

PRIMO PIANO

Fitch, bene il settore vita italiano

Nel primo semestre 2022 gli assicuratori vita italiani hanno riportato risultati e indici di solvibilità ottimi, nonostante un calo dei flussi netti sia per i prodotti di risparmio tradizionali, sia per quelli unit-linked. È quanto afferma Fitch Ratings in un nuovo report in cui si segnala che nella prima metà dell'anno la vendita di prodotti unit-linked è stata migliore delle vendite di prodotti di risparmio tradizionali nonostante l'andamento sfavorevole del mercato azionario, "un trend che riteniamo continuerà nel secondo semestre 2022". Fitch prevede che gli assicuratori vita italiani continueranno a favorire i prodotti ibridi a basso assorbimento di capitale con una componente unit-linked.

Più nel dettaglio, i flussi netti vita per gli assicuratori italiani nel primo semestre sono stati di 10,3 miliardi di euro, in calo del 30% rispetto al primo semestre 2021. Fitch spiega che il significativo calo è dovuto principalmente alla riduzione della raccolta sia del risparmio tradizionale, sia del business unit-linked. In particolare, la raccolta netta è diminuita nel secondo trimestre 2022 rispetto ai primi tre mesi dell'anno, rendendolo il trimestre più basso degli ultimi quattro anni, con i risparmi tradizionali che hanno registrato la peggiore performance dal 2013.

Per leggere la news completa, clicca qui.

Beniamino Musto

IL PUNTO SU...

Il nuovo regolamento sul Mystery shopping

Con il Regolamento 53, Ivass ha definito gli ambiti in cui è possibile per un'authority di vigilanza valutare i servizi e il rispetto delle norme nell'offerta al consumatore assicurativo. Un ruolo che a livello sovranazionale è coordinato da Eiopa

Il 30 agosto 2022 l'Ivass ha pubblicato il Regolamento 53 contenente Disposizioni in materia di utilizzo di incaricati esterni ai fini dell'attività di mystery shopping per la tutela dei consumatori di cui all'art. 144-bis del Codice del Consumo. Il provvedimento è entrato in vigore l'8 settembre, giorno successivo alla sua pubblicazione in Gazzetta Ufficiale.

Si tratta di un documento snello, composto da soli otto articoli (il primo e il secondo attengono, rispettivamente, al richiamo delle fonti normative e alle definizioni, l'ultimo riguarda la pubblicazione e l'entrata in vigore) volti a disciplinare:

- l'ambito soggettivo di applicazione (art. 3);
- le modalità con cui l'Istituto può avvalersi di incaricati esterni per lo svolgimento dell'attività di mystery shopping (art. 4);
- i requisiti, i compiti e il corrispettivo di tali incaricati esterni (artt. 5,6,7).

Nel presente contributo intendiamo soffermarci sull'inquadramento generale del mystery shopping, sul potere di avvalersene attribuito alle autorità amministrative indipendenti e sul suo fondamento giuridico, al fine di introdurre un'imminente disamina di dettaglio del provvedimento e della sua concreta portata applicativa.

UNA PRATICA PER TESTARE QUALITÀ A TUTELA DEI CONSUMATORI

Con l'espressione mystery shopping si indica, generalmente, una pratica consistente nell'indagare, in incognito, la qualità dei servizi offerti o dei beni venduti a un consumatore.

Tale pratica può essere utilizzata dallo stesso professionista per monitorare la qualità dei propri servizi, per rilevare e intervenire su possibili disservizi o sui processi aziendali connessi all'erogazione dei servizi stessi. Un ambito in cui il mystery shopping sembra essere uno strumento particolarmente utilizzato è quello della distribuzione in franchising, dove si avverte la necessità di verificare il rispetto di standard qualitativi da parte delle imprese affiliate.

Tuttavia, al di là dell'ambito privato, il mystery shopping propriamente inteso consiste in una delle modalità per l'esercizio del potere di indagine attribuito alle authority e si caratterizza per essere esercitato in incognito, mediante soggetti che non palesino la loro qualità di incaricati né lo scopo del loro intervento.

Proprio di recente, il Regolamento UE 2017/2394, detto Cpc, ha sostituito precedenti disposizioni sulla cooperazione tra le autorità nazionali responsabili dell'esecuzione della normativa a tutela dei consumatori. (continua a pag. 2)



(continua da pag. 1) Il Cpc ha individuato, tra i poteri di indagine di cui devono disporre le suddette autorità, "quello di acquistare beni o servizi effettuando acquisti campione, ove necessario in forma anonima, al fine di individuare infrazioni di cui al presente regolamento e raccogliere prove, compreso il potere di ispezionare, osservare, esaminare, smontare o testare beni o servizi". (art. 9, par. 3, lett d). Il mystery shopping viene quindi riconosciuto come uno tra i poteri di indagine che le autorità competenti per la protezione dei consumatori di ciascuno Stato membro (Ivass per la materia assicurativa) possono utilizzare al fine di accertare eventuali violazioni di regole, poste a presidio degli interessi collettivi dei consumatori, commesse in ambito transfrontaliero.

IL RUOLO DI EIOPA PER IL COORDINAMENTO SOVRANAZIONALE

Sempre a livello sovranazionale, nel 2019, è stato modificato il Regolamento UE 2010/1094 istitutivo dell'EIopa (in maniera speculare, le modifiche sono state apportate anche ai regolamenti istitutivi di Eba ed Esma) consentendo, tra l'altro, alle tre autorità sovranazionali interessate di coordinare le iniziative di mystery shopping condotte dalle autorità nazionali competenti a vigilare nei settori bancario, assicurativo e finanziario (art. 9, par. 1, lett. f). Tanto che Eba, nel maggio del 2021, ha pubblicato un report sulle attività di mystery shopping condotte dalle authority nazionali in relazione alla protezione degli interessi dei consumatori e, a luglio, una guida metodologica sulle "buone pratiche" da seguire nel condurre l'attività di indagine anonime a campione; una guida che rappresenta un ausilio non vincolante per le autorità competenti a vigilare nel settore bancario. Tornando al quadro normativo italiano, la legge 238/2021 (legge europea 2019-2020) è intervenuta modificando l'art. 144bis del Codice del Consumo, che ha esteso alle autorità competenti in materia di tutela dei consumatori il potere di mystery shopping anche per infrazioni lesive degli interessi collettivi dei consumatori escluse dall'applicazione del Reg. UE 2394/2017. In particolare, il secondo periodo del comma 2 dell'art. 144bis del Codice del Consumo dice che: "Con riferimento alle infrazioni lesive degli interessi collettivi dei consumatori in ambito nazionale, escluse dall'applicazione del citato regolamento (UE) 2017/2394, le autorità di cui al primo periodo del presente comma, fermi restando gli ulteriori e più ampi poteri loro attribuiti dalla normativa vigente, esercitano i medesimi poteri di indagine e di esecuzione di cui all'articolo 9 del citato regolamento, in conformità all'articolo 10 del medesimo regolamento, con facoltà di avvalersi anche di soggetti appositamente incaricati, che acquisiscono i dati, le notizie e le informazioni secondo le competenze e le modalità stabilite dai rispettivi regolamenti". Da qui l'emanazione del Regolamento 53 di Ivass che, in attuazione di quanto previsto dalla fonte di rango primario, disciplina modalità di svolgimento delle attività di mystery shopping, con particolare riguardo ai requisiti e ai compiti degli incaricati esterni dei quali può avvalersi l'istituto. Ricordiamo come EIopa, nel report sull'applicazione della direttiva Idd pubblicato il 6 gennaio 2022, avesse rilevato come l'Italia fosse uno di quei paesi che avrebbero voluto utilizzare il mystery shopping come strumento di ausilio alla vigilanza, ma non avesse i poteri per farlo.

Avv. Francesca Colombo,
Studio THMR



Milano
30 novembre 2022
East End Studios

Per poter partecipare alla selezione
è necessario inviare la candidatura
compilando il form all'indirizzo:
<https://forms.gle/A5TG1x3aEFt69cLC9>

Per info: awards@insuranceconnect.it

SCARICA IL REGOLAMENTO COMPLETO

PERITI

Saint Roch e Adenes Sas si uniscono: nasce Adenes Italia

A&A e Alfa Cincotti, ora assieme, danno vita a uno dei più grandi player di servizi peritali per il settore assicurativo italiano

Saint Roch Srl, holding delle aziende afferenti ad **A&A Srl**, e **Adenes Sas**, azionista di maggioranza di **AlfaCincotti Spa**, si sono unite per dare vita a un nuovo gruppo di servizi per il mondo assicurativo. Alla guida del nuovo gruppo, che si propone come il maggior player del settore in Italia per estensione di servizi offerti e numero di dipendenti, ci sarà la holding **Adenes Italia Srl**. Le aziende operative del gruppo Adenes Italia insieme costituiscono un'offerta multispecialistica per il mercato della valutazione dei danni e dei servizi collegati, in tutti i settori e ambiti, nazionali e internazionali.

La nuova più grande società, spiega una nota, "vuole essere una risposta seria e di valore alle esigenze attuali del mercato, che richiede partner solidi, capaci di offrire un'ampia gamma di servizi di qualità e in grado di affrontare con i giusti mezzi la sfida della digitalizzazione". La proprietà di Adenes Italia sarà condivisa tra i due gruppi fondatori, nulla varierà nella direzione delle aziende operative.

"Sono contenta di questo ulteriore passo – spiega **Elisabetta Pincioli**, ad di A&A e presidente di Adenes Italia – che ci permette di entrare in un ambito internazionale con partner

che abbiamo cercato e scelto perché, a dispetto delle grandi dimensioni, sono dei veri periti, nati da un bell'esempio di concentrazione del mercato". **Tancrède Stagnara**, direttore di Adenes sas e amministratore di Adenes Italia, si è detto "felice di costruire con i nostri partner italiani questa nuova società, Adenes Italia, sulle medesime basi che hanno fatto il successo di Adenes in Francia". Tra questi fattori, Stagnara cita "l'incontro di team di grande valore e con know-how tecnici complementari", e l'unione di aziende "che collaborano per creare una proposta al mercato completa e personalizzata", in un rinnovato progetto imprenditoriale "dove l'umano rimane al centro delle nostre preoccupazioni".

Francesco Cincotti, presidente di AlfaCincotti spa e direttore per l'Europa di **vrs Adjusters** (network internazionale di loss adjuster di cui AlfaCincotti fa parte), si è detto entusiasta del duplice impegno, "sul fronte interno con l'integrazione dei servizi e all'estero con il consolidamento della presenza diretta in Europa".

B.M.

22° Convegno Annuale ANRA

L'ECOSISTEMA DIGITALE DEL RISCHIO INTELLIGENZA ARTIFICIALE E BIG DATA

24 e 25 ottobre 2022

Allianz MiCo · Milano Convention Centre

Per maggiori informazioni:

convegnoanra.it
segreteria@anra.it



Con il patrocinio di:



Media partner:



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

INSURANCE
CONNECT TV



Nuovo appuntamento con ICTV Flash

Su www.insuranceconnect.tv nuovo appuntamento con la rubrica ICTV Flash. Oggi si parla dell'**Insurance Summit di Ania**, della **nuova polizza Esg di UnipolSai** e del **nuovo ruolo dei cfo nella gestione dei rischi**

I TRE SERVIZI DI OGGI SONO:

- 1 - Insurance Summit: le risposte del settore assicurativo alle crisi**
di Fabrizio Aurilia
- 2 - UnipolSai, una polizza Esg per Snam**
di Giacomo Corvi
- 3 - Il ruolo crescente dei cfo nella gestione dei rischi**
di Beniamino Musto



L'RC AUTO VERSO NUOVI PERCORSI DI SVILUPPO

9 NOVEMBRE 2022 | 9:00 - 17:00

Palazzo delle Stelline - Corso Magenta, 61 - Milano



Tra inflazione, crisi energetica e gravi difficoltà sociali, il ramo Rc auto è condizionato dalla necessità di conciliare il rigore tecnico con la qualità della relazione con il cliente in fase assuntiva, nella proposizione di servizi a valore aggiunto, nella gestione dei sinistri. La tenuta del sistema Rc auto richiede ulteriori interventi legislativi in grado di limitare l'evasione assicurativa, migliorare in particolare la gestione del risarcimento diretto e gli elementi di valutazione nei meccanismi di bonus-malus. Ma il settore assicurativo si confronta anche con le opportunità introdotte dalla nuova mobilità mettendo in campo investimenti, stringendo partnership, costruendo modelli di business basati sulla tecnologia ma non solo, che stanno contribuendo a modificare la fisionomia dell'assicurazione nel nostro Paese. Il tutto con la certezza che, anche per l'Rc auto, i prossimi mesi saranno decisivi per il ruolo che il mondo assicurativo potrà ricoprire in un ambito di offerta fondamentale per i cittadini, le imprese e per l'economia italiana.

Il convegno si propone di analizzare:

- *I motivi di una riforma dell'Rc auto*
- *Problematiche e opportunità di sviluppo del ramo auto*
- *Come ottimizzare il portafoglio auto*
- *Nuova mobilità: scenari, trend, iniziative e soluzioni assicurative*
- *Gli ecosistemi della mobilità: quali modelli di business?*
- *Evoluzione dell'offerta di servizi*
- *Strategie distributive e proposizioni commerciali*
- *Il contributo della tecnologia e dell'insurtech per la formulazione di prodotti, l'attività antifrode e la gestione di sinistri*
- *L'importanza del Preventivatore per l'Rc auto*
- *Il contrasto alle frodi*
- *Modelli vincenti per la gestione dei sinistri*

Main sponsor



Official sponsor



ISCRIVITI CLICCANDO QUI

CONVEGNO

9 NOVEMBRE 2022 | 9:00 - 17:00

L'RC AUTO VERSO NUOVI PERCORSI DI SVILUPPO

PROGRAMMA

09.00 – 09.30	■ REGISTRAZIONE
09.30 – 09.50	■ LA NUOVA MOBILITÀ PER LA TRASFORMAZIONE DEL PAESE - <i>Lorenzo Tavazzi, partner di The European House Ambrosetti</i> - <i>Sergio Savaresi, professore di automazione del Politecnico di Milano</i>
09.50 – 10.10	■ AUTOMOTIVE: MODELLI DI BUSINESS E PARTNERSHIP, SOLUZIONI ASSICURATIVE PER LA NUOVA MOBILITÀ - <i>Giuseppe Barbatì, direttore generale di Double S Insurance Broker</i>
10.10 – 10.40	■ Tavola Rotonda – STRATEGIE, TECNOLOGIE E INIZIATIVE PER LO SVILUPPO DELL'RC AUTO - <i>Matteo Bevilacqua, ceo di wefox Italia</i> - <i>Roberto Lecciso, ceo del Gruppo Helvetia Italia</i> - <i>Alberto Tosti, direttore generale di Sara Assicurazioni</i>
10.40 – 11.00	■ COME OTTIMIZZARE IL PORTAFOGLIO AUTO - <i>Giuseppe Dosi, head of insurance market di Crif</i>
11.00 – 11.20	■ COSÌ CAMBIA L'ECOSISTEMA DELLA MOBILITÀ - <i>Alberto Busetto, head of connected business di Generali Jeniot</i> - <i>Giacomo Lovati, chief beyond insurance officer di UnipolSai</i>
11.20 – 11.45	◆ <i>Coffee break</i>
11.45 – 13.00	■ Tavola Rotonda – I CITTADINI E LA RIFORMA DELL'RC AUTO: QUALI URGENZE PER LA TENUTA DEL SISTEMA? - <i>Fabiola Cipolloni, titolare del servizio stanza di compensazione e ruolo periti assicurativi di Consap</i> - <i>Antonio De Pascalis, capo del servizio studi e gestione dati di Ivass</i> - <i>Marco Festelli, vice presidente nazionale di Confconsumatori</i> - <i>Umberto Guidoni, co-direttore generale di Ania</i>
13.00 – 14.00	◆ <i>Pausa pranzo</i>

ISCRIVITI CLICCANDO QUI

SCARICA IL PROGRAMMA COMPLETO

CONVEGNO

9 NOVEMBRE 2022 | 9:00 - 17:00

L'RC AUTO VERSO NUOVI PERCORSI DI SVILUPPO

PROGRAMMA

14.00 – 14.20	■ IL VALORE DI UNA OFFERTA INTEGRATA E DIVERSIFICATA DELLA GESTIONE SINISTRI - <i>Giovanni Campus, ceo di Msa Mizar</i>
14.20 – 14.40	■ PRESENTE E FUTURO DELL'AUTO: OPPORTUNITÀ E SOLUZIONI - <i>Marco Morello, sales manager Italia di Glassdrive (Gruppo Saint-Gobain)</i>
14.40 – 15.00	■ MODELLI DISTRIBUTIVI PER IL MONDO AUTO - <i>Nicola Bellome, direttore commerciale rete agenti di Axa Assicurazioni</i> - <i>Mauro Palonta, responsabile commerciale di Intesa Sanpaolo Assicura</i> - <i>Compagnia di assicurazione *</i>
15.00 – 15.20	■ IL RISARCIMENTO IN FORMA SPECIFICA - <i>Maurizio Hazan, studio legale THMR</i>
15.20 – 15.40	■ INSURTECH: TECNOLOGIE E SOLUZIONI PER L'EVOLUZIONE DELL'RC AUTO
15.40 – 15.50	■ KEYNOTE SPEECH - <i>Massimiliano Caradonna, head of sales & marketing - Region Central East Europe & Middle East senior vice president di Dekra Group</i>
15.50 – 16.50	■ Tavola Rotonda – LA GESTIONE DEI SINISTRI VERSO MODELLI DI SERVIZIO AL PASSO CON I TEMPI - <i>Luigi Baccaro, direttore sinistri di Sara Assicurazioni</i> - <i>Nicola Bajona, head express & direct claims di Zurich Italia</i> - <i>Luigi Barone, direttore sinistri di Reale Mutua</i> - <i>Massimiliano Caradonna, head of sales & marketing - Region Central East Europe & Middle East senior vice president di Dekra Group</i> - <i>Norberto Odorico, chief claims officer di UnipolSai</i> - <i>Maurizio Rainò, direttore claims & customer operation di Axa Italia</i>
16.50 – 17.00	◆ Chiusura lavori

(*) invitato a partecipare

ISCRIVITI CLICCANDO QUI

SCARICA IL PROGRAMMA COMPLETO