

PRIMO PIANO

Bitcoin, assicuratori cauti

Compagnie e intermediari restano cauti di fronte al fenomeno delle monete virtuali. Una recente analisi della Reuters ha evidenziato che, nonostante il rally degli ultimi mesi di bitcoin e altre criptovalute, resta scarsa l'offerta di coperture contro attacchi hacker, furti o frodi. Alla base della cautela degli assicuratori ci sarebbero soprattutto l'elevata volatilità degli asset e la scarsa regolamentazione del settore. Il risultato, secondo l'agenzia di stampa, è che quello delle polizze sui bitcoin resta di fatto un mercato di nicchia. E nessuno dei pochi operatori del settore sarebbe oggi in grado di offrire una copertura superiore ai 750 milioni di dollari. La società di sicurezza informatica Cipher-Trace ha stimato che nel 2020 le perdite dovute a furti o frodi sono ammontate a 1,9 miliardi di dollari.

La cautela degli assicuratori si rifletterebbe anche in altri ambiti. Scarse, per esempio, sono le polizze a disposizione di manager e dirigenti contro le possibili cause legali che potrebbero essere intentate dagli investitori in caso di un brusco calo dei valori delle criptovalute. Ancora meno sarebbero poi le soluzioni dedicate ai cosiddetti non-fungible token, asset digitali che nelle ultime settimane hanno aperto un nuovo filone nel mercato dell'arte.

Giacomo Corvi

INTERMEDIARI

Lo Sna contro il Progetto 51 di Allianz

L'iniziativa della compagnia ha provocato una levata di scudi da parte del sindacato. Ieri pomeriggio, su questo tema, si è svolto un appuntamento online molto partecipato (1.600 persone collegate) in cui sono intervenuti esperti legali e consumatori, oltre ovviamente agli agenti, per analizzare cosa comporta per un'agenzia scegliere di cedere la propria quota di maggioranza alla mandante

Da qualche settimana uno dei temi su cui si sta più concentrando l'attenzione degli agenti è il cosiddetto Progetto 51 di Allianz Italia. Il progetto, in estrema sintesi, prevede che le agenzie che lo vorranno potranno cedere il 51% delle proprie quote societarie alla compagnia, che di fatto ne assumerebbe il controllo. Contro questa iniziativa si è alzata da subito la voce contraria del **Sindacato nazionale agenti**, che nei giorni scorsi aveva rivelato alcuni retroscena relativi alle modalità di comunicazione di questa iniziativa agli intermediari della rete. Lo Sna ha spiegato che l'annuncio agli agenti Allianz è stato fatto a marzo durante un incontro informale, una colazione di lavoro, tra l'ad di Allianz Spa, **Giacomo Campora**, e i gruppi aziendali degli agenti della compagnia. L'obiettivo della compagnia sarebbe quello di sostenere le agenzie con una bassa redditività e, al tempo stesso, quello di crescere attraverso agenzie direzionali.

Lo Sna considera questo nuovo tassello della strategia di Allianz Italia come "un'invasione di campo, dove la compagnia ricopre il doppio ruolo di fabbrica prodotti e di intermediario distributore", secondo il presidente del sindacato, **Claudio Demozzi**, che ha invitato i gruppi agenti della compagnia a unirsi allo Sna per fare fronte comune "in difesa dell'autonomia e dell'indipendenza degli agenti", e promettendo di mettere in campo "iniziative concrete per tutelare la centralità degli agenti propriamente detti".

Una di queste iniziative si è tenuta ieri pomeriggio, ovviamente in modalità online, con interventi di relatori di varia provenienza, tra cui rappresentanti delle associazioni dei consumatori ed esperti legali. L'evento ha visto una alta partecipazione: i dati di Sna parlano di circa 1.600 persone collegate, con la presenza online di quasi il 70% delle agenzie Allianz.

DA AGENTI A MANAGING PARTNER

L'appuntamento è stato aperto e interamente moderato da **Domenico Fumagalli**, figura storica del sindacato, che ha evidenziato una serie di perplessità attraverso un'analisi comparata tra il Progetto 51 di Allianz, il codice del consumo e le regole sovranazionali Ue in materia di tutela dei consumatori: "questa operazione - si è chiesto Fumagalli - va a favore dei clienti?". Fumagalli ha passato in rassegna le principali criticità che, con agenzie controllate direttamente dalla compagnia, si andrebbero a delineare relativamente alle questioni economiche, alle indennità di fine mandato, al rinnovo dell'Ana, alle responsabilità societarie tra i vari soci e alle responsabilità disciplinari dell'intermediario.

Ma sono tante le perplessità del sindacato. Claudio Demozzi ha fatto notare che "se il progetto deve essere un supporto finanziario alla crescita delle agenzie, come afferma la compagnia, ci chiediamo come mai non può essere un Progetto 49, cioè fare la stessa operazione ma acquistando una quota di minoranza e lasciando il controllo agli agenti".

(continua a pag. 2)



Claudio Demozzi

(continua da pag. 2)

Una volta che il controllo dell'agenzia è in capo alla mandante, ha spiegato Demozzi, "gli agenti che hanno la residua parte di capitale farebbero prima a farsi assumere direttamente dalla compagnia". Gli agenti diventerebbero dei managing partner, cioè soci gerenti. "Non si capisce perché qualcuno dovrebbe rischiare, a partita Iva, in posizione parasubordinata da socio di minoranza di una grande compagnia". E poi ci sono i dubbi riguardanti la concorrenza: "è difficile immaginare un pari trattamento tra le agenzie direzionali e le agenzie tradizionali operanti su uno stesso territorio".

Demozzi ha poi citato una dichiarazione di Campora riportata da *Il Sole 24 Ore*, da cui emerge che Allianz, con il supporto della società di consulenza **McKinsey**, sta lavorando a questo progetto da circa tre anni. "Se il Progetto 51 si prefigge lo scopo di spaccare la categoria tra agenti partner, cioè ultra integrati e monomandatari, e agenti autonomi e plurimandatari, noi diciamo no. Noi siamo per un'unica figura di agente-imprenditore".

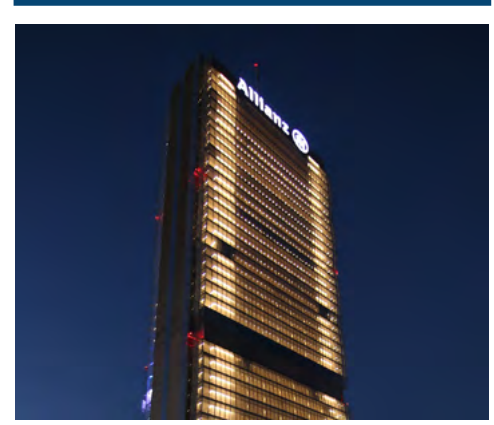
LE CONSEGUENZE A LIVELLO MICRO E MACRO

Cedendo il controllo dell'agenzia alla compagnia, secondo il presidente di Sna, "si cede il diritto di veto su ogni decisione". A livello micro, ha spiegato, questo determinerà la perdita di controllo, ad esempio nella possibilità di optare per il plurimandato o per le collaborazioni. "Domando: le agenzie controllate dalla compagnia si potranno iscrivere al gruppo agenti o al sindacato? Ci sarebbe un conflitto di interesse. E nel caso in cui il managing partner dovesse fare causa alla compagnia?". A livello macro, ha proseguito Demozzi, "sono i principi generali della libera concorrenza a essere messi in discussione con un progetto come questo. Per l'Antitrust europea in casi come questi ci si trova in situazione di abuso di posizione dominante. Quale forza contrattuale potranno mai avere i managing partner nel contrattare o contrastare le proprie regole di ingaggio? Io vedo una restrizione verticale della concorrenza".

Demozzi ha poi concluso dicendo che "se oggi alcuni di noi prendono in considerazione l'idea di cedere il controllo della propria agenzia è anche a causa della grave crisi economica in atto. L'azione di chi compra la quota di maggioranza di un'agenzia non sostiene la centralità dell'agenzia, ma ne facilita il declino. Il modello agenziale tipico italiano continua a garantire quella autonomia che è indispensabile per la concorrenza e a favore del consumatore. Vi chiedo – ha esortato – di considerare la portata potenzialmente distruttiva di questo atipico modello distributivo".

CONCORRENZA: LA PREOCCUPAZIONE DEI CONSUMATORI

Come dicevamo, all'appuntamento organizzato da Sna sono intervenuti anche i rappresentanti di alcune associazioni dei consumatori. **Mara Colla** presidente di **Confconsumatori**, ha spiegato che il progetto promosso da Allianz "cambia la situazione in termini di trasparenza del mercato e diminuzione della consulenza, e la cosa ci preoccupa non poco. Noi cittadini – ha detto – abbiamo assoluto bisogno di avere figure professionali e oneste come gli agenti, che spieghino la scelta del prodotto più idoneo, visto che c'è una grande arretratezza sul piano dell'educazione finanziaria". Secondo Colla, il progetto di Allianz non sarà un'iniziativa isolata, altre compagnie potrebbero proporre simili strategie: "quindi anche noi consumatori – ha affermato – dobbiamo vigilare perché ci sono rischi di ingessare la concorrenza". (continua a pag. 3)



Buona Pasqua da Insurance Connect

La redazione di **Insurance Connect** approfitta delle festività pasquali per prendersi un po' di riposo, anche in vista delle grandi novità e degli importanti appuntamenti che segneranno i prossimi mesi. Fino a lunedì 5 aprile le pubblicazioni saranno quindi sospese. Il sito *Insurance Trade* riprenderà a essere aggiornato a partire da martedì 6 aprile.

Insurance Daily, il quotidiano del settore assicurativo, tornerà regolarmente nelle vostre caselle e-mail sempre martedì 6 aprile.

La newsletter settimanale riprenderà giovedì 8 aprile, mentre quella di *Società e rischio* uscirà lunedì 12 aprile.

La redazione di *Insurance Connect* augura a tutti i lettori buona Pasqua.



(continua da pag. 2)

Anche secondo **Stefano Mannacio**, responsabile del settore assicurativo dell'**Assoutenti** l'iniziativa di Allianz sarà la prima di un ampio processo, un modello che altre compagnie perseguiranno. "È un modello con cui si impone il potere contrattuale delle compagnie su tutta la filiera". Mannacio ravvisa "una forte criticità è nel rapporto di fiducia dell'assicurato nel mondo assicurativo".

UNA SCELTA LEGITTIMA DI POLITICA INDUSTRIALE

Per quanto riguarda gli aspetti legali, sono intervenuti gli avvocati **Maurizio Ferlini** e **Maurizio Borboni**.

Ferlini ha spiegato il meccanismo del modello di governance dell'agenzia che Allianz propone, sottolineando chiaramente che "dal punto di vista societario Allianz non sta operando al di fuori della legge. Sta perseguendo un modello di intervento diretto della compagnia nella distribuzione della compagnia. Possiamo discutere sull'opportunità e criticità di questa ibridazione di ruoli – ha detto – ma questo modello, dal punto di vista del diritto positivo, non è vietato. Nei fatti la compagnia diventa distributore. È politica industriale". L'avvocato ha poi avvertito sul fatto che "la decisione di aderire al progetto di Allianz deve essere estremamente consapevole da parte di chi cede le quote", e ha passato in rassegna, facendo varie ipotesi concrete, le potenziali criticità che potrebbero aprirsi, "giacché Allianz, come qualsiasi socio di maggioranza, può fare ciò che vuole".

L'avvocato Borboni si è maggiormente concentrato sugli aspetti fiscali e giuslavoristici, osservando che "gli agenti che aderiscono al Progetto 51 devono essere consapevoli che non svolgeranno un'attività imprenditoriale: avranno un ruolo più vicino al lavoro dipendente o al lavoro subordinato". Inoltre, ha aggiunto, "il solo fatto di essere in società (la Intermedias, società al 100% di Allianz Spa, ndr) che ha per socio una società di capitale impedisce alcune scelte strategiche sotto il profilo fiscale".

IL PUNTO DI VISTA DEGLI AGENTI DELLA RETE

All'appuntamento di Sna c'è stato modo di ascoltare anche il punto di vista degli agenti della rete Allianz. Sono intervenuti **Dario Piana**, presidente del **Gama** e presidente del comitato dei gruppi aziendali di Sna, e **Paolo Sacchi**, presidente del **Magap**. Assente, invece, il presidente della principale rappresentanza degli agenti Allianz, **Umberto D'Andrea** dell'**Aaa**, nei confronti del quale Piana ha avuto (senza mai nominarlo di persona) parole polemiche: "mi rammarico che non siano presenti tutti i gruppi agenti di Allianz. Io credo che si abbia il dovere di intervenire per dire come la si pensa su questo argomento – ha detto Piana – mentre la posizione assunta finora da alcuni gruppi è pilatesca. L'auspicio della giornata di oggi è dimostrare che uniti si è più forti". L'argomento è scottante e fondamentale per la nostra categoria.

Sacchi ha sottolineato che il Progetto 51 "non porta alcun valore aggiunto alla nostra professione, e alla nostra competenza. Dobbiamo riflettere – ha detto – su come immaginiamo il nostro futuro. Per tanti anni ci siamo battuti per il nostro ruolo, dobbiamo domandarci se facciamo questo lavoro solo per l'aspetto economico o se si preferisce avere la faccia pulita di fronte alla propria clientela, essere indipendenti e trasmettere dei valori forti ai propri figli".

Beniamino Musto

COMPAGNIE

Hdi-Amissima, c'è l'ok definitivo di Ivass

Via libera all'acquisizione, annunciata lo scorso 22 ottobre. L'operazione rientra nella strategia di ampliamento della presenza del gruppo Talanx in Italia. Lascia Santoliquido: orgoglioso del lavoro fatto con gli intermediari

Ivass ha autorizzato l'operazione di acquisizione di **Amissima Assicurazioni** da parte di **Hdi Assicurazioni**, già anticipata lo scorso 22 ottobre. Hdi Assicurazioni acquisisce così il 100% del pacchetto azionario di Amissima Assicurazioni, portando il gruppo dal 17esimo all'11esimo posto tra gli assicuratori danni in Italia. L'operazione inoltre, si legge nella nota "offre alla compagnia l'opportunità, a medio termine, di entrare a far parte del gruppo dei dieci maggiori assicuratori italiani nel ramo danni".

L'acquisizione aumenta la raccolta premi danni di circa 300 milioni, per una raccolta complessiva di quasi due miliardi di euro. L'operazione rientra nella strategia di ampliamento della presenza del gruppo **Talanx** in Italia.

"Oggi è il giorno zero di una nuova stagione per il gruppo Hdi. Un passo in avanti, non solo nel business, ma verso una compagnia in grado di essere ancora più vicina ai propri agenti e ai propri clienti", ha commentato **Roberto Mosca**, l'amministratore delegato di Hdi Assicurazioni, da ieri anche di Amissima Assicurazioni. "Valorizzeremo, in questo senso, esperienze, conoscenze e competenze reciproche per rafforzare e ampliare il nostro posizionamento nel mercato assicurativo italiano", ha chiosato Mosca.

Alessandro Santoliquido, amministratore delegato uscente, ha sottolineato il lavoro fatto con **Apollo** negli ultimi quattro anni, "investendo molto nella formazione degli agenti, nell'innovazione e nella comunicazione non solo dei propri prodotti, ma anche dei nostri valori". Ha ricordato il "gran lavoro" fatto insieme alle reti: "l'affiatamento tra la compagnia e gli intermediari in questi anni è cresciuto, rendendoci orgogliosi e consapevoli del valore del percorso fatto insieme".

Santoliquido è stato confermato nel consiglio di amministrazione di **Amissima Vita**, che non è inclusa nell'operazione, mentre **Jozef Bala**, attuale vice direttore generale della compagnia, è stato promosso a direttore generale.

Fabrizio Aurilia

#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 v
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 2 aprile di www.insurancetrade.it – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577