



EDITORIALE

Norme confuse, sanzioni certe

I nuovi provvedimenti legislativi sembrano di questi tempi particolarmente soggetti al pericolo di interpretazioni diverse e spesso contrastanti. A volte tali difficoltà di interpretazione sono semplicemente generate dal lessico utilizzato dal legislatore, altre volte la confusione è causata da contenuti che, in parti diverse di uno stesso testo, sono incongruenti e si contraddicono uno con l'altro. Il quadro legislativo che ne esce appare quindi piuttosto fluido, incerto, con conseguenti difficoltà di agire all'insegna della correttezza e, soprattutto, della sicurezza di non incorrere in sanzioni. Ciò che di più chiaro sembra esserci, infatti, è l'importo delle sanzioni a cui si è sottoposti. Non sfugge pertanto alle rappresentanze di settore l'urgenza di intervenire per fare chiarezza, per introdurre correttivi che aiutino ad evitare conseguenze dannose per il sistema assicurativo e, in definitiva, per l'efficacia della disciplina che ne regola l'attività.

Maria Rosa Alaggio,
direttore Insurance Magazine, Insurance Trade

alaggio@insuranceconnect.it

INTERMEDIARI

Liberalizzazioni, scaricati sugli agenti costi eccessivi

Vincenzo Cirasola, presidente del Gruppo agenti Generali, riconfermato alla guida dello Sna di Bologna e leader del movimento "Coraggio di cambiare", sottolinea come più che un vantaggio per il consumatore, il decreto del Governo rappresenti un onere insostenibile per la rete agenziale

Abbiamo voluto rivolgere a **Vincenzo Cirasola**, presidente del gruppo aziendale di **Generali** e dello **Sna** di Bologna, pugliese di nascita e bolognese di adozione, alcune domande, consci che le sue risposte, unitamente a quelle degli altri colleghi, sapranno dare ai lettori un quadro dell'attuale situazione degli intermediari dopo il decreto sulle liberalizzazioni. E' leader del movimento "Coraggio di cambiare", e conosciutissimo da tutti i colleghi. Come tutti gli uomini di successo, Cirasola è odiato e amato nella stessa misura. Laureato in giurisprudenza, possiede un'esperienza professionale di alto livello, unitamente a capacità di mediazione non comuni, ampiamente riconosciute da amici e nemici.



Vincenzo Cirasola

Qual è il suo pensiero sul corposo provvedimento che il Governo ha licenziato sulle liberalizzazioni? Quale l'effettivo vantaggio per i consumatori?

Fin da subito ho avuto diversi contatti telefonici con i miei vertici aziendali, con colleghi, e presidenti di altri gruppi aziendali. Ricevo quotidianamente informazioni, a tratti contrastanti, da diverse fonti e comprenderò che le stesse ingenerano ulteriore ansia, turbamento e inquietudine. In questo stato "confusionale", i gruppi agenti hanno dovuto arrangiarsi da soli, per cercare di attenuare le conseguenze di questa legge assurda, incoerente, inefficace, inapplicabile alla nostra professione e alle nostre realtà agenziali. Sono state scaricate sugli intermediari di assicurazione ulteriori responsabilità e nuovi, pesanti, oneri amministrativi. (continua a pag. 2)

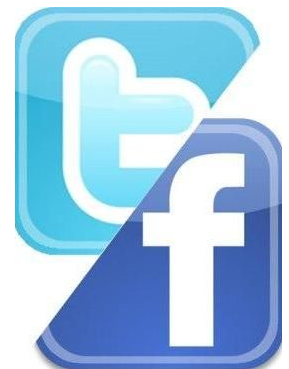
BREVI DA WWW.INSURANCETRADE.IT

Sace garantisce prestito per Reliance Industries

Sace ha garantito un prestito da 400 milioni di dollari concesso da un pool di banche internazionali a **Reliance Industries**, il gruppo indiano dei settori petrolchimico e dell'oil & gas. La garanzia Sace andrà a sostegno dei contratti per la fornitura di beni e servizi assegnati a diverse società italiane, in particolare piccole e medie imprese, nell'ambito di un piano di investimento in India del valore complessivo di oltre 11 miliardi di dollari. "La nostra garanzia rappresenta un catalizzatore per la crescita e una leva importante per la competitività degli esportatori italiani, insieme alla qualità e al prezzo dei prodotti", ha spiegato **Alessandro Castellano**, amministratore delegato di Sace.

Massimo Falcioni nuovo ceo di Euler Hermes GCC

Il Gruppo Euler Hermes (Allianz) ha nominato **Massimo Falcioni** ceo di Euler Hermes GCC, con responsabilità nei Paesi del Golfo Arabo, a partire dal primo marzo 2012. Dal 2008 il manager ha ricoperto la carica di direttore centrale di Euler Hermes Siac ed è stato membro del Board di Euler Hermes Siac Services. Falcioni, laureato in economia, ha iniziato la sua carriera in Esso Italia nel 1992. Tra le sue attività è stato per dieci anni in Philip Morris International e successivamente è stato direttore commerciale e marketing di gruppo, in due aziende della Volkswagen Financial Services: Europecar Fleet Services e Leaseplan Italia.



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



Le compagnie intanto sono riuscite a far emendare le prime formulazioni del decreto a loro vantaggio, cioè attenuandone gli svantaggi, come per esempio, quello relativo alla riduzione del 30% della liquidazione sinistro auto.

Qual è la sua idea sulla norma che prevede l'obbligo di presentare due preventivi di due compagnie concorrenti?

Dopo aver riletto l'art. 34 del decreto non ho trovato l'obbligo a consegnare al cliente almeno altri due preventivi, ma unicamente l'obbligo a informare il cliente in modo corretto, trasparente, ed esaustivo. A mio avviso quest'obbligo può essere ottemperato anche senza rilasciare nulla di scritto, ma unicamente in forma orale e semmai mostrando al cliente uno studio oggettivo di comparazione dei prodotti e tariffe Rca del mercato.

I nostri sindacati di categoria non ci hanno riferito nulla in merito, né pareri tecnico-giuridici o linee guida. Lo Sna si è limitato a inviarci una bozza di dichiarazione da far sottoscrivere al cliente, sul genere di quella già indicataci dalle nostre mandanti. Riterrei utile avere chiarimenti giuridici su alcuni quesiti tra cui: la sottoscrizione della firma è di per se sufficiente per esimersi dalle responsabilità sanzionatorie gli agenti? Con la dichiarazione sottoscritta da parte del cliente viene ribaltato l'onere della prova, nel senso che deve essere il cliente a dover dimostrare di non avere ricevuto dall'intermediario alcuna informazione corretta, trasparente, ed esaustiva? Non si è tenuto conto anche che oggi il consumatore già dispone di ogni mezzo (i comparatori, in primis quello dell'Isvap), per essere informato. Sarebbe più importante che il consumatore potesse sapere come è composto il premio (delle voci che ne determinano il prezzo finale, tasse, fondo vittime per la strada).

I preventivi Rc auto pubblicati sui siti delle compagnie vengono poi "calmierati" in sede di emissione della polizza, con specifiche concessioni di "flessibilità" tariffaria il cui "quantum" dipende anche dal peso commerciale e politico dell'intermediario. Che senso ha tutto questo?

Ritengo che si tratti prevalentemente di una legge che poco servirà al consumatore e ancor meno a favorire la concorrenza. Non è l'Rca a fare il mercato e non è la tariffa tout court il nucleo del problema, ma piuttosto le cause che ne hanno giustificato negli anni le revisioni in aumento.

Pur nella consapevolezza del problema il disegno di un'agenzia antifrode è ancora lettera morta. Il problema delle tariffe in aumento, così come posto, rischia di avere un effetto boomerang. Una delle cause degli aumenti è stata invece la risposta delle compagnie alla legge Bersani, laddove ha favorito che gli appartenenti allo stesso nucleo familiare, potessero godere del privilegio della classe di merito del componente più virtuoso.

Certo che noi agenti non possiamo, e non vogliamo, andare contro le liberalizzazioni. L'estensore del provvedimento non ha voluto tener conto dell'impatto che lo stesso avrebbe avuto sulle realtà agenziali, tenendo presente che ben l'85% è in regime di monomandato. Ancora oggi il 90% del fatturato Rc auto viene intermediato dagli agenti italiani. Auspico che l'Isvap intervenga affinché in sede Parlamentare siano introdotti specifici emendamenti che correggano questo malfatto Decreto, in modo da renderlo a favore del cliente e non solo un onere per gli intermediari; magari anche contemplando l'altrettanto discusso problema dell'obbligo di una copertura contro le calamità naturali.

Generali come intende impostare l'esecuzione dei dettami legislativi e che cautele adotterà in merito alle sanzioni, essendo in solido con tutti i propri agenti? Quali disposizioni darà lei ai propri associati?

Generali ha diramato le linee operative, cercando di interpretare le norme del Decreto nel senso meno sfavorevole per la rete agenziale. Ci aspettiamo una legittima, prioritaria e straordinaria attenzione da parte dell'azienda, con un riconoscimento economico alle agenzie a sostegno del notevole disagio e aggravio di costi.

A un'attenta lettura dell'art. 35 del decreto, si evincerebbe che l'unica figura sanzionabile sia l'agente. Broker, banche ed intermediari vari no.

Francamente mi sembra una norma aberrante. Rileggendo l'art. 35 ho constatato che al comma 1 parla di intermediari, mentre al comma 3, quando si affronta il tema sanzioni si parla di agente.

Il mio interrogativo sorge soprattutto in relazione alle banche. La banca che ha un accordo con una compagnia non ha obblighi né sanzioni o comunque, stando alla lettura del decreto, ha l'obbligo di informare il cliente su almeno tre alternative, ma resta salva da ogni possibile sanzione. Altrettanto potrebbe dirsi per le compagnie dirette.

Carla Barin



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



NORMATIVA

Polizze e Mutui: un quadro legislativo in continua evoluzione

Il settore delle polizze assicurative connesse a mutui e finanziamenti è stato oggetto negli ultimi mesi di alcuni significativi interventi da parte del legislatore. Nell'ambito del presente intervento ci soffermeremo sul comma 3 bis dell'art. 21 del Codice del Consumo introdotto dal D.L. n. 201/2011, convertito con modifiche dalla legge 214/2011 esull'art. 28 del D.L. n. 1/2012. L'art. 21, comma 3 bis, del Codice del Consumo afferma che: *"E' considerata scorretta la pratica commerciale di una banca, di un istituto di credito o di un intermediario finanziario che, ai fini della stipula di un contratto di mutuo, obbliga il cliente all' sottoscrizione di una polizza assicurativa erogata dalla medesima banca, istituto o intermediario"*, mentre l'art. 28 del D.L. n. 1/2012 prevede che *"Le banche, gli istituti di credito e gli intermediari finanziari se condizionano l'erogazione del mutuo alla stipula di un contratto di assicurazione sulla vita sono tenuti a sottoporre al cliente almeno due preventivi di due differenti gruppi assicurativi"*. Il susseguirsi degli interventi normativi sopra sommariamente delineati, l'ultimo dei quali passibile di eventuali modifiche in sede di conversione, rende il quadro legislativo piuttosto fluido, con il pericolo di dar luogo a diverse interpretazioni, anche in ragione del lessico utilizzato dal legislatore, non sempre univoco. Se da un lato (art. 21, comma 3 bis del Codice del Consumo), infatti, il legislatore sembra prendere una posizione piuttosto netta, dall'altro (art. 28, D.L. n. 1/2012), il legislatore sembra avallare la prassi (di per se non illecita) di condizionare l'erogazione di un mutuo (in questo caso immobiliare) alla stipulazione di una polizza vita (ed i prodotti danni?), fornendo al consumatore una tutela rappresentata dalla proposizione di almeno due preventivi (e il confronto sulle condizioni di polizza?). Vedremo se nel corso dell'iter di conversione l'art. 28 del D.L. n. 1/2012 subirà delle modifiche e se il legislatore, astruendo dalla singola disposizione, prenderà in considerazione, magari, l'ipotesi di un intervento di più ampio respiro sul tema. Nel frattempo sarà interessante sentire anche l'opinione degli attori coinvolti (delle associazioni dei consumatori, delle banche, delle imprese di assicurazione, degli intermediari e dell'Isvap), che verranno ascoltati dalla Commissione permanente Industria, commercio, turismo presso il Senato, incaricata dell'esame del Decreto in vista della sua conversione.

Andrea Maura
twitter: [@_andreamaura](#)
mail: andreamaura@yahoo.it

MERCATO

April Group, fatturato consolidato 2011 a 757,44 milioni di euro

Con un incremento del 1,9% su base annua

April Group, assicuratore internazionale multisettore che si concentra sulla protezione della persona, dalla salute al credit insurance, ha registrato un fatturato consolidato per il 2011 di **757,44 milioni di euro**, con un incremento del **1,9%** su base annua. Le commissioni di intermediazione sono cresciute del 6,2% da 466,88 a 495,98 milioni, mentre i premi assicurativi sono diminuiti del 5,4%, passando da 276,44 a 261,46 milioni.

Le vendite della divisione Salute e Cura Personale sono calate del 4,8% su base annua a 499,39 milioni di euro, mentre i premi assicurativi sono registrati in flessione del 7,7%. Commissioni e spese di intermediazione sono calate del 2,8% a fronte di una concorrenza agguerrita nel mercato in Francia così come nel resto d'Europa.

Il 2011, si legge in una nota della società, è stato segnato da "una netta ripresa della produzione di nuovo business nel settore delle assicurazioni sui prestiti, che ha permesso di trarre pieno vantaggio dalle modifiche regolamentari in materia di mutui immobiliari".

Il ramo Danni ha registrato un significativo incremento del fatturato a 267,33 milioni di euro, in crescita del 16,7% rispetto al 2010. Commissioni e spese di intermediazione sono aumentate del 25% su base annua, mentre i premi assicurativi sono rimasti stabili. La crescita della divisione riflette in particolare le prestazioni derivanti da attività in Sud America, in Francia, nonché l'integrazione del gruppo canadese ELCO, formalizzata ad aprile 2011.

In un momento particolarmente instabile a livello economico e finanziario, caratterizzato da difficili condizioni di mercato, April ha registrato performance in linea con la guidance, apportando anche modifiche radicali per ottimizzare le proprie strutture e continuando a investire in risorse umane e nello sviluppo del marchio. La società possiede ora un portafoglio di attività più equilibrato e più diversificato in termini di linee di assicurazione, e sta entrando in una nuova fase di sviluppo, con un nuovo piano industriale fino al 2015.



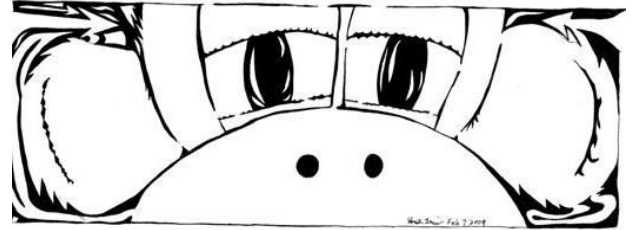
COMPAGNIE

L'impegno di Generali per l'India

Presentati all'Università Cattolica i primi risultati dei Millennium Development Goals

Attenzione sempre alta verso i mercati emergenti. Così i vertici di **Generali**, il presidente Gabriele Galateri di Genola e il Group Ceo, Giovanni Perissinotto, hanno presentato all'Università Cattolica di Milano, i primi risultati di "Millennium", ambizioso progetto per lo sviluppo delle attività di microassicurazione in India. Paese, questo, dove il Gruppo opera da tempo attraverso Future Generali. L'idea si inserisce nell'ambito della grande iniziativa delle Nazioni Unite, denominata appunto "Millennium Development Goals", che si propone l'obiettivo di incoraggiare la crescita e migliorare le condizioni sociali ed economiche delle nazioni in via di sviluppo. Al fianco di Generali sta lavorando proprio l'ateneo di Largo Gemelli, attraverso l'Alta Scuola Impresa e Società (ALTIS). Insieme si cerca di valorizzare le competenze tecniche e di prodotto per offrire un contributo al processo di miglioramento della qualità di vita di migliaia di famiglie indigenti. Nel dettaglio, sono state avviate tre azioni di microassicurazione per offrire polizze del ramo infortunistico e sanitario. Il target prefisso è quello di raggiungere almeno due milioni di adesioni entro i prossimi cinque anni. Il primo progetto, concluso nell'agosto 2011, era rivolto principalmente alle donne che lavorano nel settore agricolo o che conducono piccole attività commerciali e artigianali con un reddito annuo inferiore ai 300 euro (20mila rupie). Il Piano di microinsurance ha offerto loro una garanzia contro gli infortuni, includendo anche la copertura per i costi di ospedalizzazione. Per realizzarlo, Future Generali ha stretto una convenzione con BWDA Finance Limited, una delle 20 maggiori realtà indiane nell'ambito delle Microfinance Institution che vanta oltre 300mila iscritti. Il secondo progetto nasce da un'intesa stretta con Swabhimaan, una social business con sede a Nuova Delhi che, attraverso una buona rete associativa, è in grado di fornire prodotti assicurativi e agevolazioni alle fasce più povere della popolazione. Grazie all'accordo con Future Generali, i datori di lavoro possono garantire ai dipendenti la copertura di infortuni e spese sanitarie attraverso una procedura semplificata che prevede l'acquisto online di una carta servizi. L'ultima azione è un piano assicurativo innovativo volto a coprire i costi delle spese sanitarie per prestazioni ambulatoriali e ricoveri in tre centri avviati a Mumbai, tramite una gestione semplificata dei sinistri per i membri di Swasth India. Anche Swasth India è una social business che lavora per il miglioramento delle condizioni di salute delle popolazioni a basso reddito. L'impegno di Generali nel Paese asiatico, infine, ha generato due iniziative per incentivare l'occupazione femminile nel Tamil Nadu. Si tratta di una mensa da 120 posti realizzata presso il Loyola College di Vettavalam e di una fabbrica per la produzione di mattoni nel villaggio di Kuppayanallur.

Fabio Forlano



MANAGEMENT

The monkey illusion

Un esperimento di psicologia cognitiva che permette di comprendere i meccanismi dell'attenzione e della pertinenza

Nei corsi di management la psicologia cognitiva viene spiegata attraverso un test piuttosto famoso: "The monkey business illusion". Il test consiste nella proiezione di un filmato che contiene due squadre composte da tre giocatori. I giocatori di ogni squadra si passano una palla. I giocatori della prima squadra sono vestiti di bianco, quelli della seconda squadra di nero. Viene chiesto a chi assiste di contare quanti passaggi vengono effettuati dalla squadra bianca. Il tutto per una durata di circa un minuto e mezzo. L'esperimento di psicologia cognitiva permette di comprendere i meccanismi dell'attenzione, della distrazione e della pertinenza. La nostra percezione è altamente selettiva e senza criteri di pertinenza non potremmo comunicare con gli altri e leggere il mondo che ci circonda.

L'esperimento dimostra proprio questo mettendo in evidenza che circa il 50% delle persone che assistono al filmato sono talmente intente a contare i passaggi fra i giocatori della squadra bianca, che non si accorgono di un gorilla che attraversa la scena, si ferma rivolgendo lo sguardo verso il pubblico ed esce tranquillamente dallo spazio visivo.

Nella scena appena descritta, si è portati a notare più facilmente l'animale (nero) se ci viene chiesto di prestare attenzione alla squadra dei neri. È dimostrato come si faccia più attenzione agli oggetti e alle loro proprietà e non a dei luoghi nello spazio. Il nostro occhio registra tutte le immagini che vede depositandole nella nostra memoria, tant'è vero che anche le cose che ci sono sfuggite a prima vista possono essere ricordate concentrandoci attentamente su quanto registrato inconsciamente.

La teoria del Gorilla trova una sua applicazione nella vita comune. I rapinatori infatti, inscenano una rissa, distraendo così colui che è addetto alla sorveglianza e in modo da permettere al loro complice di portare a segno il colpo senza essere minimamente visto. L'esempio per eccellenza di quanto appena descritto è il gioco delle tre carte dove siamo distratti da un complice di chi tiene il banco e perdiamo di vista la carta che ci avrebbe permesso di vincere.

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