



PRIMO PIANO

Fondi pensione, tasse al 12,5%

Cambierà ancora la tassazione sui fondi pensione, che tanto aveva fatto discutere in queste settimane, dopo la presentazione della legge di Stabilità 2015. La commissione Bilancio del Senato, riunitasi oggi per l'esame dell'insieme dei provvedimenti sta approvando in queste ore le modifiche della tassazione sui rendimenti dei fondi pensione, che scenderà dal 20 al 12,5%, ma solo per quella quota di investimenti che i fondi faranno a medio e lungo termine nell'economia reale. È quanto prevede un emendamento del relatore Giorgio Santini (Pd) alla legge di Stabilità. Ma questa non sarà la sola modifica nel campo della previdenza: nel caso delle casse previdenziali, il prelievo fiscale tornerà al 20% dal 26% prospettato in precedenza dalla legge, ma sempre limitatamente agli impieghi di medio e lungo termine.

In queste stesse ore, infine, si profilano ripensamenti fiscali anche per i lavoratori autonomi soggetti a Irap: per loro l'emendamento prevede un ritorno dell'aliquota al 3,5% dall'attuale 3,9%.

L'iter della legge al Senato si concluderà venerdì prossimo, 19 dicembre, ma approderà in aula domani. Il governo chiederà la fiducia.

Fabrizio Aurilia

PERITI

Professionalità, imparzialità e indipendenza

Il nuovo numero uno di Aipai, Francesco Cincotti, spiega a Insurance Daily i principali obiettivi della sua presidenza che dovrà imprimere una svolta all'attività di un'associazione un po' assopita: da un lato definire (e certificare) le caratteristiche che dovranno distinguere il valore e la qualità del perito; dall'altro aprire un confronto con le compagnie per dare al professionista una maggiore forza contrattuale

Eletto lo scorso novembre, con voto quasi unanime, alla presidenza di **Aipai** (Associazione italiana periti liquidatori assicurativi incendio e rischi diversi), **Francesco Cincotti** inizia il suo mandato (2014-2017) con la chiara volontà di imprimere un'accelerazione netta all'attività dell'associazione di cui ha preso il timone. Pur essendo tra le realtà associative italiane dei periti quella numericamente più consistente, negli ultimi anni, Aipai è apparsa fin troppo prudente e non sufficientemente incisiva. La volontà immediata è pertanto quella di dire addio a un passato autoreferenziale, per costruire nuove opportunità di dialogo e portare la voce dell'associazione a un confronto sistematico con tutti i più importanti attori del settore assicurativo. Presidente dello **Studio Cincotti** (società fondata dal padre nel 1964) e corrispondente per l'Italia del network peritale mondiale **Vrs adjusters**, il nuovo numero uno di Aipai si occupa di *loss adjusting* e *claims management* da oltre 20 anni; dal 2011 è rappresentante dell'associazione presso **Fuedi**, la federazione europea delle associazioni professionali nazionali dei periti liquidatori. Ed è proprio nel manifesto del Fuedi che Cincotti individua le tre parole chiave attorno a cui Aipai deve ripartire: professionalità, imparzialità, indipendenza. Tuttavia, "al di là dei risultati conseguiti dall'associazione in questi anni - osserva - oggi servono innanzitutto nuovi obiettivi. Perché senza obiettivi non si fa molta strada".



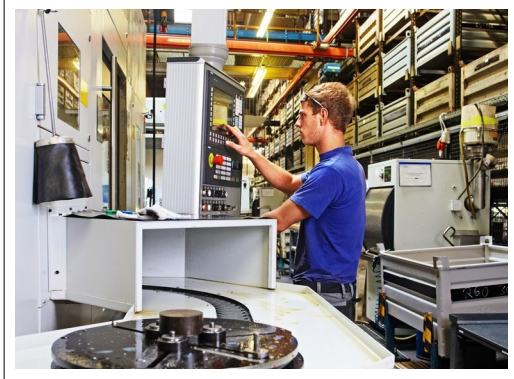
Francesco Cincotti, presidente di Aipai

PIÙ VELOCE NON SIGNIFICA MIGLIORE

I due principali contributi forniti da Aipai ai propri associati in questi anni sono stati la fornitura di coperture assicurative Rc professionale a prezzi convenzionati e l'erogazione di formazione (tramite il consorzio universitario **Cineas** e diversi atenei), "attività - sottolinea Cincotti - che sono sempre state svolte in maniera eccellente", al contrario di quanto avvenuto relativamente al rapporto con il mondo esterno all'associazione: "uno dei motivi di questa scarsa incisività - spiega - risiede nel fatto che all'interno di Aipai esiste un'incredibile eterogeneità di associati: si va dai professionisti che liquidano sinistri da poche centinaia di euro, a player che si occupano di incidenti estremamente costosi e di complessa gestione". A ciò si aggiunge "il rapporto poco equilibrato" di un mercato in cui "per le compagnie è molto facile imporre le proprie condizioni a periti che raramente tentano di negoziare contratti migliori". Secondo Cincotti, le compagnie fanno ancora troppa fatica a riconoscere il valore aggiunto che è in grado di offrire un lavoro ben eseguito. "La nostra attività - spiega - qualifica il servizio della compagnia di fronte all'assicurato. (continua a pag. 2)



Seguici anche su Facebook alla pagina di Insurance Connect e su Twitter @insurancetrade



(continua da pag. 1) Quando si effettua una perizia per una determinata impresa, il perito può rovinare la reputazione di una compagnia oppure elevarla ai massimi livelli. Spesso c'è ancora troppa difficoltà, da parte delle imprese, nel distinguere una perizia ben eseguita da una fatta male: si preferisce prendere in considerazione dati come il tempo medio di liquidazione, che in sé e per sé non significa nulla".

RICONOSCERE IL VALORE DEL PROFESSIONISTA

In tutta Europa, ricorda Cincotti, si va verso una più efficace tutela del consumatore. "È l'assicurato che dà valore a tutto il sistema". Dunque occorre ripartire da qui: dal servizio al cliente, garantito da una figura professionale riconosciuta. Per il presidente di Aipai, dunque, la strada per rafforzare la categoria passa anche dal riconoscimento condiviso da parte di intermediari, associazioni dei consumatori (e naturalmente gli stessi periti) delle caratteristiche che deve avere il professionista ideale da incaricare

in caso di sinistro. Un primo passo verso questo percorso, Aipai lo sta già per fare con l'apertura, a breve, di un processo di accreditamento UNI, in seguito al quale "il perito che vuole far parte della nostra associazione dovrà rispondere a determinati requisiti, di qualifica, formazione, e provata abilità. Non sarà - assicura - un esercizio di stile. Offrirà a chi ha a che fare con le polizze la garanzia di poter contare su un'associazione riconosciuta, di cui fanno parte periti qualificati e con caratteristiche certificate". Secondo Cincotti, un buon perito non può limitarsi soltanto a essere specializzato. "Lo dico da anni agli studenti del master in loss adjustment per cui insegno: prima di fare la stima dei danni, il perito deve innanzitutto essere colui che aiuta l'assicurato a ripristinare la propria attività; deve saper creare un clima di connessione tra compagnia e cliente; inoltre deve saper spiegare bene il funzionamento della polizza. Dunque un buon professionista - sottolinea - deve essere una persona che ha capacità di negoziazione, di interazione, e capacità di lettura contrattuale".

UN TAVOLO ITINERANTE DI CONFRONTO CON LE COMPAGNIE

Sul fronte delle compagnie, l'Aipai ha intenzione di aprire un nuovo canale di interlocuzione basato sulla formula del "tavolo itinerante". Composto da alcuni consiglieri e delegati di Aipai, sarà lo strumento da utilizzare per un confronto con l'impresa (diversa di volta in volta, a seconda delle problematiche che potranno emergere) relativamente ad alcuni temi specifici individuati in precedenza. Tra questi temi ci sarà, molto probabilmente, quello delle parcelle: "un argomento - ricorda Cincotti - che è sempre stato percepito come una sorta di tabù, e che io voglio invece portare all'attenzione. Non è accettabile pagare un professionista 70 euro per una perizia. È un compenso matematicamente non sostenibile per chi fa questa attività: non è così che può esserci qualità. Oltretutto - evidenzia - tariffe così basse non consentono al professionista nemmeno di uscire in sicurezza. Pertanto sarà un nostro primario obiettivo quello di spiegare alle compagnie perché è sbagliato, anzi dannoso, un trattamento economico di questo genere, mostrando quali sono i problemi che tariffe così basse generano: non solo nella qualità della perizia ma anche in termini di responsabilità del committente dei lavori".

Beniamino Musto

Non sarebbe meglio lavorare con uno specialista?



Quando si tratta di performance e qualità, uno specialista dà di più.
QBE è tra i principali gruppi assicurativi specializzati nell'assicurazione e nel business.
Sappiamo come assumere i rischi dei clienti, qualunque sia la loro attività.
Lo facciamo con soluzioni innovative, assistendoli attivamente con offerte basate su competenze solide. Da oltre 125 anni assicuriamo business e oggi, con una presenza in 52 Paesi nel mondo e una forte solidità finanziaria, siamo uno dei principali assicuratori a livello mondiale.
Per un assicuratore che capisca il tuo business più da vicino consulta
QBEurope.com/italia

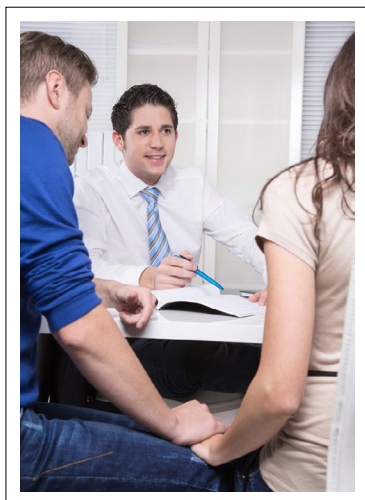
Business insurance specialist





La Customer diversity

Una ricerca socio-demografica di Iama Consulting ha l'obiettivo di conoscere veramente chi è oggi il cliente e quali sono le sue motivazioni d'acquisto



Iama Consulting inaugura con la ricerca *Customer diversity 2014* un nuovo ambito di studio e di approfondimento sul cliente finale: in anni di rapide trasformazioni di abitudini e comportamenti, indotti dall'innovazione tecnologica e sociale, riteniamo che sia opportuno guardare a questa evoluzione con nuovi paradigmi per comprendere quanto e come sta evolvendo il nostro

mercato. La ricerca *Customer diversity 2014* ha ascoltato 1000 clienti tra i 20 e i 75 anni, possessori di polizze del segmento casa, salute, Tcm, pensione, risparmio e investimento, per evidenziare le differenze di pensiero e comportamento verso il mondo assicurativo rispetto al genere (uomo - donna), alla generazione di appartenenza (secondo la suddivisione ormai classica del marketing generazionale), alla tipologia e alla composizione della famiglia, e al territorio di provenienza.

Un primo dato significativo è che l'età media di questi assicurati è superiore all'età media italiana di più di sette anni (50,6 contro 43,5, dato Istat 2014), con un picco a 54 anni di età media per i possessori di polizze dell'ambito pensione, risparmio e investimento; questo dato conferma nei baby boomer (classe 1946-1964), figli del benessere acquisito negli anni '50 e '60, i detentori in Italia dei patrimoni più significativi e più protetti. Inoltre più del 70% degli assicurati appartiene a una coppia o famiglia tradizionale, ossia legata

dal vincolo del matrimonio: a questa percentuale fa da contraltare la situazione che vede, oggi, più del 20% degli italiani (percentuale in crescita negli ultimi anni) vivere da soli o in coppia non sposata o in famiglia ricomposta (conviventi con precedenti esperienze matrimoniali).

Le preferenze del consumatore

Il prodotto assicurativo più trasversale, rispetto alle diverse tipologie di cliente, risulta quello legato alla casa (incendio, furto, Rc capofamiglia): il bisogno di sicurezza cresce al crescere dell'età e l'intermediario preferito risulta essere la banca per il 35% del campione: dato sorprendente visto che la quota di mercato della *bancassurance* su queste coperture è del 5-6%. La discrepanza potrebbe derivare da un'errata percezione del cliente riguardo la copertura *incendio* prevista dai mutui. Per quanto riguarda la salute, la polizza infortuni è preferita nettamente dal mondo maschile, che si rivolge in prevalenza al canale agenziale per la sottoscrizione; da evidenziare che solo il 32% dei non possessori dichiara di aver ricevuto informazioni su questa copertura, percentuale che sale anche per la polizza malattia nel caso dei giovani *Millennials* (classe 1981-2004). In generale, per la sottoscrizione di tutti i prodotti assicurativi esaminati, il network familiare e il passaparola risultano elementi chiave nel processo decisionale: oltre l'80% dei clienti assicurativi opera un confronto all'interno della propria famiglia prima di acquistare una polizza assicurativa e, in termini assoluti, il network di familiari e conoscenti è la prima fonte di informazione per quasi la metà degli intervistati.

Alessandra Scotton,
head of People Empowerment
Iama Consulting



COMPAGNIE

Axa fa il suo ingresso nel virtuale

Grazie a una partnership con Niantic labs di Google, la compagnia francese integrerà 20mila agenzie nell'esperienza interattiva di gioco mobile Ingress

Inserire il brand **Axa** all'interno di **Ingress**, il gioco mobile *real world* interattivo che conta, oggi, oltre otto milioni di giocatori attivi in 200 Paesi e territori a livello globale.

Più di 20mila agenzie nel mondo, tra cui le circa 650 di Axa Assicurazioni in Italia, diventeranno **Portali** a marchio Axa, per i giocatori della piattaforma di gioco multiutente che trasforma città e quartieri di ogni parte del mondo in un'esperienza interattiva piena di intrighi e avventura.

“Siamo particolarmente orgogliosi di questa partnership esclusiva con **Niantic labs** di Google – afferma **Frédéric Tardy**, direttore marketing & distribution di Axa – questo è un altro esempio del nostro spirito d'innovazione: oggi Axa è la prima compagnia assicurativa al mondo a proteggere le persone sia nel mondo reale, sia in quello virtuale”.

I **Portali Axa** sono, oggi, accessibili in Germania, Italia, Spagna, Polonia, Indonesia e Svizzera e, nel 2015 saranno attivi negli Stati Uniti, in Giappone e in altri Paesi. La partnership si estende anche alla narrativa di Ingress e consente ai giocatori di ricercare i luoghi dei Portali Axa dove potranno ottenere gli **Scudi Axa**.

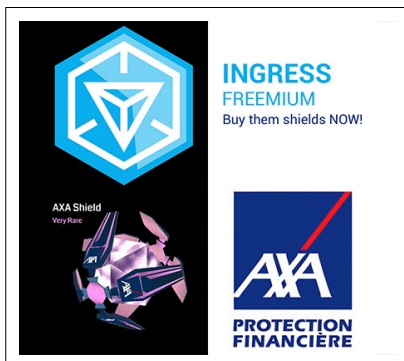
Mentre giocano a **Ingress**, i giocatori cercano e ottengono oggetti virtuali per attaccare o difendere i Portali. Gli Scudi sono l'elemento centrale del gioco in quanto proteggono i Portali e gli Scudi Axa, che i giocatori potranno trovare nei Portali a marchio Axa, saranno le più forti unità di protezione nel gioco.

“Il brand Axa – afferma **John Hanke**, general manager di Niantic labs di **Google** – si presta perfettamente alla storia di Ingress, dando un bonus potente ai giocatori che scoprono e interagiscono

con i luoghi a mano a mano che li circonda, giorno dopo giorno.”

Ingress è disponibile per il download gratuito su AppStore, per iPhone e iPad, e su Google Play, per dispositivi Android o sul sito.

Laura Servidio



ANIA

Ania, Aldo Minucci riconfermato presidente

I vice sono Carlo Acutis e Maria Bianca Farina



Aldo Minucci, presidente Ania

L'assemblea dell'**Ania** ha confermato ieri, martedì 16 dicembre, **Aldo Minucci** alla presidenza per il prossimo anno, come già anticipato lo scorso 25 novembre dal comitato esecutivo. Anche i vice presidenti **Carlo Acutis** e **Maria Bianca Farina** sono stati riconfermati.

L'assise ha anche approvato le modifiche allo statuto, proposte dal comitato esecutivo dell'11 novembre, che prevedono una più allargata partecipazione alla guida dell'associazione, attraverso l'innalzamento da due a tre vice presidenti, cui saranno conferite deleghe specifiche. Il terzo vice presidente non è stato ancora nominato.

Al comitato strategico, i cui componenti passano da nove a dieci, saranno attribuite nuove competenze in termini di proposta al comitato esecutivo, e di deliberazione in caso di urgenza. L'assemblea ha anche rinnovato il comitato esecutivo, il collegio dei revisori e il collegio dei probiviri.

FA.

NEWS DA WW.INSURANCETRADE.IT

Nat-Cat 113 miliardi di dollari di perdite nel 2014

Nel 2014 le perdite economiche, a livello globale, legate a disastri e catastrofi naturali ammontano a 113 miliardi di dollari (pari a 90,7 miliardi di euro), in calo del 16% rispetto al 2013. È quanto emerge da una stima preliminare elaborata da **Swiss Re** per il suo nuovo *rapporto Sigma*, secondo cui le perdite prese in carico dalle società assicurative sarebbero 34 miliardi di dollari: meno della media degli ultimi anni. L'analisi svolta dal riassicuratore elvetico spiega, inoltre, che a livello globale le catastrofi naturali e i disastri avvenuti per cause umane avrebbero provocato la morte di 11 mila persone.

Insurance Daily

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio alaggio@insuranceconnect.it

Editore e Redazione: Insurance Connect Srl, Via Montepulciano 21, 20124 Milano 02.36768000 redazione@insuranceconnect.it

Per inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.it

Supplemento al 17 dicembre di www.insurancetrade.it

Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 - ISSN 2385-2577