



EDITORIALE

Quando l'innovazione è la normativa

Le compagnie, gli intermediari, così come le realtà di bancassicurazione, sono da ormai troppo tempo coinvolte in provvedimenti normativi e legislativi che, su più fronti, impongono poderosi e onerosi adeguamenti. Le svariate difficoltà interpretative, inoltre, ostacolano l'attività e spesso espongono i soggetti coinvolti al rischio di investimenti superflui (ma altrettanto pesanti in termini di tempo e risorse impiegate) su cui tornare per apportare con urgenza indispensabili interventi correttivi. Tali attività di compliance hanno un forte impatto sotto il profilo strategico e organizzativo e richiedono la massima attenzione da parte di tutti, pena pesanti sanzioni. Non stupisce quindi sentire i vertici delle compagnie affermare che sì, la priorità per il settore è certamente l'innovazione. Ma, ancor prima dell'innovazione di canale o di prodotto, la vera priorità su cui il settore assicurativo da tempo è costretto a concentrarsi è innanzitutto l'innovazione normativa. Che, in particolare con il decreto sulle liberalizzazioni, introduce purtroppo complicazioni difficilmente gestibili.

Maria Rosa Alaggio,
direttore Insurance Magazine
e Insurance Trade
alaggio@insuranceconnect.it

• INTERMEDIARI

Collaborazione A con A: l'infondatezza del divieto

Il divieto di collaborazione tra intermediari non coincide con nessuna normativa europea e con nessun caposaldo della legislazione italiana. L'analisi di un provvedimento che, secondo Franco Barbieri, consigliere Uea, ostacola la concorrenza e su cui l'Isvap dovrebbe intervenire con efficacia

Dalla metà di gennaio gli agenti sono impegnati sull'art.34 - D.L. 1/2012 (liberalizzazioni, approvato con voto di fiducia e quindi senza variazione). La settimana scorsa, un ordine del giorno (primo firmatario On. Volpi), ottiene il parere favorevole del Governo nel quale si conferma l'obbligo di presentare due preventivi rca (oltre a quello della compagnia rappresentata) e, contemporaneamente, "recependo" la tesi del Sindacato Nazionale Agenti (Sna), si afferma che "emergono forti dubbi circa la corretta e possibile applicazione della norma".

Stupisce una tale esternazione dalla quale si evince che tutti hanno compreso quanto assurda sia la richiesta e ostica la possibilità di rispettarla. Gli agenti in esclusiva sono la stragrande maggioranza. Perché allora insistere nel rispetto di una norma che, aprioristicamente, si ritiene di difficile applicazione?

Tutti sperano nelle doti taumaturgiche del presidente dell'Isvap **Giancarlo Giannini** e nelle sue capacità di mediare fra diktat autorevoli, parole, leggi, decreti.

Chiediamo "lumi" a **Franco Barbieri**, consigliere dell'Uea, Unione europea assicuratori, che ci risulta abbia approfondito analiticamente l'ipotesi di una possibile collaborazione di A con A.

Perché è lecita, a suo parere, la collaborazione di A con A?

Il divieto di collaborazione di A con A è assolutamente surrettizio ed incongruo, per come imposto dal Codice delle assicurazioni. E' un divieto che non coincide con nessuna normativa europea e con nessun caposaldo della legislazione italiana. Allora perché è lecita la collaborazione di A con A? Partiamo dall'origine della norma. Noi stiamo parlando di questo tema perché esiste la Direttiva europea sull'intermediazione, che sicuramente non aveva nei suoi principi ispiratori nessun tipo di segmentazione del "Registro unico degli intermediari". (continua a p. 2)



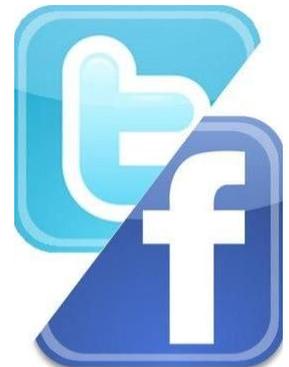
Franco Barbieri, consigliere Uea

• NEWS DA WWW.INSURANCETRADE.IT

Generali lancia l'etilometro per smartphone

I guidatori amanti del buon vino (e ovviamente smartphone-dotati) non hanno più scuse. Arriva l'etilometro sul cellulare. La nuova funzionalità è integrata nella **ePolizza**, l'applicazione assicurativa del gruppo **Generali**, basta scaricare gratuitamente l'app e poi cliccare sull'icona dell'etilometro, a forma di bicchiere. A questo punto l'utente potrà cimentarsi in un gioco di logica volto a saggiare la propria lucidità e successivamente - immettendo i propri dati: sesso, peso, stomaco pieno o vuoto e l'indicazione di quali e quante bevande sono state bevute - potrà conoscere indicativamente il suo tasso alcolico e verificare se è il caso o meno di guidare.

Questo progetto di sensibilizzazione ha permesso a Generali di essere scelta tra i finalisti del concorso **Italian Mobile Advertising Award 2012**, organizzato dai quattro principali gestori di telefonia mobile in Italia: Tim, Vodafone, Wind e 3. L'etilometro di ePolizza è stato premiato con una campagna pubblicitaria gratuita one to one che, attraverso sms, mms e banner, consentirà al Gruppo di raggiungere circa due milioni di persone attraverso messaggi testuali e visivi giocati su percezioni e illusioni ottiche.



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



A suo parere, qual è la logica di tale divieto? (continua da p. 1)

La logica ispiratrice della predetta Direttiva europea si basa su due principi fondamentali: best advice e best practice. Quindi, l'esigenza di un registro unico, per garantire la pubblicità e la pari esigenza di tutelare il consumatore, attraverso buone pratiche e specifiche coperture assicurative. Dunque, se è vero com'è vero che la disciplina europea irradia quelle nazionali, soprattutto nel caso di norme che hanno una valenza regolatoria, come in questo caso, ne sarebbe dovuto conseguire che il suo recepimento, attraverso il Codice delle assicurazioni ed i successivi regolamenti Isvap, non avrebbe dovuto discostarsi dalla logica ispiratrice della Direttiva europea, per come sopra analizzato. Anche in questo caso un pessimo esempio di italianità.

E così è nato, non un registro unico, ma un super registro, con una serie di segmentazioni in lettere, alle quali, ulteriore paradosso, corrispondono obblighi assolutamente sperequati rispetto alle prestazioni/attività previste in capo alle segmentate figure di intermediari. Che dire poi del sistema sanzionatorio, un capolavoro di iniquità. Sanzioni, anzi, vere e proprie pene assimilabili a quelle previste dal Codice penale per reati di notevole portata criminale e/o pericolosità sociale.

Una situazione paradossale, anche perché, seppur speculativamente, si potrebbe argomentare che semmai una collaborazione tra intermediari differenti potrebbe creare eventuali problemi di natura giuridica, che sono invece neutralizzati all'origine proprio nel caso di quelli iscritti alla sezione A.

Ora, mi chiedo se tale equilibrio si possa rinvenire tra l'indeterminatezza dell'oggetto dell'attività di una compagnia di assicurazione e un agente limitato nella sua capacità negoziale, proprio laddove gli viene inibita la collaborazione con una figura professionale identica.

Quanto abbiamo detto è attinente con il nostro ordinamento giuridico?

Tutto ciò è stridente con il nostro ordinamento giuridico, ed incongruo.

Ma ancora: c'è qualche principio costituzionale che ha spinto il legislatore a produrre una tale norma surrettizia? Assolutamente no. Anzi, nella nostra Carta costituzionale troviamo esaltati i principi di parità e di uguaglianza.

E arrivo alla parte più pregnante. Non sono forse le nostre authority - in primis Isvap e Antitrust - a sostenere l'esigenza di un mercato più libero? Ovvero, come da anni sosteniamo noi di Uea, maggiore offerta per il consumatore, in un contesto di prossimità e qualità del servizio al cliente.

Cosa chiederebbe all'Isvap su questo argomento?

Chiederei all'Autorità, nello specifico all'Isvap, ma anche al Governo, come si conciliano queste esigenze con una norma così surrettizia ed incongrua, quale il divieto di collaborazione tra agenti di assicurazioni iscritti alla sezione A? Non è forse vero che il tabù della collaborazione di A con A è crollato sotto i colpi del ciclone Bersani, con la previsione legislativa espressa, di libera collaborazione tra intermediari iscritti alla sezione A nel ramo auto? E attenzione: si è partiti dalla sola garanzia Rc auto e si è arrivati alla accezione più ampia di polizza auto, che comprende una vasta serie di garanzie ramo danni. Ma se il tabù è caduto, è proprio perché c'erano le condizioni giuridiche perché cadesse. E se ciò è avvenuto attraverso un provvedimento legislativo, allora, in cosa consisterebbe l'impedimento giuridico posto a fondamento del divieto di collaborazione tra agenti? E per quale ragione ciò che è lecito per intermediare il ramo auto non dovrebbe esserlo anche per il ramo danni?

Quali ostacoli sono prevedibili?

Non vedo ostacoli di alcun genere in tal senso, salvo non ve ne siano di inconfessabili, magari di matrice lobbistica, certamente, come ampiamente fin qui dimostrato, non di natura giuridica, né tantomeno nell'interesse dei consumatori e del mercato. Proprio su quest'ultimo versante, vorrei aggiungere che, trattandosi di rami danni e riguardanti una vastissima gamma di rischi, con un bisogno di risposte ancor più differenziate, la collaborazione tra intermediari è ancora più necessaria, al fine di rendere sempre il miglior servizio al cliente. Si registrano nel mercato crescenti esigenze di domanda sui rami specialistici, che si intrecciano con il bisogno di dare al consumatore la migliore risposta possibile, soprattutto in un territorio così differenziato quale quello italiano.

La collaborazione tra intermediari risolve il problema della necessità di una maggiore concorrenza nel nostro Paese?

E' chiaro che la collaborazione di A con A non risolve i problemi di libertà dell'intermediazione assicurativa, ma risolve un debito di giustizia, che in un paese civile, avanzato e moderno non dovrebbe esistere, per nessun settore e per nessuna categoria. E se si è d'accordo che il settore assicurativo è ad altissima valenza sociale, lasciare vuoti di giustizia e carenze di mercato non è un segnale positivo per un paese che desidera evolversi costantemente per allinearsi ai paesi di testa della UE.



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



• INTERMEDIARI

Isvap: serve collaborare per l'attuazione del decreto

Durante la Conferenza nazionale degli intermediari organizzata ieri a Roma da Unapass, positivo è stato il commento di Elena Bellizzi, responsabile del servizio tutela consumatori dell'Isvap, ai provvedimenti in tema di liberalizzazioni. Ma oggi è necessario studiare, insieme agli intermediari, modalità operative di attuazione delle norme

“Non possiamo dimenticare che il decreto liberalizzazioni è un decreto emanato d’urgenza e per questo presenta alcune inevitabili sbavature” con questa precisazione **Elena Bellizzi**, responsabile del servizio tutela consumatori dell’Isvap, ha esordito alla **Conferenza nazionale degli intermediari**, organizzata ieri da **Unapass** a Roma. Bellizzi ha sottolineato in particolare un aspetto: la necessità di approcciare il dibattito sulle liberalizzazioni in modo serio e costruttivo, cogliendo “la ratio e il senso profondo di questo cambiamento storico, anche al di là delle imprecisioni normative”. “L’Isvap non può essere d’accordo con chi afferma che le disposizioni decise dal governo sono inapplicabili o che vanno a discapito dei soli intermediari. Al contrario la maggior parte delle norme incidono soprattutto sulle imprese di assicurazione e sono finalizzate a ridurre le tariffe Rc auto”. Così si è espressa Bellizzi, rispondendo ai precedenti interventi, succedutisi durante il convegno, che avevano insistito sulla necessità di denunciare l’iniquità e inefficacia del provvedimento. In particolare sull’**articolo 34**, la rappresentante Isvap ha ricordato la positività delle modifiche recepite al momento della conversione del decreto sabato scorso: “Rispetto alla prima versione, ad esempio, abbiamo ottenuto la sospensione di fatto dell’articolo per quattro mesi. Questo periodo sarà fondamentale per dare respiro agli intermediari e lavorare insieme per studiare le modalità operative di attuazione della norma”. Altro punto segnalato come importante da Bellizzi è l’ultimo comma introdotto nel decreto che prevede “una relazione semestrale dell’Isvap volta a verificare l’efficacia delle disposizioni, una sorta di sperimentazione sul campo della nuova normativa nell’ottica di possibili future modifiche”.

Infine Bellizzi si è soffermata sulle novità riguardanti le imprese, come l’introduzione della scatola nera, giudicata molto positivamente e soprattutto “richiesta dai consumatori ansiosi di vedersi ridurre i prezzi dell’Rc auto”; e sulla tariffa unica nazionale rispetto alla quale “dobbiamo sforzarci di non denigrare, ma capire il profondo intento del legislatore”. “In merito alla lotta alle speculazioni e alle frodi che tanto pesano sulle tasche degli italiani - ha concluso - questo decreto introduce novità importanti, i cui risultati si potranno cominciare a vedere già tra qualche mese”.

Al termine del convegno Unapass ha siglato un accordo di cooperazione con **Adiconsum** finalizzato alla riduzione dei premi assicurativi e del costo dei sinistri, ma soprattutto alla creazione di un nuovo rapporto “mutualistico” tra agenti e consumatori.

D.P.

• LIBRI

Assicurazioni in Italia, una storia lunga 150 anni

Il volume pubblicato da Ania ripercorre l’evoluzione del settore e la sua importanza per lo sviluppo del Paese



Il contributo del settore assicurativo allo sviluppo economico e sociale di un secolo e mezzo di Italia. L’ambizioso progetto voluto da **Ania** in occasione delle celebrazioni dei 150 della nostra storia unitaria ha dato vita ad un poderoso volume che ha il pregio di tenere insieme in modo organico e coerente i tanti aspetti che compongono questo spaccato di storia

economica del paese e che costituiscono le peculiarità distintive del mondo assicurativo. L’interazione tra pubblico e privato, le evoluzioni del quadro normativo, la pluralità e diversificazione dei protagonisti del settore, il rapporto con l’estero e con i mercati finanziari. Il volume, nato da un’idea di **Armando Zimolo** è stato curato da **Pier Ugo Andreini** e **Paolo Garonna**, direttore generale dell’Ania, e ha visto la partecipazione attiva delle principali compagnie italiane attraverso le esperienze professionali di diversi autori coordinati da **Michele D’Alessandro**, ricercatore di storia economica presso l’Università Bocconi. L’opera non ha la pretesa di tracciare una compiuta storia economica delle assicurazioni, quanto piuttosto di fornire una riflessione e una testimonianza dei soggetti che hanno contribuito a sviluppare questo settore in particolare secondo tre direttrici: la gestione del rischio e la domanda di protezione, la funzione di intermediario finanziario e investitore istituzionale e l’azione imprenditoriale svolta in regime di concorrenza sui mercati interni e internazionali.

Il volume si apre con un excursus sulle prime forme embrionali di assicurazione dei traffici commerciali in epoca preunitaria per poi procedere al confronto con paesi come l’Inghilterra e la Francia, nei quali l’industrializzazione aveva già dato impulso alla diffusione delle coperture elementari in primis contro gli incendi. Seguono capitoli monografici dedicati alla storia di Generali e Ras, fino alla fusione con Allianz, poi un’analisi del mercato assicurativo e della dinamica degli investimenti tra le due guerre. Si affronta la creazione dell’Ina, Istituto Nazionale delle Assicurazioni voluto da Giolitti nel 1912, e soprattutto l’esplosione del mercato assicurativo a seguito del boom economico con la nascita delle esigenze di copertura determinate dai nuovi rischi di massa. Infine, il volume tratta la liberalizzazione del mercato dell’ultimo trentennio nel nuovo ambito europeo, le tematiche dell’internazionalizzazione e della bancassicurazione, il ruolo di rappresentanza svolto da Ania e gli attuali scenari macroeconomici che impongono, anche al settore assicurativo, di ripensare il proprio business model.

D.P.



• TECNOLOGIE

Entro il 2013 ovunque andremo saremo al lavoro

Un sondaggio Citrix rivela i vantaggi e i risparmi del "workshifting" per aziende e dipendenti



Entro il 2013 il 93% delle aziende avrà potenziato la propria strategia di "workshifting", ovvero entro l'anno prossimo quasi tutte le società saranno strutturate per il lavoro in mobilità. Lo rileva un sondaggio condotto, a ottobre dello scorso anno, da **Vanson Bourne** per conto di **Citrix** su 1.100 responsabili information technology di undici

paesi: Australia, Brasile, Canada, Cina, Francia, Germania, India, Giappone, Paesi Bassi, Regno Unito e Stati Uniti. Il campione di aziende considerato è composto per tre quarti da imprese con almeno 1.000 dipendenti e per un quarto fra 500-999 addetti. Attualmente risulta che solo il 37% ha attuato effettivamente il passaggio ad uno stile di lavoro mobile ovvero un modello in cui le persone possono accedere alla tecnologia e ai processi che favoriscono la produttività anche quando sono fuori ufficio, attraverso reti wireless pubbliche o device personali esattamente come se fossero in ufficio. Il risvolto di questa politica è duplice, infatti il 71% degli intervistati ha ammesso di utilizzare il workshifting per far sì che i dipendenti lavorino ovunque si trovino, mentre il 63% vi ricorre per permettere agli stessi di svolgere le proprie mansioni da casa per rispondere a particolari necessità.

Altro vantaggio del lavoro mobile è il risparmio, le stime parlano di una riduzione del 45% dei costi di gestione delle risorse umane, un aumento del 39% della capacità di assumere lavoratori nelle aree a basso costo, una riduzione del 38% dei costi degli immobili e un contributo alla sostenibilità ambientale pari al 26%.

Inoltre, il 94% dei responsabili delle decisioni It sottolinea il vantaggio competitivo dato dalla completa continuità del business, mentre il 93% sostiene che la virtualizzazione desktop è stata molto efficace per la business continuity e il 51% ha dichiarato di avere implementato una strategia di workshifting per coinvolgere e fidelizzare gli elementi di maggior talento.

La virtualizzazione desktop contribuisce dunque a creare un ambiente di lavoro più flessibile e stimolante, ma anche a migliorare la sicurezza e l'efficacia dei processi informativi, facilitando la collaborazione con e tra outsourcing partner, lavoratori temporanei e consulenti. I dipendenti possono ottimizzare tempo e risorse attraverso conferenze e meeting online, servizi di condivisione file, permettendo ai team di collaborare con la massima tempestività ed efficienza a prescindere dalla location in cui ognuno si trova in quel momento.

D.P.

• MANAGEMENT

Quando crescita e redditività sono inconciliabili

Differenza attiva fra i ricavi e i costi di una impresa. Il **profitto**, o utile, risulta dal bilancio d'esercizio e rappresenta il reddito dell'imprenditore (sia esso un singolo, oppure una società). Secondo la teoria economica più diffusa, il profitto rappresenta il compenso che viene attribuito all'imprenditore per il rischio che sopporta nell'attività di impresa e per le sue capacità di direzione dell'impresa stessa.

Negli ultimi 20 anni di assicurazione ho sempre sentito dichiarare da parte degli amministratori delegati delle compagnie la seguente frase: "quest'anno dobbiamo crescere nella redditività", locuzione che mi riporta alla memoria l'abusato slogan politico usato negli anni settanta "convergenze parallele". E' fuori dubbio che per una azienda sia lo sviluppo che la redditività siano l'elemento cardine dell'essere imprenditori, ma purtroppo il mercato assicurativo è ben diverso da quello industriale e quindi difficilmente la crescita si sposa con la redditività.

Sarebbe sicuramente più facile passare da una ottimizzazione dei costi in abbinamento ad un sano e costante monitoraggio del portafoglio.

Le compagnie di assicurazione dovrebbero investire molto di più in percorsi di carriera del proprio personale ed in formazione, meglio se sul campo. Intendo dire che tutti dovrebbero conoscere sulla propria pelle il processo di intermediazione assicurativa passando qualche mese sul territorio proponendo polizze al cliente finale. Ricordo che il successo delle aziende passa anche attraverso questo. I **manager della Disney** una volta l'anno sono costretti ad indossare per un weekend i panni di Topolino, Paperino, Pluto e Minnie per comprendere cosa vedono i bambini e come interagiscono con il personaggio a cui danno la mano o con cui si fanno fotografare.

Vi immaginate cosa succederebbe se un direttore generale di una azienda si mettesse al bancone (che oggi come ho avuto modo di dire più volte non dovrebbe più esistere nelle agenzie) di una agenzia per vendere polizze e risolvere i problemi dei clienti?

Sarebbe un fatto epocale che ci riporterebbe a Giovannino Agnelli che passò mesi alla catena di montaggio della Piaggio. Questo è il vero modo per fare profitto, questo è l'unico sistema per capire le reali esigenze della nostra azienda.

Leonardo Alberti, trainer scuola di Palo Alto, consulente di direzione strategica in ambito assicurativo, docente vendite e management