



EDITORIALE

Gli agenti come consulenti del cliente bancario

Se la banca vende l'Rc auto, gli agenti di assicurazione potranno allora vendere il valore della loro consulenza presso gli sportelli bancari? E' un'idea che sembra circolare da qualche tempo e che coinvolgerebbe, se non il singolo correntista, almeno le aziende, le pmi, gli artigiani o i professionisti. Delimitare i confini di questa "sinergia", per renderla realmente efficace, significherebbe introdurre una vera svolta nella distribuzione assicurativa del nostro Paese. Gli agenti potrebbero dare il loro contributo nella gestione dei sinistri auto, così come potrebbero integrare al tradizionale rapporto finanziario tra banca e pmi anche specifiche competenze nella gestione del rischio e nell'individuazione dell'offerta assicurativa più adeguata. Certo, per arrivare a una tale sinergia sarebbe indispensabile, ancor prima di "progettare" un nuovo rapporto tra agente e sportello bancario, soprattutto stabilire nuovi equilibri tra mondo bancario e partner assicurativo. Una via percorribile? Chissà che risposta darebbero a questa domanda i broker, canale tradizionalmente più vicino al mondo delle aziende...

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

COMPAGNIE

Il tenore di vita è a prova di crisi

Attutire gli effetti della recessione sul lifestyle degli italiani è possibile grazie a soluzioni assicurative mirate. A parlarne è Bruno Patroncini, responsabile vendite di Genworth Financial Lifestyle Protection in Italia

La fase di profonda incertezza economica in cui siamo immersi sta cambiando rapidamente esigenze e stili di vita degli italiani, generando una maggiore necessità di protezione. La perdita di posti di lavoro, il calo della fiducia, dei consumi e della propensione al risparmio delle famiglie, l'abbassamento dei livelli di welfare sono eventi che, se rapportati alle vite dei singoli cittadini, possono assumere i contorni di situazioni traumatiche. Di qui l'esigenza di ripensare anche la funzione del mondo assicurativo, per proteggere beni e valori tornati a essere fragili e precari.

"La nostra compagnia - spiega **Bruno Patroncini**, responsabile vendite di **Genworth Financial Lifestyle Protection** in Italia - si è mossa, in anticipo, per intercettare i nuovi bisogni della popolazione.



Bruno Patroncini, responsabile vendite di Genworth Financial Lifestyle Protection

Non ci sono più solo il mutuo e la casa da proteggere ma c'è un tenore di vita da salvaguardare. Se si perde il lavoro, ad esempio, non si riesce più a provvedere alle vecchie spettanze. Di qui nasce la necessità di garantirsi il consueto modus vivendi anche in caso di evento straordinario".

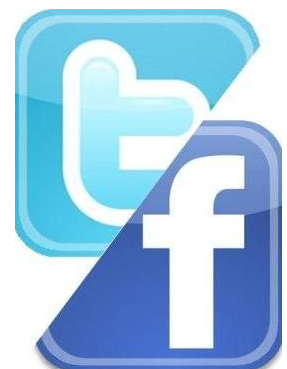
Genworth è una compagnia assicurativa indipendente che opera in 21 Paesi europei. Gli oltre 600 dipendenti sono coordinati quotidianamente dalla sede centrale di Londra. In Italia il gruppo è arrivato nel 1996 e si è posto da subito nel novero dei maggiori player nei settori della Lifestyle Protection e della Mortgage Insurance. Nel nostro Paese, la compagnia è stata la prima ad aver introdotto all'interno del canale bancario le coperture contro la disoccupazione (1996) e le polizze a protezione dei mutui (2002). Oggi il gruppo lavora al fianco di banche e istituzioni finanziarie nell'offerta di soluzioni assicurative dirette e indirette attraverso il lavoro dei propri team specializzati. *(continua a p. 2)*

Esce il nuovo numero di Insurance Magazine

Accesso al credito, risparmi, protezione, welfare pubblico e privato, rischi professionali. Questi sono solo alcuni degli argomenti che i lettori troveranno sul nuovo numero di Insurance Magazine, l'unica rivista del mondo assicurativo dedicata ai consumatori, alle aziende e ai professionisti. In uscita la prossima settimana, il periodico sarà distribuito a tutti gli iscritti su www.insurancetrade.it e attraverso i nostri partner: Aidaf, Anra, Acmi e Infocamere.

Chi volesse ricevere via posta i prossimi numeri del magazine può iscriversi al sito, e riceverà gratuitamente, via mail, anche il quotidiano Insurance Daily e le nostre newsletter.

Sul numero di maggio non mancano ampi speciali sui temi e le problematiche più d'attualità, legate alle piccole e medie imprese e ai professionisti: dalla mediazione, luci e ombre sulla novità legislativa, al focus sulla consulenza e i rischi aziendali; passando per la crescente difficoltà di assicurare la professione medica. Su Insurance Magazine inoltre ci sarà una ricca serie di news su prodotti, servizi, attività e un approfondimento dedicato alle nanotecnologie.



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



DALLA PROTEZIONE DEI BENI ALLA SALVAGUARDIA DELLA PERSONA (continua da p. 1)

La Lifestyle Protection di Genworth si declina in tre ordini di prodotti. Si va dalla protezione del finanziamento fino alla protezione dei beni, passando per la salvaguardia della capacità di spesa.

La *Payment Protection Insurance* (Ppi) garantisce il rimborso di qualsiasi forma di finanziamento, da parte dell'assicurato, in momenti di difficoltà. In questo modo il consumatore riesce ad affrontare i debiti, mantenendo intatto lo status finanziario e la relazione con l'istituto di credito. Allo stesso tempo anche chi eroga il prestito riduce sensibilmente il rischio di trovarsi di fronte a frequenti inadempienze. La garanzia di Genworth si applica ai mutui, ai finanziamenti auto, ai prestiti personali e alle carte di credito.

La *Protezione Garantita del Bene* (Gap), invece, completa l'assicurazione principale del veicolo, aiutando il cliente ad affrontare le spese aggiuntive che sopraggiungono in caso di furto o danno. La polizza consente di ottenere il rimborso di un importo pari alla differenza tra il prezzo di acquisto del veicolo e il suo valore commerciale al momento del danno. In poco più di un anno, Genworth ha venduto polizze Gap per un valore di circa 8 milioni di euro attraverso una modalità di telemarketing post-vendita o di offerta diretta sul punto vendita.

E proprio questa specificità del canale distributivo è una delle caratteristiche che segnano con maggiore efficacia l'operato del gruppo. "Le vendite abbinate - dice Patroncini - avrebbero un livello di penetrazione più rapido. È più facile, infatti, legare la polizza a un mutuo. In Gran Bretagna, per esempio, questo non è più possibile: il cliente può essere sollecitato dalle assicurazioni solo 7 giorni dopo la stipula del prestito. Noi abbiamo anticipato i tempi anche in Italia con le vendite in direct marketing. Genworth - continua - preferisce contattare direttamente gli assicurati che hanno già manifestato una scelta, comprando un bene oppure optando per un finanziamento. Inoltre, comprando a distanza, il consumatore è maggiormente tutelato sia per il diritto di recesso di cui gode, sia per il maggior tempo a disposizione che gli è riservato nella valutazione dell'acquisto".

In risposta al progressivo ridursi delle risorse destinate alla sanità pubblica, invece, Genworth è stata tra le prime compagnie in Italia a fornire una protezione assicurativa direttamente legata alla persona che stipula la polizza. Con questa formula è possibile indennizzare malattie di particolare gravità al momento stesso della diagnosi, con l'assicurato che usufruisce direttamente dell'indennizzo per fronteggiare gli alti costi delle terapie. A differenza delle tradizionali polizze vita, infatti, i benefici sono immediati e a vantaggio dell'interessato (non dei suoi eredi).

Per garantire tranquillità dal punto di vista economico ai propri congiunti in caso di decesso, inoltre, Genworth propone "Over 50". In considerazione del progressivo allungamento delle prospettive di vita la compagnia ha pronto questo prodotto assicurativo studiato per permettere ai clienti di far fronte a impegni finanziari immediati (comprese, ad esempio, le spese per le esequie) e di poter supplire alla mancanza improvvisa del supporto economico abituale per i parenti più stretti.

FLESSIBILITÀ NEL PAGAMENTO DEL PREMIO

Oltre alle peculiarità del canale distributivo, Genworth si differenzia per la flessibilità che lascia agli assicurati nel pagamento del premio. Le somme possono essere versate mensilmente (anche con rid bancario e carta di credito) e i contratti possono essere rescissi annualmente o, in alcuni casi, su base mensile.

"Questo - chiosa Patroncini - garantisce elasticità ai nostri prodotti e un'esposizione finanziaria limitata per il cliente. È un modo, per noi, di diffondere con maggior efficacia soluzioni assicurative a forte valore sociale, poco conosciute in un mercato, come quello italiano, che ha ancora bisogno di maturazione".

Fabio Forlano



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

**PER RICEVERE OGNI GIORNO "INSURANCE DAILY", IL PRIMO QUOTIDIANO DEL
SETTORE ASSICURATIVO, ISCRIVITI GRATUITAMENTE AL SITO
WWW.INSURANCE TRADE.IT**



NEWS

Riparare per risparmiare

La riparazione dei danni ai cristalli è fondamentale per la sicurezza dell'auto e per prevenire spese più ingenti di sostituzione



Gianpiero Micale, direttore commerciale di Carglass

Ogni anno, in Italia più del 4% dei 40 milioni di autovetture circolanti subisce danni ai cristalli. Di questi il 70% degli automobilisti provvede alla riparazione o alla sostituzione, il restante 30% non fa nulla mettendo in pericolo la propria sicurezza; molti infatti non sanno che il parabrezza contribuisce fino al 30% alla rigidità del telaio dell'auto.

Quando si parla di danni ai cristalli si intendono due cose: scheggiature o vere e proprie rotture.

“La stragrande maggioranza degli incidenti – spiega **Gianpiero Micale**, direttore commerciale di **Carglass® Italia** – riguardano il parabrezza. La scheggiatura è un fenomeno molto condizionato dalla stagionalità e fa registrare il maggior numero di episodi in inverno e in estate, a causa delle forti escursioni termiche e per il fatto che nei mesi caldi viene effettuata la maggior parte dei lavori di manutenzione delle strade, che inevitabilmente lasciano detriti”.

Ma se le condizioni del manto stradale influiscono in maniera significativa sul verificarsi di rotture e crepe, una volta occorso il danno “diventa fondamentale ripararlo subito per evitare che una piccola scheggiatura diventi una crepa impossibile riparare”.

Riparare conviene

I vantaggi di un intervento tempestivo sono molteplici, in primis il ripristino della solidità del vetro e della sua totale sicurezza, poi un consistente risparmio economico: mediamente una riparazione costa un terzo di una sostituzione e per chi è titolare di una polizza cristalli è totalmente rimborsata dall'assicurazione. Inoltre l'attuale codice della strada impone sanzioni costose per chi viaggia con un parabrezza crepato: due punti decurtati dalla patente e multe che vanno da 80 a quasi 120 euro. Infine, si tratta di un atteggiamento più responsabile verso l'ambiente, in quanto le emissioni di Co2 derivanti da una riparazione sono dieci volte inferiori rispetto a quelle prodotte dalla sostituzione.

L'esperienza Carglass®

Carglass® Italia fa parte del **Gruppo Belron®**, player mondiale nella riparazione e sostituzione dei cristalli per auto con quasi dodici milioni di interventi l'anno, in 33 paesi nei cinque continenti, con oltre 1.800 centri di assistenza e 24 mila dipendenti.

Carglass® offre assistenza agli automobilisti ovunque in Italia, con un intervento ogni venti secondi, grazie ad oltre 170 centri e 130 unità di intervento a domicilio.

Per riparare i cristalli, Carglass® usa un metodo esclusivo e brevettato che prevede l'utilizzo di una resina fluida a presa rapida, in grado di ottenere una migliore adesione all'interno della scheggiatura e permettendo elevate prestazioni anche in condizioni estreme. Oltre alla funzionalità, questo intervento riduce al minimo l'impatto ottico della riparazione a tutto beneficio della sicurezza, poiché non viene inficiata la visibilità.

Carglass® vanta il tasso di riparazione più alto del mercato, pari al 30%, ed è in grado di garantire a vita ogni intervento, grazie alla professionalità e all'eccellenza delle tecniche applicate in tutte le fasi di assistenza.

D.P.

RICERCHE

Meno possibilità di detrazioni per il 51% degli automobilisti

La Riforma del lavoro prevede il taglio del rimborso per il contributo al Servizio sanitario nazionale

Si avvicina la scadenza dei termini di presentazione della denuncia dei redditi e **Facile.it** ha fatto i conti in tasca agli italiani. Il portale di comparazione on line in particolare ha scoperto che, nel caso in cui la Riforma del lavoro venga approvata senza modifiche, a partire dalla prossima dichiarazione dei redditi, il **51%** degli italiani non potrà più ottenere detrazioni per quanto speso per assicurare l'auto. Ovvero, **18 milioni di italiani** perderanno la possibilità di ottenere il rimborso per il contributo al Servizio Sanitario Nazionale incluso nel premio Rc auto. Ogni copertura assicurativa (vale per tutti i mezzi, non solo l'auto) infatti comprende una quota che viene versata al Ssn per coprire le spese sostenute per i feriti e le vittime della strada.

“Fino ad oggi – spiega **Alberto Genovese**, amministratore delegato di Facile.it – era possibile detrarre il 19% del contributo presente in tutti i premi Rc”. La riforma Fornero invece prevede che potrà essere dedotta dalla dichiarazione dei redditi solo la parte dei contributi eccedente i 40 euro, “vale a dire che chi paga una polizza con premio netto inferiore ai 381 euro annui non potrà beneficiarne” – sottolinea Genovese.

Le analisi svolte dal comparatore su un campione di oltre quarantamila polizze emesse negli ultimi due mesi dicono chiaramente che un italiano su due verrà escluso dalle deduzioni e che le regioni più penalizzate da questo provvedimento siano quelle in cui i premi assicurativi sono più bassi.

Infatti in Friuli Venezia Giulia e Trentino Alto Adige i cittadini che non avranno più diritto alle deduzioni saranno rispettivamente il 78% e 71,2% del totale. Mentre in Campania si arriva appena al 10,6%, in Calabria al 24,9% e in Puglia al 30,7%, tre regioni in cui i premi assicurativi sono mediamente più elevati.

“Paradossalmente – fa notare in conclusione Genovese – chi si trova in una classe di merito peggiore potrà comunque ottenere un piccolo rimborso, cosa che ai guidatori che hanno un migliore profilo assicurativo non sarà più concesso. Oltretutto, dato che si tratta di una deduzione da sottrarre alla base imponibile, i vantaggi maggiori andranno ai redditi più elevati”.

D.P.



NORMATIVA

Pubblica consultazione per le misure anticrisi del settore assicurativo

Lo schema di regolamento Isvap s'inserisce nel tentativo di limitare l'impatto della perdurante crisi dei mercati finanziari per le imprese di assicurazione, in attesa dell'entrata in vigore delle disposizioni di attuazione della Direttiva Solvency II

In data 14 maggio 2012, l'Autorità di Vigilanza assicurativa ha pubblicato il documento di pubblica consultazione riguardante lo "schema di regolamento concernente l'attuazione delle disposizioni in materia di criteri di valutazione dei titoli di debito emessi o garantiti da stati dell'Unione Europea", contenute nel Decreto Legge 29 dicembre 2011, n. 216, convertito con legge 24 febbraio 2012, n. 14 (il c.d. "decreto milleproroghe").

Lo schema di regolamento s'inserisce nel tentativo di limitare l'impatto della perdurante crisi dei mercati finanziari per le imprese di assicurazione, in attesa dell'entrata in vigore delle disposizioni di attuazione della Direttiva *Solvency II*, e interessa principalmente i temi riguardanti il rinnovo delle misure anticrisi, ammettendo la scelta di contabilizzare in un modo più favorevole i titoli di debito emessi o garantiti da Stati appartenenti all'UE.

In questo senso, il documento di pubblica consultazione prevede che sia esercitabile, da parte delle compagnie di assicurazione, l'opzione che permette di valutare i titoli di debito non durevoli emessi o garantiti da Stati dell'UE, in base al valore di iscrizione così come risultante dall'ultimo bilancio o dall'ultima relazione semestrale, anziché al valore correlato all'andamento del mercato, fatta eccezione per le perdite di carattere durevole.

L'ambito d'applicazione del pubblicando regolamento è riservato sia a quelle imprese di assicurazione che non utilizzano, per la redazione del bilancio d'esercizio, i principi contabili internazionali IAS/IFRS, sia per quelle compagnie che invece fanno uso dei detti principi, nella redazione del bilancio consolidato, ai fini della verifica della solvibilità corretta.

Tale previsione, inoltre, dovrebbe spiegare la sua efficacia a partire dall'esercizio contabile del 2012 e fino a quando non entreranno in vigore le disposizioni attuative della Direttiva *Solvency II*.

L'obiettivo di queste previsioni è quello di predisporre delle misure di natura anti-ciclica nelle valutazioni, che il mercato opera, dei titoli di Stati dell'Unione Europea, con l'implicita conseguenza di dettare una disciplina più favorevole per quelle imprese che acquistano o sono in possesso di titoli di debito appartenenti a Stati membri dell'UE.

Nel merito, lo schema regolamentare dispone le modalità concrete d'esercizio dell'opzione contabile in oggetto, richiedendo da una parte una procedura deliberativa che coinvolge gli organi gestionali e di controllo dell'impresa assicurativa, dall'altra un continuo monitoraggio sul differenziale tra il valore del titolo iscritto a bilancio e del valore derivante dall'andamento del mercato, nonché una conseguente rimodulazione del calcolo del margine di solvibilità. In aggiunta a tali disposizioni di natura prudenziale, Isvap richiede, inoltre, dei precisi adempimenti di vigilanza informativa, cui le imprese devono ottemperare, e si riserva di intervenire in caso di eventuali pregiudizi sulla solvibilità delle imprese.

In conclusione, ai sensi dell'art. 14 dello schema di regolamento, dovranno essere modificati i prospetti dimostrativi, illustranti il margine di solvibilità, dei rami vita e danni.

Luca Emanuele Lanza, Studio legale Jenny&Partners