

PRIMO PIANO

Generali, i target al 2018

“Non facciamo più cessioni. Siamo stati la principale investment bank degli ultimi anni. Ora lavoriamo sul business”. Il group ceo di Generali, Mario Greco, nel corso dell'Investor Day di oggi a Londra per la presentazione del piano strategico 2015-18, ha escluso ulteriori possibilità di dismissioni di asset dopo quelle realizzate nel corso dello scorso triennio.

Il focus è ora sullo sviluppo del business assicurativo, per cui sono previsti investimenti totali per 1,25 miliardi di euro destinati a tecnologia, strumenti di data analytics e piattaforme più flessibili.

Una delle principali novità annunciate riguarda l'introduzione, nell'organizzazione del gruppo, della figura del chief data officer, che sarà a riporto diretto di Greco.

Inoltre, il Leone di Trieste ha annunciato di aver concluso un accordo per trattare in esclusiva l'acquisto di My Drive Solutions, società britannica specializzata nella profilazione di clienti: l'operazione rientra nell'ambito del rafforzamento della piattaforma operativa di Generali tramite l'aumento della connettività e degli strumenti di data analytics prevista dal piano strategico al 2018.

Per leggere l'articolo completo, [clicca qui](#).

Beniamino Musto

INTERMEDIARI

Il segreto è nella professionalità

Puntare sulle competenze per emergere da una concorrenza senza frontiere. Soprattutto nel ramo auto, a cui molti competitor sono interessati. Secondo Roberto Arena, presidente del gruppo agenti Vittoria Assicurazioni, seguire il cliente farà la differenza per molti colleghi. Ma sempre nell'unità di una categoria ancora troppo divisa e anche nella collaborazione con i subagenti

L'intermediario, una figura insostituibile. A ribadirlo, **Roberto Arena**, presidente del gruppo agenti Vittoria Assicurazioni, socio fondatore Anapa e da poco nominato presidente della Confcommercio Provinciale di Verona, convinto dell'importanza della professionalità e della capacità consulenziale che solo chi intermedia è in grado di dare al cliente, al di là del risparmio. Il tutto, però, si deve coniugare con l'unità di una categoria ancora troppo divisa su questioni primarie, quali il Ccnl, che vede oggi due contratti distinti, l'utilizzo della multicanalità, che consente di rivedere il rapporto con la clientela, e la collaborazione con i subagenti, con i quali instaurare proficue sinergie.

Una lunga storia quella di Arena: dopo quasi trent'anni di attività assicurativa, gestisce oggi due agenzie: una ad Affi e una a Verona, portando avanti, in parallelo, l'associazionismo. Prima come delegato regionale e presidente di commissioni e, dal 2009, come presidente del gruppo Vittoria, incarico che rivesta tuttora.

Componente della giunta confederale di Confcommercio, con delega dallo scorso 14 maggio, alle infrastrutture, Arena ha fondato l'Accademia Vittoria, per coinvolgere colleghi e i loro subagenti, a una maggiore professionalità: unica strada per emergere da una concorrenza senza frontiere.

L'Ivass ha aperto un'altra indagine sulle concessionarie auto che, all'acquisto del mezzo, regalano per un anno polizze Rca e incendio/furto. L'istituto di vigilanza consiglia il consumatore di rivolgersi a un agente di fiducia. Alla luce di ciò, c'è del vero in quanto sostenuto dal presidente dell'Ania, Aldo Minucci, che presto un call center potrà sostituire un agente?

Sul tema specifico, Ivass ha proposto la riformulazione degli attestati di rischio a favore del cliente, a dimostrazione che il problema è reale. Credo sia necessario condividere delle premesse fondamentali per il proseguo delle considerazioni: il mondo auto è un business che interessa molti competitor anche non strettamente assicurativi, ammaliati dai risultati degli ultimi anni. Essendo il tema molto sentito dall'utenza italiana, ecco che anche le case automobilistiche hanno provato a intraprendere questa strada, come le banche, con maggior convinzione rispetto al passato.

Credo che il presidente Minucci volesse provocatoriamente affermare che l'agente deve evolvere per non essere parificato a un centralinista di un call center. Penso che la nostra professione sia in trasformazione e non consenta di sottovalutare questo fatto, come invece stiamo facendo come categoria difendendo strenuamente le rendite di posizione. Sono convinto che la figura dell'intermediario professionista abbia necessariamente un futuro e che non sia sostituibile *in toto* da altre forme di distribuzione di massa, magari attraverso canali multimediali, abbinamenti ad altri prodotti o servizi. Purtroppo ciò non significa che una parte di utenza non utilizzerà invece questi tramiti, alternativi alle agenzie tradizionali: magari lo farà per un periodo, salvo poi ricredersi.

(continua a pag. 2)



Roberto Arena

(continua da pag. 1) Le norme sono davvero molte e complicate, e l'esperienza insegna che chi non esercita quotidianamente non è in grado di comprendere e segnalare al cliente le corrette coperture, preferendo catturare la sua attenzione sul prezzo. In particolare, questo rischio lo corre chi ritiene di poter fare da solo, comparando alcune proposte sommariamente presentate.

Ccnl: i dipendenti d'agenzia sono contesi, nei loro diritti, tra due forze. Da una parte, il contratto siglato da Anapa e Unapass con la triade (Cgil, Cisl e Uil), dall'altra quello di Sna (siglato con Confsal, Fesica e Fisals). Il ministero del Lavoro afferma che la rappresentatività appartiene ai primi firmatari e che, chi applica il contratto Sna può rischiare di perdere benefici fiscali e normativi. La sua opinione?

In chi guida, ci vorrebbe coerenza e lungimiranza, virtù sempre meno frequenti. Il contratto dei dipendenti di agenzia è sempre stato uno solo e il confronto, spesso acceso con le parti sindacali, ha determinato lunghi periodi di tempo prima di addivenire a una sua nuova stesura in rinnovo di quello scaduto.

Non mi pare utile alla categoria che una importante forza datoriale abbia abbandonato il tavolo della trattativa per costituirne uno nuovo con sindacati legittimati allo scopo, ma non rappresentativi né dei dipendenti di agenzia né, tantomeno, conosciuti dagli agenti. È come modificare le regole del gioco durante una partita, per dimostrare che si vince sempre. Si creano, come di fatto è avvenuto, aspettative demagogiche e populiste che finiranno con il creare momenti difficili per tutti. Sono mesi che parliamo dell'uno o dell'altro contratto avendo creato una nuova spaccatura tra gli agenti. Si rischia di creare la falsa credenza dei buoni e ingenui, da una parte, e dei forti, duri ed astuti dall'altra: cosa che certamente non è. Imporre ai dipendenti nuove regole che non tengano conto dei diritti acquisiti, cancellandoli con un colpo di spugna e forzando la loro iscrizione ai nuovi sindacati per la tenuta dei posti di lavoro, è praticabile solo per le necessità contingenti, da parte di molti, di un posto di lavoro e per questo costretti ad accettare ogni sopruso; sono convinto, spesso, senza nemmeno averlo capito. Per giunta, le differenze economiche sono davvero modeste e non c'era proprio la necessità di allargare il solco tra colleghi. La categoria andrebbe ricompattata e non portata ad affrontare il futuro, complicato, divisa sempre e sempre di più.

Il contrassegno Rca sul nostro parabrezza sparirà presto. Questa disposizione di legge, togliendo il contatto diretto con l'assicurato, creerà nocumento alle agenzie? Sarà tutto più difficile nel futuro della categoria?

Si tratta di una novità da tempo annunciata, che modificherà anni di consolidate abitudini. Credo che molti agenti sapranno far tesoro e modificheranno il loro rapporto con la clientela andandola a cercare e non aspettandola in agenzia. Una nuova sfida che merita di essere affrontata con nuovo entusiasmo per formulare offerte che altri competitor non saranno in grado di fare. Gli agenti conoscono la loro clientela e potranno valorizzare le capacità di relazione. È certamente una nuova fase che, in parte, sconcerta perché non ne conosciamo gli esiti.

Ricompare il ragionevole rischio che le disposizioni di Oria facciano sparire dal Rui circa 180 mila subagenti che resterebbero così un sorta di battitori liberi. Sappiamo che essi rappresentano lo zoccolo duro per molte agenzie e che le statistiche ci dicono che il 60-65% dei portafogli è il frutto del loro lavoro. Secondo lei, quali potrebbero essere i contraccolpi per la categoria?

Il Regolatore, da qualunque parte tragga origine, da anni crea disposizioni a volte incomprensibili a una prima analisi. I numerosi subagenti che svolgono con professionalità il loro lavoro hanno la necessità e il bisogno, nella maggioranza dei casi, della figura di un agente di riferimento. Ipotizzo che si troveranno delle soluzioni praticabili per consentire di intrattenere, anche in futuro, dei rapporti con le agenzie poiché non credo che questa massa di persone possa trovare soddisfazione in reti dirette dalle compagnie e tantomeno nella libera e indipendente attività. Servono, al contrario, forme di aggregazione e condivisione delle strategie per garantirsi un futuro stabile e sicuro e questo è possibile, a mio giudizio, per il tramite delle agenzie, anche in funzione della differente territorialità e cultura del nostro Paese.

In questo settore molti manager di grandi imprese affermano tutt'oggi che il valore aggiunto di questo mercato è, e resta, l'agente, vero presidio di legalità e centro di consulenza e servizio. Lei come inquadra queste dichiarazioni? È conscia la Confindustria assicurativa di questo concetto? Esiste una strategia diversa, a suo parere?

Io sono convinto che Ania sia ben conscia del fatto che il mercato assicurativo italiano resti saldamente nelle mani degli agenti e delle loro strutture, ricomprendendo quindi anche i subagenti. Certo, come ho detto, altri competitor riusciranno ad aggredire una parte di utenza, ma, se il loro lavoro non sarà svolto in prossimità come fanno gli agenti, i risultati non saranno quelli attesi. La professionalità dell'agente sta nelle competenze sempre più elevate da contemperare con la *artigianalità* del rapporto con il cliente. Se si standardizza il tutto, ipotizzando che l'informatica e la multimedialità si sostituiscano alle persone, i risultati saranno deludenti. Senza voler fare un esempio irriverente, è come se si ipotizzasse un futuro in cui solo le macchine potranno operare chirurgicamente le persone: la tecnologia è indispensabile e ha portato enormi progressi, ma al comando di questa devono rimanere le persone e le loro competenze. Ogni attività vanta i suoi professionisti e credo sia un atteggiamento superficiale quello di ritenere superfluo il loro contributo.



La comprensibilità nel contratto di assicurazione

Una sentenza della Corte di giustizia dell'Unione Europea evidenzia l'obbligo di un linguaggio comprensibile nelle polizze, che aiuti il consumatore a scegliere con consapevolezza le garanzie ritenute più utili, valutandone anche le conseguenze economiche che ne derivano

Concludendo le nostre riflessioni sulla semplificazione del linguaggio assicurativo, è interessante analizzare la sentenza della Corte di Giustizia dell'Unione Europea nella causa C-96/14 **Jean-Claud Van Hove/Cnp Assurances SA** che lo scorso 23 aprile 2015 si è espressa sulla nozione del carattere abusivo delle clausole assicurative e sulla loro comprensibilità.

La questione prende il via dalla richiesta di interpretazione pregiudiziale da parte del Tribunale di Nimes in una controversia avente a oggetto una polizza collettiva di Cnp Assurances, sottoscritta dal signor Jean-Claud Van Hove a protezione del mutuo dallo stesso sottoscritto.

Tale polizza prevedeva, tra le altre coperture, il pagamento delle rate "dovute alla mutuante dai mutuatari, in caso di decesso o di invalidità permanente o del 75% delle rate in caso di inabilità totale al lavoro"; per stato di inabilità totale al lavoro ai sensi della polizza si intende "l'impossibilità di riprendere una qualunque attività retribuita o meno a seguito di un infortunio o di una malattia".

Al signor Jean-Claud Van Hove, a seguito di un infortunio sul lavoro, venne riconosciuta una inabilità permanente parziale al lavoro pari al 72%.

La compagnia, dopo aver inizialmente provveduto al pagamento di alcune mensilità del mutuo, ha rifiutato le successive rate in quanto l'assicurato aveva la facoltà di esercitare un'altra adeguata attività professionale, quantomeno a tempo parziale.

Il punto che rileva ai nostri fini è la definizione di inabilità totale al lavoro, redatta, secondo l'assicurato, in maniera tale da non consentire a un consumatore profano di comprenderne la portata.

Chiarezza grammaticale, ma non solo

La Corte a tal proposito ha precisato che l'obbligo della trasparenza delle clausole contrattuali, sancito dalla *direttiva 93/13* con-

cernente le clausole abusive nei contratti stipulati dai consumatori, non può essere limitato unicamente alla comprensibilità sul piano formale e grammaticale di queste ultime.

Al contrario, poiché il sistema di tutela istituito dalla direttiva sopra citata si fonda sull'idea che il consumatore si trovi in una situazione di inferiorità rispetto al professionista per quanto riguarda, in particolare, il grado di informazione, tale obbligo di trasparenza deve essere interpretato in modo estensivo.

È di rilevanza essenziale, continua la Corte, che al consumatore non soltanto sia fornita l'informazione sulle condizioni di assicurazione prima della conclusione del contratto, ma che venga anche illustrata la peculiarità del meccanismo di pagamento delle rate in caso di inabilità al lavoro, e la relazione tra tale meccanismo e quello prescritto da altre clausole.

Il consumatore deve pertanto essere posto in grado di valutare, sul fondamento di criteri precisi e intelleggibili, le conseguenze economiche che gliene derivano (e in particolare se aderire o meno alla polizza).

In effetti, la nozione di "riprendere una qualunque attività retribuita o meno" può essere intesa in modo diametralmente opposto come nel caso sottoposto alla Corte.

Chiarezze sulle limitazioni delle garanzie

Ma ciò non basta: pur rimettendo la valutazione al giudice del rinvio, la Corte effettua anche una considerazione ulteriore che va a favore della semplificazione e della trasparenza: l'assicurato/consumatore medio, normalmente informato e ragionevolmente attento e avveduto, deve essere messo in condizione di conoscere l'esistenza della differenza tra la nozione di "inabilità totale al lavoro" e "inabilità permanente parziale" in modo da poter effettuare le proprie valutazioni sulla limitazione della garanzia contenuta nella polizza assicurativa.

Resta quindi confermata anche a livello europeo la necessità che le clausole di una polizza assicurativa debbano essere scritte in modo comprensibile, *decifrabile* e intelleggibile al consumatore medio, il quale venga posto nella condizione di fare una scelta ragionata e avveduta circa l'opportunità o meno di concludere quel contratto.

Avv. **Alessandra Lucchini**

Studio D'Argenio Polizzi e Associati Studio Legale



GLOSSARIO

Scoperto

È la percentuale del danno che resta a carico dell'assicurato, limitando la copertura prestata dall'assicuratore.

Essendo lo scoperto espresso in percentuale, a differenza della franchigia che è indicata come ammontare fisso, il suo valore assoluto non è conoscibile prima del verificarsi dell'evento dannoso. Pertanto, una volta stabilita l'entità del danno, da essa viene detratta la quota parte prevista a titolo di



scoperto, applicando solitamente un limite massimo per evitare che l'importo sottratto dall'indennizzo risulti troppo elevato. Allo stesso modo, viene spesso applicato anche un *minimo di scoperto*, per non gravare l'assicuratore con sinistri di poco conto.

Ad esempio, se lo scoperto stabilito a termini di polizza fosse pari al 10%, con il minimo di 5.000 ed il massimo di 50.000 euro, avremmo:

- per un danno del valore di 20.000 euro, un importo liquidabile pari a 15.000 euro, per effetto dell'applicazione del *minimo di scoperto* di 5.000 euro (invece che 2.000 euro);
- per un danno ammontante a 750.000 euro, un indennizzo di 700.000 euro, essendo previsto un *massimo di scoperto* pari a 50.000 euro (invece che 75.000 euro).

È possibile che franchigia e scoperto coesistano nella stessa polizza, ma occorre tener presente che la prima si riferisce ad un determinato importo sul valore assicurato, mentre il secondo, come si è detto, viene calcolato sul danno.

Inoltre, mentre la franchigia ha lo scopo di tenere l'assicuratore al riparo dai danni di maggiore *frequenza* (ovvero di un gran numero di sinistri di piccola entità), lo scoperto ha la funzione di spingere l'assicurato ad una maggiore prudenza nella gestione del rischio, poiché resta sempre a suo carico una certa percentuale del danno stesso, indipendentemente dall'effettivo ammontare di quest'ultimo.

Trattandosi poi di una limitazione della garanzia prestata, anche lo scoperto è oggetto di specifica pattuizione fra le parti e deve essere chiaramente indicato in polizza e nella nota informativa precontrattuale.

Cinzia Altomare,
Gen Re

PRODOTTI

Tim premia la fedeltà con una polizza casa di Cardif

Accordo tra i due colossi di telecomunicazioni e assicurazioni: i clienti abbonati alla telefonia fissa da più di 10 anni riceveranno gratis una copertura per l'abitazione

Se sei cliente **Telecom Italia** da più di dieci anni hai diritto gratuitamente a *Tim protezione casa*, il nuovo pacchetto assicurativo sviluppato in collaborazione con **Bnp Paribas Cardif** per la tutela del patrimonio domestico. Un'iniziativa che parte dal primo luglio e che rappresenta, secondo quanto sostengono le due società in un comunicato congiunto, "la prima modalità di accordo fra i due top player del mercato assicurativo e della telefonia".

I clienti Telecom Italia che hanno un contratto di linea telefonica fissa antecedente al primo gennaio 2006 riceveranno tutte le informazioni sulla fattura: la polizza si attiverà automaticamente senza alcun contratto da firmare e, dopo un anno, sarà disdettata. In caso di sinistro interviene Bnp Paribas Cardif.

L'assicurazione gratuita per la casa potrebbe raggiungere una platea di circa sei milioni di clienti Telecom Italia che per un anno saranno assicurati dai danni provocati da acqua, fuoco e da fenomeni elettrici. Il pacchetto prevede la copertura del contenuto della propria abitazione, oltre ai danni arrecati a beni di terzi.

L'accordo segna così l'ingresso di Bnp Paribas Cardif nel settore delle telecomunicazioni, "un ambito - si legge nel comunicato - dove può esprimere al meglio la sua strategia di innovazione nell'assicurazione coniugando nuove tecnologie con nuove customer experience".

Fabrizio Aurilia



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

AZIENDE, DAI RISCHI ALLA SICUREZZA DELLA POLIZZA

Milano, 10 giugno 2015 (9.00 - 17.00)
Palazzo delle Stelline, Corso Magenta 61

PROGRAMMA

Chairman Maria Rosa Alaggio, *Direttore di Insurance Review e Insurance Trade*

09.00 - 09.30 - Registrazione

09.30 - 10.10 - **L'assicurazione e i rischi per settore merceologico**

*Adolfo Bertani, presidente di Cineas
Claudia Costa, vice presidente di Anra
Carlo Marietti Andreani, presidente di Aiba
Luigi Viganotti, presidente di Acb*

10.10 - 10.30 - **L'assicurazione a supporto dello sviluppo delle aziende**

Vittorio Scala, country manager e rappresentante generale dei Lloyd's in Italia

10.30 - 10.50 - **Imprese e internazionalizzazione: come gestire le diversità tra sistemi giuridici**

Bruno Giuffrè, country managing partner di Dla Piper

10.50 - 11.10 - **Soluzioni per il rischio di credito commerciale**

Antonella Vona, direttore marketing e comunicazione di Coface Italia

11.10 - 11.30 - Coffee break

11.30 - 12.00 - **Garanzie assicurative per le Pmi: il ruolo di agenti e broker**

*Arnaldo Bergamasco, presidente di Brokers Italiani
Roberto Conforti, presidente di Uea*

12.00 - 12.30 - **Aziende e polizze assicurative: un rapporto soddisfacente?**

*Luigi Coghi, amministratore delegato di Molinari
Lorenzo De Pietri, direttore generale di SNT Technologies
Francesco Ferri, procuratore Autodromo di Monza e vice presidente nazionale Giovani imprenditori di Confindustria
Matteo Polo, amministratore delegato di Crai Supermercati - Ama Crai Ovest*

12.30 - 12.50 - **Servizi innovativi: un lavoro di squadra a vantaggio dell'azienda cliente**

Stefano Sala, amministratore delegato gruppo per

12.50 - 13.00 - Q&A

13.00 - 14.00 - Pranzo

14.00 - 14.20 - **Il peso delle catastrofi naturali**

Intervista a Roberto Manzato, direttore centrale vita, danni e servizi di Ania

14.20 - 14.40 - **Gestire il rischio ambientale**

Giovanni Faglia, responsabile Pool Inquinamento

14.40 - 15.00 - **Sinistri property e ambientali: formazione e disaster recovery come valore aggiunto della loss prevention**

Filippo Emanuelli, amministratore delegato di Belfor Italia

15.00 - 15.20 - **Cyber risk e Pmi: una polizza ad hoc con assistenza H24**

Maurizio Ghilosso, amministratore delegato di Dual Italia

15.20 - 16.30 - **TAVOLA ROTONDA: Gestione del rischio: gli ambiti di miglioramento e di valorizzazione del contratto assicurativo**

*Natale Castagna, managing director di Novatex Italia
Francesco Cincotti, presidente di Aipai
Paolo Lionetti, vice presidente di Anra e group insurance & claims manager di Autostrade per l'Italia
Angela Rebecchi, head of sales & market management di Allianz Global Corporate & Specialty SE
Marco Rossi, head of sales & marketing di Das
Stefano Tasso, director di Affiliated FM
Benoît Michel Verbrigghe, GI Product Director di Aviva
Massimiliano Zampieron, head of sales di Aig per l'Italia*

16.30 - Q&A

**Iscriviti su www.insurancetrade.it
Scarica il programma completo**

patrocinato da



sponsorizzato da

