

SEMPLIFICAZIONI A TUTELA DEL CLIENTE

di FABRIZIO AURILIA

NELLA TAVOLA ROTONDA MODERATA DA MARIA ROSA ALAGGIO, DIRETTORE DI INSURANCE REVIEW, SI SONO CONFRONTATI I PRINCIPALI PROTAGONISTI DEL MERCATO ASSICURATIVO: AGENTI, BROKER, COMPAGNIE E IL REGOLATORE. LA SALVAGUARDIA DEL CONSUMATORE È STATA UNA DELLE DIRETTRICI DEL DIBATTITO

La tutela del consumatore, è stata una delle due direttrici della tavola rotonda a conclusione della mattinata di convegno. L'altro *fil rouge* è stato la competitività, o meglio i nuovi scenari di fronte al mercato assicurativo e ai suoi attori. Su questi temi si è acceso il confronto tra tutte le anime del settore, agenti, broker, compagnie e il regolatore, durante un dibattito articolato, moderato da **Maria Rosa Alaggio**, direttore di questa testata.

Sono tanti i fronti aperti: dalla semplificazione fino al blocco dell'*Oria*, l'organismo di diritto privato che avrebbe dovuto vigilare sugli intermediari assicurativi e tenere il registro (*si veda il box alla pagina successiva*).

Ivass ha avuto modo di fare molti incontri con le organizzazioni di rappresentanza degli intermediari, un programma fitto annunciato dallo stesso presidente, **Luigi Federico Signorini**.

UN LAVORO IN QUATTRO FASI

Roberto Novelli, responsabile ufficio segreteria di presidenza e del consiglio di **Ivass**, inviato a parlare, ha spiegato che l'Autorità ha avviato, anche grazie agli intermediari, "un percorso di semplificazione di adempimenti burocratici". Si tratta di un lavoro in quattro fasi: la prima riguarda il tema delle registrazioni telefoniche tra agenti e clienti, "questione che risolveremo con delle Faq", ha sottolineato; poi sarà "fornito un

chiarimento applicativo sulla sentenza del Tar" che ha annullato le disposizioni contenute nel Provvedimento 97; il terzo passo richiede invece un lavoro più lungo che modificherà i regolamenti, con la revisione dell'informativa precontrattuale: "abbiamo ricevuto molte proposte e speriamo di continuare a riceverle, poi metteremo tutto in pubblica consultazione", ha assicurato **Novelli**.

Infine, l'ultima fase riguarderà la normativa primaria, cioè sarà coinvolto il Parlamento per sollecitare eventuali nuove norme di adeguamento.

PASSARE DA 250 A 10 PAGINE

La normativa, tuttavia, non può essere l'unica spinta all'innovazione e allo sviluppo. Il mercato si sta muovendo con molte iniziative, anche se non sono ancora chiari gli effetti reali della pandemia sui player assicurativi e sui comportamenti che si consolideranno da parte dei consumatori. Secondo **Umberto Guidoni**, co-direttore generale di **Ania**, esistono elementi legati alla normativa che ostacolano lo sviluppo. In primis un'informativa precontrattuale ridondante: "in 10 pagine si può dire quello che oggi si dice in 250, mantenendo inalterata la protezione del cliente", ha detto **Guidoni**. "Mi sembra – ha aggiunto – che la direzione di **Ivass** sia quella giusta". Il problema, semmai, è avere a che fare con clienti che non sanno la differenza tra i concetti di sinistro e premio nonostante la grande



attenzione che si dà alla loro informativa. “Dobbiamo riuscire a far comprendere alle persone cos’è una polizza; dobbiamo farci capire meglio e fare ancora di più in favore dell’educazione assicurativa, anche a livello di associazione”, ha chiosato Guidoni.

GLI AGENTI VOGLIONO VOLARE

Il ragionamento di Guidoni chiama anche in causa gli intermediari, catena di trasmissione essenziale tra mercato e consumatori. Che rilevanza hanno gli agenti, in questo contesto?

La pandemia, secondo **Vincenzo Cirasola**, presidente di **Anapa Rete ImpresAgenzia**, ha messo in rilievo “la resilienza degli agenti”, che sono cresciuti nel 2020. Nell’anno del distanziamento sociale, dell’esplosione dell’e-commerce, le compagnie dirette non hanno incrementato la loro quota di mercato e, anzi, “hanno cercato gli intermediari”, ha ricordato Cirasola. “Grazie alla rete degli agenti – ha spiegato –, e anche in virtù della sotto assicurazione, le compagnie italiane hanno guadagnato, a differenza di quanto successo in altri Paesi, dove le polizze di business interruption sono più diffuse”.

Cirasola ha ribadito che la mandante è una business partner nella misura in cui il rapporto resta equilibrato: “non si può lavorare per contrapposizioni in un mondo che deve evolvere. È come il bruco che diventa farfalla: noi non vogliamo morire, vogliamo volare”.

LA DICOTOMIA CON LE COMPAGNIE

La posizione di **Sna**, invece, è meno conciliante e tuttavia, quella esposta da **Sergio Sterbini**, vice presidente del sindacato, è una versione dialogante. “Noi

NON È PIÙ L’ORA DELL’ORIA

Dopo gli incontri del Mise con le rappresentanze di agenti, broker e compagnie, è arrivato il passo indietro. Parliamo dell’Oria, l’organismo di diritto privato che avrebbe dovuto vigilare sugli intermediari assicurativi e tenerne il registro, e che però sarà messo in panchina, in attesa di tempi migliori. Come confermato da Roberto Novelli, responsabile ufficio segreteria di presidenza e del consiglio di Ivass, “ci sarebbe un ripensamento in corso, con la possibile modifica dell’impianto normativo in modo che tutte le competenze del Rui rimangano a Ivass”.

Tesi peraltro confermata dal vice ministro dello Sviluppo economico **Gilberto Pichetto Fratin**, che in un incontro con Anapa Rete ImpresAgenzia ha parlato delle “mutate intenzioni del ministero”. Sebbene quindi l’Oria derivi da una norma di legge, “si sta valutando una modifica dell’impianto normativo affinché il Rui possa rimanere all’interno di Ivass”, ha precisato il vice ministro.

abbiamo una dicotomia evidente con le compagnie”, ha ricordato Sterbini. “Quando i premi non crescono le compagnie continuano a fare utili milionari ma gli agenti soffrono”, ha sottolineato l’agente, aprendo tuttavia una linea di credito alle compagnie, “che stanno capendo che serve un’attività di servizio più intensa verso gli intermediari”. Il merito, ha continuato Sterbini, è anche delle opportunità conquistate dagli agenti in questi anni con plurimandato e collaborazioni, frecce in più all’arco delle trattative con il mercato.

Il confronto aperto da Sna è a tutto campo: “siamo impegnati con Ivass e crediamo molto a questo confronto. Non vogliamo solo parlare dei regolamenti ma condividere le posizioni e poter far valere la nostra opinione nella stesura, e non solo in pubblica consultazione”.

GLI INTERMEDIARI SONO UGUALI DI FRONTE AI CLIENTI

Luigi Viganotti, presidente di **Acb**, ha spostato l’attenzione oltre la distinzione tra intermediari, chiedendo una riforma del Rui: “serve un intermediario che si qualifichi come tale di fronte al cliente e che sia valu-



Da sinistra: **Luigi Viganotti**, presidente di Acb; **Umberto Guidoni**, co-direttore generale di Ania; **Luca Franzini De Luca**, presidente di Aiba; **Maria Rosa Alaggio**, direttore di Insurance Review; **Vincenzo Cirasola**, presidente di Anapa Rete ImpresAgenzia; **Roberto Novelli**, responsabile ufficio segreteria di presidenza e del consiglio di Ivass; **Sergio Sterbini**, vice presidente di Sna

tato per la sua professionalità e non in base alla lettera in cui è iscritto”, ha detto. Una posizione che ha diviso, ottenendo anche un apprezzamento dalla platea. “Voglio parlare di intermediari e non solo di agenti”, ha ribadito il numero uno di Acb.

Viganotti ha lamentato gli adempimenti burocratici, che tolgono tempo all’attività di consulenza e anche a quella di formazione dei clienti: “dobbiamo avere dalla nostra parte – ha spiegato – un cliente che conosca le sue necessità assicurative, non serve che si intenda di tecnicismi delle polizze”. E tuttavia, ha concluso, anche l’ideale di un cliente formato non riuscirebbe a ovviare ad alcuni problemi strutturali che affrontano i broker quotidianamente, come la scarsa disponibilità all’ascolto di alcune compagnie e la qualità di alcuni prodotti.

UNA PARTNERSHIP CON GLI ASSICURATI

Su quest’ultimo punto, **Luca Franzini De Luca**, presidente di Aiba, è stato ancora più netto. “Trovare conformità tra offerta e domanda non è facile – ha argomentato –, siamo in un periodo di scarso appetito, soprattutto

in certe linee di business, fare una copertura di Rc professionale è quasi una missione impossibile”.

Franzi ha sottolineato come sia sempre più complicato creare “quel percorso di condivisione della cultura del rischio che è poi il problema principale dell’educazione assicurativa in Italia”. In un circolo vizioso difficile da interrompere, gli intermediari sono portati a offrire prodotti senza che il cliente sia consapevole della strategia che sta dietro. “Il passaggio decisivo – ha ribadito – dev’essere quello di una partnership con gli assicurati: dovremmo favorire il dialogo consapevole, invertire il percorso dello zapping assicurativo. A una domanda involuta non potrà che esserci una risposta involuta, con una caduta di qualità generale”.

La risposta delle compagnie non si è fatta attendere. Guidoni ha ribattuto ricordando che in Italia, purtroppo, “ci sono rischi inassicurabili e per poterli assicurare si deve creare una mutualità tra pubblico e privato come in altri Paesi”. Aumentare la penetrazione assicurativa nei rami danni, ha continuato, renderebbe più semplice diffondere la cultura assicurativa: “se non percepiamo questi meccanismi parliamo di cose che non stanno in piedi”.