima altre spese.

Infine, il sondaggio ha chiesto ai partecipanti quali sono le priorità per far ripartire l'Italia quest'anno. Ne è venuto fuori una sorta di lista delle cose da fare da consegnare direttamente al premier **Mario Draghi**: si va dalla vaccinazione obbligatoria a una forte defiscalizzazione, permettendo alle persone di scaricare qualsiasi scontrino fiscale (non solo quelli sanitari); e poi investimenti in infrastrutture ma anche supporto alle aziende e a chi crea lavoro; ripensare l'economia in una chiave ecologicamente sostenibile con deducibilità ampliata, e persino smart working obbligatorio tre giorni alla settimana dove possibile.



COMPAGNIE

Reale Group accelera sull'assistenza

Attraverso Blue Assistance, Reale Mutua e Italiana Assicurazioni offriranno servizi per coprire i bisogni legati alla salute



La rete di vendita delle compagnie assicurative di **Reale Group** ha da ora la possibilità di proporre i servizi di **Blue Assistance**, sia abbinati ai prodotti assicurativi per soddisfare le esigenze di coloro che sono già clienti, sia stand-alone. **Reale Mutua** e **Italiana Assicurazioni** hanno come obiettivo quello di fondere sempre di più le componenti salute e servizi.

Secondo **Andrea Bertalot**, vice direttore generale di Reale Mutua, "il socio è sempre al primo posto e, grazie alla forza del gruppo, stiamo riuscendo a creare delle importanti sinergie che ci consentano di metterlo sempre più al centro. Da oggi la compagnia segna una data importante sul calendario perché, con un ulteriore passo in avanti, tutta la nostra rete vendita ha la possibilità di aggiungere un fondamentale servizio di Blue Assistance all'offerta già in essere, fatta di assicurazione, banca, e appunto servizi".

Il direttore generale di Italiana Assicurazioni, **Roberto Laganà**, ha spiegato che per la compagnia "ampliare l'offerta in modo così significativo e innovativo grazie ai servizi di Blue Assistance vuol dire valorizzare una rete distributiva già qualificata nel mondo del welfare e da oggi ancora più pronta ad affrontare al meglio i bisogni dei clienti, siano essi famiglie, aziende e affinity".

Beniamino Musto

MERCATO

Polizze viaggi, il rilancio è vicino

In Italia cresce la domanda di coperture per le trasferte di lavoro. A livello internazionale, il giro d'affari di quelle con garanzia Covid-19 può valere 30-40 miliardi di dollari l'anno

Il business dei viaggi potrà ripartire proprio dai viaggi di business? Il settore del travel potrebbe rilanciarsi dai viaggi d'affari. Secondo i dati registrati da **I4T**, player specializzato nell'intermediazione di polizze assicurative legate ai viaggi e alla mobilità, mettendo a confronto i primi due mesi del 2021 con il bimestre precedente, si evidenzia un trend di crescita del 20% nel volume di polizze emesse relative ai viaggi per lavoro, che si accompagna a un incremento del 45% delle richieste d'informazioni da parte di agenzie di viaggio e Tmc (Travel management company).

"Il trend conferma quanto avevano già previsto diverse ricerche di mercato", ha spiegato in una nota **Giovanni Giussani**, direttore commerciale di I4T: le aziende stanno cominciando a riprogrammare le trasferte e il secondo trimestre dell'anno, secondo la società, vedrà una ripresa ancora più forte, "quindi in prospettiva – ha sottolineato – è necessario fornire strumenti assicurativi adatti ad affrontare il nuovo contesto di riferimento". Vale a dire polizze che comprendano anche gli eventi pandemici, l'assistenza e il monitoraggio costante della sicurezza durante la trasferta attraverso i sistemi digitali.

Secondo il consulente di assicurazioni viaggi **Robyn Ingle**, citato da Reuters, le polizze assicurative viaggi con la garanzia Covid-19 stanno diventando sempre più diffuse e utilizzate: qualcosa da non dimenticare a casa, come i passaporti e le creme solari. Si tratta di un'opportunità per gli assicuratori, dicono gli analisti, poiché sempre più Paesi richiedono una copertura obbligatoria nel caso in cui i visitatori si ammalino a causa del nuovo coronavirus. Il mercato per questi tipi di copertura viaggio con garanzia Covid-19 è stimato tra i 30 e i 40 miliardi di dollari l'anno.

Un piano assicurativo per un viaggio, che include la copertura delle spese mediche in caso di contagio da Covid-19 e la protezione per bagagli ed effetti personali, può costare dal 4% all'8% del valore del viaggio stesso.



F.A.

#82
marzo 2021

INSURANCE REVIEW

Strategie e innovazione per
il settore assicurativo

Insurance Review

Strategie e innovazione per il settore assicurativo

La rivista che rende l'informazione specialistica
dinamica e immediata.
Uno strumento di aggiornamento e approfondimento
dedicato ai professionisti del settore.

**Abbonati su www.insurancereview.it
Abbonamento annuale € 80,00 (10 numeri)**

oppure scarica l'app Insurance Review



Puoi sottoscrivere l'abbonamento annuale nelle seguenti modalità:

- Compilando il form on line all'indirizzo www.insurancetrade.it/abbonamenti
- Inviando un'email a abbonamenti@insuranceconnect.it

Modalità di pagamento:

- On line con Carta di Credito all'indirizzo www.insurancetrade.it/abbonamenti
- Bonifico bancario Antonveneta IBAN IT 94 U 01030 12301 0000 0158 0865

SANITÀ DO

ATTUALITÀ

20 INNOVA
LAB

assicurativo,
tassello
caico

Rischio climat
un indice ne
gli impatti fin

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