

PRIMO PIANO

L'attestato di rischio è digitale

L'ivass ha pubblicato il Regolamento (numero 9, 19 maggio 2015) che fissa le regole per la dematerializzazione dell'attestato di rischio e disciplina la banca dati a cui i nuovi documenti faranno riferimento. Si completa così la prima fase della digitalizzazione dei documenti assicurativi: il mercato passerà dall'attestato di rischio definito come statico, cioè che fotografa la situazione presente dell'assicurato, all'attestato dinamico, generato e aggiornato in un sistema digitale, così da aggiornarsi in modo costante. Secondo l'Istituto, il nuovo documento sarà più efficace per il contrasto dei fenomeni elusivi e meglio armonizzato rispetto alle situazioni degli altri Paesi Ue.

All'atto pratico, le imprese devono mettere a disposizione dell'assicurato l'attestato di rischio nell'area riservata del proprio sito web, ma in aggiunta hanno anche la facoltà di consegnare l'attestato in altri modi (via mail, o anche attraverso i social network) su richiesta del contraente.

Non cambiano, per il momento, le regole per le classi di merito, sulle quali l'ivass tornerà presto con un "apposito Provvedimento". Il Regolamento entra in vigore subito con riferimento ai contratti in scadenza dal primo luglio 2015.

F.A.

INTERMEDIARI

Agenti, problemi antichi e tecnologia moderna

Rappresentanza frammentata, crisi di redditività, commissariamento di Fpa: questi i risultati delle cattive relazioni industriali dell'ultimo decennio. Marco Garanzini (Generali, Anapa) spiega la sua ricetta per rilanciare la professione

I problemi dell'intermediazione assicurativa italiana vengono da lontano: da almeno un decennio di relazioni industriali praticamente inesistenti che, negli ultimi anni, si sono incrociati con la crisi del modello di consumo dell'Rc auto e l'ingresso prepotente della tecnologia. Il mercato assicurativo è stato colto di sorpresa. Ma mentre le compagnie, certamente più forti e con le spalle

larghe stanno cambiando rotta e intercettando il cambiamento, gli agenti rischiano di perdersi alle ricerche di modelli nuovi, sempre alla rincorsa del cliente con i margini in erosione.

La sensazione è che l'intermediario sia messo in mezzo, non solo perché, appunto, è il tramite tra interessi contrapposti, ma soprattutto perché oggi è l'anello debole della catena.

Per uscire dalle secche, è necessario unire gli agenti sotto proposte comuni, a livello sindacale, e, per chi non l'ha già fatto, convertire le agenzie verso prodotti danni non auto e anche vita.

Marco Garanzini, agente **Generali** di Milano e tra i più attivi in **Anapa**, ha già oggi un mix di portafoglio modello: 60% danni, 33% vita e 7% auto, con premi divisi in egual misura tra *retail*, *middle market* e *corporate*. Il futuro? Rafforzare la presenza nei rami danni, in una fascia di clientela che necessita consulenza con specifiche conoscenze.

L'eventuale commissariamento del Fondo pensione agenti, ipotesi che sembra sempre più concreta, è solo il risultato di una cattiva gestione, oppure è parte di un modello di relazioni industriali che in questi anni è andato in crisi?

L'ipotesi del commissariamento è figlia delle cattive relazioni industriali e sindacali di questo ultimo decennio e di poca analisi sugli sviluppi demografici e dei relativi impatti finanziari sulla categoria, a cui si è aggiunta, per ultima, la modifica dei criteri di verifica della sostenibilità attuariale previsti per i fondi a prestazione definita.

(continua a pag. 2)



INSURANCE CONNECT su LINKEDIN

Clicca qui per iscriverti al gruppo 

Clicca qui per seguire la pagina

(continua da pag. 1)

L'impatto delle norme ha reso evidente che non vi era una visione prospettica, né nella gestione del fondo né delle relazioni industriali e politiche con Ania e neppure sull'adeguatezza della previdenza integrativa degli agenti.

La mancanza di confronto tra i soggetti chiamati ad affrontare la grave situazione, di fatto, ha impedito di formulare una proposta unitaria che avrebbe potuto far superare le attuali difficoltà.

Qual è lo spazio per una contrattazione di primo livello?

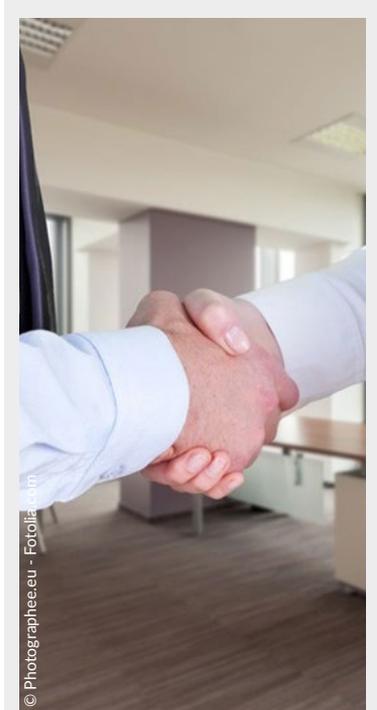
Dopo la chiusura dell'indagine dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato, appare evidente che il rinnovo dell'Accordo nazionale agenti difficilmente vedrà la luce in tempi brevi, con la conseguenza che i nodi legati ad esempio ai temi dell'indennità di cessazione e di rivalsa resteranno ancora insoluti. Ciò nonostante la contrattazione di primo livello conserva tutto il suo valore perché per sua natura è generalista e meno condizionata dai rapporti aziendali con i gruppi agenti.

Il blocco delle relazioni industriali, a causa dell'intransigente politica di Sna, ha ridotto in questi anni gli argomenti e gli spazi di trattativa con Ania. Questo stallo, insieme alla ristrutturazione di alcuni gruppi assicurativi, alla lunga potrebbe portare alla nascita di accordi con i singoli gruppi agenti che renderebbero ancora più difficile la trattativa di primo livello. Inoltre, la recente fuoriuscita del gruppo Unipol da Ania dimostra che anche da parte delle compagnie vi sono dei dubbi, o comunque la volontà di non sviluppare accordi di primo livello. La mia personale opinione è che in questo scenario, siano gli agenti i soggetti che più perderanno dalla mancanza di un accordo di primo livello.

Nell'ottica di un mercato sempre più trasparente, l'Ivass è particolarmente attiva sia nell'emanazione di regolamenti, sia nel monitoraggio di premi e risarcimenti (Rc auto, ma non solo). È ancora possibile per un intermediario di una grande impresa riuscire a contemperare i propri interessi, quelli della compagnia e quelli dei clienti, ora che questi ultimi sono sempre più informati ed esigenti?

Temo che vi sia da parte di Ivass una visione un po' distorta tra concorrenza e professionalità degli intermediari. La concorrenza è un vantaggio per il mercato e per il consumatore. Quest'ultimo sceglie di comprare liberamente in base alle proprie necessità e aspettative, eventualmente comparando tra loro alcune offerte. Curiosamente, per il mercato assicurativo, l'Autorità di controllo pensa o che il consumatore non sia in grado di valutare le offerte o che gli intermediari siano solo la lunga mano delle compagnie. Gli agenti sono dei professionisti che curano gli interessi della clientela e, nel rispetto dei loro mandati, anche quelli delle compagnie. In ogni settore, potenzialmente, esiste questo conflitto di interessi tra intermediari, mandanti e clienti che naturalmente si riduce per effetto della concorrenza che nel settore assicurativo è ampia. Per un professionista, la soddisfazione delle esigenze del cliente è garanzia di sopravvivenza e del suo ruolo ben più che far sottoscrivere al cliente un contratto inadeguato solo per raggiungere un target.

(continua a pag. 3)



Canone mensile
da **355 €** + IVA
Anticipo: 4.000 € + IVA
Durata: 48 mesi / 80.000 km

BMW 214d Active Tourer

Libertà di movimento e Servizi a 360°

Solo con il Noleggio a Lungo Termine Alphabet

Servizi inclusi nell'offerta:

- Alphabet & Me
- Gestione sinistri
- Call Centre Conducenti
- Manutenzione
- Tassa di proprietà
- Soccorso stradale
- Veicolo sostitutivo
- Assicurazione PAI
- Assicurazione RCA
- Servizio ripristino danni
- Servizio perdita totale (furto-incendio)

Per maggiori informazioni visita il sito:
www.alphabet.com/it/car-showroom-leadbook



(continua da pag. 2)

Generali sta completando la più grande integrazione agenziale del mercato: quali sono state le iniziative più positive intraprese dalla compagnia a favore degli agenti e quali invece state ancora aspettando?

La nascita di **Generali Italia** non ha ancora armonizzato le reti coinvolte ed è ancora presto per giudicare i risultati prefissati. In questa fase prevalgono i tentativi di armonizzare senza penalizzare i vari brand del gruppo. Iniziative come l'evento dedicato a Expo Milano 2015, svoltosi ad aprile, hanno lo scopo di impostare un approccio che porti all'unificazione della rete agenziale facendole respirare un'aria comune e in tal senso l'obiettivo è stato raggiunto visto che nel complesso l'evento ha trovato il gradimento dei partecipanti. In questo evento, la compagnia ha insistito sulla cen-



tralità del ruolo degli agenti che si avvarranno dei canali virtuali per incrementare il business e per la comunicazione con la clientela. Dal punto di vista industriale, questa complessa operazione sta procedendo abbastanza speditamente. Per quanto riguarda gli agenti, siamo in una fase transitoria e in cui si stanno muovendo i primi passi comuni su alcuni temi industriali ove i singoli gruppi agenti hanno scelto di presentarsi unitariamente alle trattative con la compagnia.

Che tipo di portafoglio ha la sua agenzia? Ha delle competenze specifiche, ambiti o rami in cui opera maggiormente? In vista di un sempre maggior ridimensionamento dei premi Rc auto, cambierà la sua strategia commerciale?

La nostra agenzia ha un portafoglio piccolo, caratterizzato da un mix di portafoglio di questo tipo: 60% danni, 33% vita e 7% auto. I danni sono divisi in maniera quasi eguale tra retail, middle market e corporate. La nostra strategia commerciale ci ha portato a sviluppare già da tempo un modello agenziale poco legato al settore auto, che prevediamo in futuro subirà la presenza pervasiva di banche e altri soggetti. Riteniamo che, pro futuro, i nostri sforzi debbano continuare per rafforzare la presenza in un portafoglio dei rami danni, coniugata con una fascia di clientela che necessita della nostra figura di consulenti con specifiche conoscenze legate all'attività e alle esigenze nella gestione dei contratti.

Fabrizio Aurilia

GLOSSARIO

Sottoassicurazione (o assicurazione parziale)

“Se l'assicurazione copre solo una parte del valore che la cosa assicurata aveva nel tempo del sinistro, l'assicuratore risponde dei danni in proporzione della parte suddetta, a meno che non sia diversamente convenuto” (Art. 1907 C.C.).

Si verifica sottoassicurazione quando il valore dichiarato in polizza per le cose assicurate (valore assicurato) risulta inferiore al loro valore effettivo.

In tal caso, se si verifica un sinistro, viene applicata la regola proporzionale: a meno che non sia stato diversamente convenuto dalle parti, ad esempio, nel caso dell'assicurazione a primo rischio assoluto o qualora la polizza preveda una clausola di parziale deroga alla regola proporzionale. L'indennizzo sarà infatti calcolato in base alla seguente proporzione:

indennità : danno = valore assicurato : valore effettivo

Ad esempio, se si assicurasse a valore intero un bene per 5.000 euro ed esso, al momento del sinistro, risultasse avere un valore di 10.000 euro, qualora il danno prodotto fosse di 2.000 euro, l'indennità corrisposta ammonterebbe a 1.000 euro.

Tuttavia, in presenza di una clausola di parziale deroga alla proporzionale, il disposto dell'art. 1907 del Codice Civile troverebbe applicazione solo nel caso in cui la sottoassicurazione (differenza tra valore assicurato e valore effettivo) superasse la percentuale pattuita nella clausola stessa (di solito pari al 20%).

Cinzia Altomare,
Gen Re



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 Ghiloso, 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

