



PRIMO PIANO

## Ivass, allarme Solvency II

Sulla strada di Solvency II si sommano le difficoltà. Dopo le perplessità sollevate da Insurance Europe, l'associazione che raggruppa le assicurazioni europee, relative ad alcuni istituti della normativa che danneggerebbero i profili di investimento delle compagnie, l'Ivass sottolinea le difficoltà nel mercato italiano. Non solo, ma l'Istituto italiano non è d'accordo con l'Eiopa, l'Autorità europea di assicurazioni e pensioni, riguardo la sostituzione di alcune misure, tra cui il Counter-cyclical premium, cioè uno strumento di osservazione di dati non affidabili, in relazione alle crisi degli spread. L'Eiopa suggerisce invece di utilizzare il Volatility Balancer, una nuova misura per gestire le implicazioni della volatilità. Pur apprezzando il suggerimento, l'Ivass ritiene che "questa nuova misura meriti ulteriori approfondimenti". Dalle valutazioni condotte sul mercato italiano, il Volatility Balancer "così come disegnato e calibrato dall'Eiopa non risulterebbe efficace". A questo si sommano i risultati nazionali del Long term guarantee assessment, lo studio che ha evidenziato la necessità di una modifica di impianto di Solvency II per evitare che la volatilità di breve periodo impatti sulle valutazioni di solvibilità, in relazione al business di lungo periodo.

Fabrizio Aurilia

INTERMEDIARI

## Collaborazioni: nell'agente-fiduciario, il futuro dell'intermediazione

**Se è vero che il modello del monomandato scricchiola, la nuova figura dell'intermediario dovrà saper lavorare sempre di più con gli altri**

Per sfruttare al meglio le collaborazioni tra intermediari, una delle novità dell'ultimo anno che hanno interessato il mondo della distribuzione assicurativa, ci vuole approccio da consulente per da parte dell'agente, fiducia nei colleghi e una buona conoscenza nella comparazione dei prodotti da offrire. Non servono invece grossi investimenti e né essere plurimandatario. Ne è convinto **Michele Languino**, membro dell'Esecutivo nazionale di **Sna** e presidente provinciale Bari-Nord. Le collaborazioni, sulle quali l'area legale del sindacato nazionale degli agenti sta lavorando quasi da un anno, sono uno strumento ancora in parte oscuro e della cui utilità si potrà avere certezza solo tra qualche tempo. Soprattutto si dovrà valutarne la reale penetrazione sia nelle regioni del nord del Paese, sia in quelle del sud, dove l'istituto potrebbe dare più risultati.



Michele Languino, Esecutivo Nazionale Sna

**Da sei mesi è alle prese con il progetto collaborazioni. Quali sono le caratteristiche che un agente deve possedere per ritenersi naturalmente predisposto ad attivare delle collaborazioni?**

Personalmente sono sempre stato convinto dell'utilità delle collaborazioni, non tanto perché, operando al sud, mi sia apparsa da subito preclusa la strada del plurimandatario, quanto perché la flessibilità dello strumento consente un utilizzo adeguato alle proprie esigenze: non richiede particolari investimenti e si adatta a tutte le categorie di agenti, anche a chi ha fatto la scelta di rimanere in monomandato di fatto, privilegiando la fedeltà all'impresa mandante.

Sono consapevole che, come per ogni cambiamento, ci sia bisogno di tempo e pazienza per raccogliere risultati apprezzabili.

Circa l'identikit dell'agente-collaboratore, sono sintetico: occorrono disponibilità, fiducia nei colleghi, efficienza organizzativa, approccio consulenziale al cliente e metodologia comparativa nella scelta della soluzione da offrire.

**L'Ania e alcune singole imprese sono contrarie alle collaborazioni, per i rischi di minore qualità e trasparenza nel servizio e conflitti d'interesse. Vi è poi la problematica dell'utilizzo delle reti, che si vorrebbe rimanesse prerogativa di chi vi investe.**

Certo, se confrontiamo un sistema collaudato come quello della distribuzione tradizionale, con quello che si sta definendo per il futuro, qualche ombra può paventarsi all'orizzonte. Ma escludo problemi strutturali perché, in fondo, il tutto continuerà a ruotare intorno alla figura dell'agente-fiduciario; quest'ultimo, oltre a seguire la produzione delle sottoreti, domani seguirà anche quella rinveniente da colleghi di pari livello da lui scelti, che, per il semplice fatto di disporre anch'essi della fiducia di altre compagnie, o clienti diretti (broker), potranno garantire standard qualitativi omogenei, in linea con quelli della distribuzione di marchio.

Alcune imprese, prevalentemente operanti in settori di nicchia o specializzati, vi stanno invece intravedendo occasioni di business, a riprova delle potenzialità che possono avere le collaborazioni anche nello sviluppo del mercato danni, da tempo stagnante.

**Da alcune frange del mondo agenziale, si levano voci circa l'impossibilità, in attesa di interventi regolamentari, di utilizzare le collaborazioni. Sotto l'aspetto tecnico-giuridico, come ritiene, quindi, dovrebbe muoversi Ivass?**

Con l'Istituto c'è una proficua interlocuzione su ogni tema di interesse per la categoria degli intermediari. (continua a pag.2)



*(continua da pag. 1)*

Ad avviso dello Sna e di gran parte della dottrina, le vigenti disposizioni di legge e regolamentari risultano ampiamente sufficienti a delineare modalità, forme e contenuti degli obblighi informativi previsti nei confronti degli assicurati e pertanto a disciplinare i requisiti attraverso i quali i predetti obblighi debbono essere assolti; perciò non sono necessarie ulteriori disposizioni attuative della norma in esame.

La legge 221 prevede unicamente che “al cliente sia fornita, con le modalità e forme previste nel codice delle assicurazioni private e sui regolamenti attuativi, una corretta e completa informativa, in relazione al fatto che l’attività di intermediazione è svolta in collaborazione tra più intermediari, nonché l’indicazione dell’esatta identità, della sezione di appartenenza e del ruolo svolto dai medesimi nell’ambito della forma di collaborazione adottata”.

Ovviamente anche noi, per alcune limitate aree critiche, quali ad esempio la formazione e il sistema dei pagamenti, siamo in attesa di conoscere il parere dell’Autorità, ma riteniamo che l’attuale assetto normativo del codice e dei regolamenti, fornisca al suo interno delle risposte, senza che si creino quindi zone d’ombra o vuoti di disciplina.

### **L’obbligo di informativa dei consumatori, relativa al rapporto di collaborazione tra intermediari, può ritenersi assolto unicamente attraverso l’indicazione sul modello 7b degli elementi previsti dal comma 10 dell’art. 22?**

Il modello 7b darà conto del fatto che il contratto di assicurazione venga intermediato in forza del contratto di collaborazione con altro intermediario, l’esatta identità dell’intermediario con cui è in corso il rapporto di collaborazione, ivi compresi gli estremi della sua iscrizione al Rui, e l’indicazione del ruolo e dei compiti svolti dall’intermediario che entra in contatto con il cliente, tenendo conto di quanto previsto dal rapporto di collaborazione. Tra questi compiti ci saranno, ad esempio: preventivazione, informazione sui prodotti offerti, conclusione ed emissione della polizza, incasso del premio, rilascio quietanza, attività di gestione ed esecuzione della polizza, quali modifiche, sostituzioni, denunce e sinistri, eventuali altri servizi offerti.

### **Cosa bolle in pentola nei prossimi mesi circa l’area legale?**

Molto ancora sulle collaborazioni, a iniziare da una piattaforma informatica e una lista di faq che “socializzeremo” al fine di abbattere e semplificare l’accesso al sistema delle collaborazioni. Poi si sta focalizzando l’attenzione sulla gestione del conto separato, che porterà, grazie a un recente parere-risposta emanato da Ivass, per le imprese, una diversa trattazione delle partite contabili di natura diversa da incasso premi e pagamento sinistri (rivalsa, quote, ecc).

Delineare, in linea con il dettato di legge operante, l’esatto perimetro di operatività del “conto corrente separato”, potrà contribuire a dare maggior serenità operativa agli agenti, evitando il rischio di sanzioni a carico dei colleghi.

### **È necessario comunicare alle proprie compagnie mandanti i rapporti di collaborazione?**

La legge non prevede alcun obbligo di comunicare alle proprie mandanti i rapporti di collaborazione instaurati. Potrebbe essere, peraltro, opportuno che una tale informativa venga resa, seppure in via di mera correttezza e non in via preventiva, senza formalità particolari. Tanto in virtù del carattere di rapporto fiduciario del mandato.

Sul punto potrebbero peraltro subentrare accordi con Ania o disposizioni attuative dell’Ivass, al fine di garantire il contemperamento dei rispettivi interessi, ma sempre nel rispetto del principio di libertà, sancito dalla legge.

*Carla Barin*

## **ARAG TUTELA LEGALE IMPRESA**

**Studiata per tutelare l’attività delle aziende e dei professionisti, fornisce un’efficace protezione e la copertura delle spese legali.**



ARAG SE - Rappresentanza Generale e Direzione per l’Italia - Viale del Commercio, 59 - 37135 Verona - [www.arag.it](http://www.arag.it)  
Messaggio promozionale. Prima della sottoscrizione leggere il fascicolo informativo disponibile sul sito: [www.arag.it](http://www.arag.it) e presso i punti vendita.





## RISK MANAGEMENT

# Risk transfer governance: criticità nella reverse logistic

La logistica di ritorno è senza dubbio la parte più rilevante nella gestione dei resi. Questo e molti altri gli argomenti affrontati nel nuovo percorso executive del Mip dedicato alla "Logistic & Supply Chain Risk Transfer Governance"

I processi di risk management volti all'individuazione ed alla mitigazione dei rischi della gestione della catena di distribuzione di prodotti e merci, sia legati all'approvvigionamento di materie prime o semilavorati che allo smistamento del prodotto finito, evidenziano situazioni molto più complesse rispetto al passato nonché criticità derivanti da fattori di rischio spesso difficilmente controllabili. La verifica puntuale di ogni passaggio, con l'evidenziazione degli eventuali *hazard* considerati accettabili ai fini della competitività, è un'attività certo consolidata ma non necessariamente da tutti applicata.

Ancora meno, probabilmente, quando si parla di "logistica di ritorno" - o *reverse logistics* -, ovvero la movimentazione dei prodotti dalla loro naturale destinazione finale a ritroso nella catena di distribuzione fino al produttore iniziale o al luogo della catena originaria. In pratica le attività di logistica di ritorno sono recupero e raccolta dei resi, trasporto, ricezione e smistamento di quanto ritornato.

In quest'ottica occorre concentrarsi sul processo di pianificazione, implementazione e controllo dell'efficienza delle materie prime dei semilavorati, dei prodotti finiti e dei correlati flussi informativi dal punto di recupero (o consumo) al punto di origine, possibilmente con lo scopo di riguadagnare valore da prodotti che hanno esaurito il loro ciclo di vita.

La logistica di ritorno è senza dubbio la parte più rilevante nella gestione dei resi.

Occorre minimizzare o impedire alla fonte il numero dei ritorni (*returns avoidance*), concentrandoli sul controllo dei flussi di ritorno (*gatekeeping*) con lo scopo primario di valutare se i prodotti resi siano effettivamente autorizzabili al rientro (la gestione efficiente di tale attività evita l'ingiustificato ritorno di prodotti, a volte, perfettamente funzionanti, con susseguente aggravio di costi per l'impresa). Infine, quelle che si occupano di destinare e collocare i ritorni presso discariche/centri di smaltimento o mercati secondari (*outlet store*).

Dal punto di vista del trasferimento assicurativo dei rischi l'argomento è intrigante. Il processo di Insurance and Claims Management può essere utile per verificare che l'intera catena di distribuzione sia allineata anche assicurativamente e può diventare uno strumento interessante anche in ottica di efficienza (controllo dei costi) e di efficacia (gestione dei sinistri).

Dal MIP due nuovi percorsi Executive dedicati alla Risk Transfer Governance (Settembre-Novembre 2013)

Logistic & Supply Chain Risk Transfer Governance  
<http://www.mip.polimi.it/risk/logistics>

Construction & Industrial Erection Risk Transfer Governance  
<http://www.mip.polimi.it/risk/construction>

Per maggiori informazioni e per registrarsi all'evento si può visitare il sito [www.mip.polimi.it/risk](http://www.mip.polimi.it/risk)

oppure contattare: Valeria Rosignoli, MIP Politecnico di Milano, Marketing & Sales, Executive Education, Tel. +39 02 2399 2958, [rosignoli@mip.polimi.it](mailto:rosignoli@mip.polimi.it)





RICERCHE

## Rc auto, italiani sempre più consapevoli nella scelta della polizza

**Una ricerca commissionata da Quixa mostra come il 92% del campione consideri questa un'importante copertura per la sicurezza, con il 70% degli intervistati che ha cambiato assicurazione almeno una volta**

Nonostante da più parti si continui a dire che l'assicurazione Rc auto sia percepita dagli italiani più come una tassa che come una fondamentale copertura, un sondaggio arriva ora a smontare questo teorema. La ricerca è stata condotta da **Marketing problem solving** per conto di **Quixa**, che ha diffuso i risultati emersi dall'indagine *Stetoscopio - Il sentire degli assicurati italiani*.

Secondo il sondaggio, i consumatori italiani oltre che consapevoli mostrerebbero anche una certa competenza in materia. Sicuramente colgono il valore del servizio: il 92% del campione, infatti, sostiene che la Rc auto sia un'importante tutela per la sicurezza dei propri cari.

Una consapevolezza che li spinge, per esempio, ad attivarsi nel momento del rinnovo della polizza per cercare ogni anno la soluzione più adatta alle proprie esigenze. La ricerca evidenzia, infatti, che circa il 70% del campione ha cambiato compagnia almeno una volta, e il 48% lo ha fatto due, tre o più volte da quando ha sottoscritto la sua prima polizza. Il 45% degli intervistati, prima di rinnovare l'assicurazione, compie ricerche mirate valutando attentamente il rapporto qualità-prezzo e il 33% dichiara di utilizzare abitualmente i comparatori per confrontare le offerte migliori. Il primo fattore a incidere nella scelta di una nuova compagnia rimane il prezzo (per il 65%): i consumatori desiderano esercitare un maggiore controllo sulle proprie voci di spesa, dunque anche sull'assicurazione. Anche per questo, il 47% di loro stabilisce ogni anno se aggiungere o togliere garanzie dal proprio pacchetto assicurativo.



### Quattro tipologie di consumatori

La ricerca commissionata da Quixa ha suddiviso gli assicurati in quattro tipologie: *imprevedibili*, *fedeli*, *competenti* e *mercenari*. Del primo gruppo, il più numeroso (41% del campione) fanno parte coloro che ricercano soprattutto procedure semplici, tendendo ad affidarsi alla consulenza di intermediari (il 92% di loro si orienta in base ai loro consigli). Al momento della scadenza rinnovano senza informarsi o cercare altri preventivi (all'ultimo rinnovo ha agito così il 91% degli *imprevedibili*) ma possono cambiare improvvisamente compagnia di fronte a rincari o a carenze nell'assistenza (di fronte a una delusione, lo farebbe il 65%). I *mercenari* (26% del campione), sono consumatori molto attenti al risparmio nel momento in cui scelgono con chi assicurarsi: al momento della scadenza della polizza, esplorano sistematicamente tutte le opzioni, valutando attentamente il rapporto qualità-prezzo (96%), muovendosi per tempo (l'81% comincia a guardarsi in giro con anticipo) e utilizzando i siti comparatori (76%); pur di abbassare il premio, in occasione del rinnovo, tendono generalmente a eliminare garanzie e coperture. Per i *competenti* (19% degli intervistati), invece, l'assicurazione è un servizio che desiderano gestire autonomamente e personalizzare: il 93% considera molto importante poter adattare la polizza alle proprie esigenze; al momento della scadenza, compiono ricerche mirate sia per valutare se cambiare compagnia, sia per decidere se aggiungere o eliminare garanzie dal proprio pacchetto assicurativo (88%). Tra i profili emersi, i *competenti* risultano i meno legati ad una specifica compagnia, in quanto possiedono elementi di valutazione più approfonditi grazie al loro maggior livello di conoscenza della materia, e la quasi totalità tende a cambiare assicurazione se qualcosa li ha delusi (91%).

Coloro sono stati classificati come *fedeli* (14% del campione), sono in prevalenza donne, e vivono l'assicurazione come un servizio e una tutela: al momento della scadenza, rinnovano in maniera quasi automatica con la stessa compagnia perché hanno maturato con essa un profondo rapporto di fiducia. Per questo, non compiono particolari ricerche in vista del rinnovo e si affidano quasi sempre al consiglio di un professionista per la scelta delle garanzie.

B.M.

Insurance Daily

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio [alaggio@insuranceconnect.it](mailto:alaggio@insuranceconnect.it)

Editore e Redazione: Insurance Connect Srl, Via Montepulciano 21, 20124 Milano 02.36768000 [redazione@insuranceconnect.it](mailto:redazione@insuranceconnect.it)

Per inserzioni pubblicitarie contattare [info@insuranceconnect.it](mailto:info@insuranceconnect.it)

Supplemento al 18 giugno di [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it)

Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012