

Anno XXIX n. 156
Ottobre-Novembre-Dicembre 2025
Pubblicazione trimestrale



L'Agente

di Assicurazione

MAI PIÙ ricatti e abusi

16

RELAZIONE
58°
CONGRESSO SNA
di Claudio Demozzi

101

CAT NAT
CATASTROFE
ASSICURATA
di Marianna Pantano

124

RISK MANAGEMENT
Famiglie
e imprese
di Roberto Bianchi

Libertà professionale, riprendiamoci il futuro

*Non facciamo l'errore di **sottovalutare i segnali** che provengono dal mercato*



A cura di Filippo Guttadauro La Blasca



Negli ultimi dieci anni, gli agenti di assicurazione hanno compiuto passi da gigante verso una maggiore libertà professionale. Basti pensare al plurimandato e alle collaborazioni tra intermediari: mica poco in chiave di indipendenza dalle mandanti! Però, queste conquiste non devono essere considerate come un punto d'arrivo, quanto piuttosto un trampolino di lancio per spingere ancora di più sulla nostra autonomia. Sono temi vitali, complessi, certo, attraverso i quali passa però il futuro stesso della professione.

Allora, perché, nonostante tutte le buone intenzioni, molti di questi cambiamenti si sono incagliati proprio nel momento in cui doveva essere rinnovato l'Accordo Nazionale Agenti? Per capirlo, dobbiamo guardare oltre le apparenze. Diciamocelo chiaramente: l'industria assicurativa, sta facendo di tutto per spingerci verso una sorta di parasubordinazione. L'obiettivo è evidente, trasformarci in "tied agent" – in pratica, agenti collegati – e assorbire direttamente tutto ciò che oggi rende noi agenti e le nostre strutture attività indispensabili e professionalmente evolute al servizio della collettività.

Questo è il vero problema, il cuore della questione, il motivo per cui la trattativa sul rinnovo dell'Ana 2003 è bloccata. Non possiamo più far finta di niente. Dobbiamo iniziare una riflessione seria e urgente per capire che strada intraprendere, e soprattutto per ridefinire i nostri meccanismi di remunerazione e le dinamiche che le compagnie ci stanno imponendo. Perché, se continuiamo così, rischiamo di perdere presto, insieme alla libertà anche la nostra identità professionale.

La strategia delle compagnie

Non sono solo supposizioni, credetemi. Le compagnie assicurative hanno investito ingenti risorse in tecnologia, con una strategia ben definita. Solo nel 2023, il settore assicurativo italiano ha destinato oltre 1,5 miliardi di euro a progetti innovativi, cifra cresciuta a 2,2 miliardi di euro nel 2024, con una quota stimata superiore all'80% di questi investimenti focalizzata sull'Intelligenza artificiale.

Fino a poco tempo fa, noi agenti eravamo insostituibili per la raccolta delle informazioni e la costruzione del rapporto di fiducia con il cliente. Oggi, però, lo scenario sta cambiando a una velocità impressionante. È interessante osservare come gli investimenti nella raccolta di dati attraverso canali come siti web, app, call center e reti di vendita dirette stiano cambiando il modo in cui le compagnie si relazionano con i clienti.

Secondo l'Osservatorio Insurtech del Politecnico di Milano (2023), già oggi oltre il 35% delle prime interazioni con i clienti è avvenuto proprio tramite questi canali. Questo consente loro di profilare il cliente e, in un futuro che è già presente, di bypassare gli agenti e i loro collaboratori in alcune fasi della gestione del rapporto, grazie all'Intelligenza Artificiale che permette una profilazione più accurata, la gestione automatizzata di sinistri e preventivi, e un servizio clienti sempre più diretto.

L'attacco sistematico alle provvigioni e la lievitazione dei costi gestionali

Un altro tema su cui le compagnie di assicurazione stanno concentrando i loro sforzi è la riduzione delle provvigioni fisse. Diverse indagini di mercato confermano questa tendenza.

La McKinsey & Company (2023) ha rilevato una diminuzione media del 5-7% delle provvigioni negli ultimi tre anni in vari mercati europei, Italia inclusa. Questa contrazione è spesso legata all'adozione di nuove tecnologie e canali di vendita diretti.

L'Ania con una indagine del 2024 ha rilevato come circa il 55% degli agenti intervistati abbia riscontrato una riduzione delle proprie provvigioni nell'ultimo anno, con punte del 10-15% per alcune tipologie di polizze.

Queste diminuzioni si traducono direttamente in una contrazione dei ricavi per le agenzie, che si trovano a fronteggiare costi fissi crescenti (affitto, personale, tecnologia, utenze) con entrate inferiori. La conseguenza immediata è una limitata capacità di investimento.

Secondo una ricerca Ivass del 2023, la riduzione dei margini ha costretto circa il 25% delle agenzie a rinviare o annullare investimenti in formazione del personale, aggiornamento tecnologico e ampliamento dell'offerta di servizi.

Le Compagnie giustificano queste decisioni con la necessità di mantenere la competitività in un mercato sempre più dinamico e digitalizzato. Tuttavia, questa strategia incide direttamente sulla nostra redditività e sulla sostenibilità delle nostre agenzie, minando alle fondamenta la nostra autonomia.

La trappola della remunerazione variabile

Non possiamo parlare di vera autonomia quando accettiamo che la nostra remunerazione sia intrappolata in sistemi provvigionali poco chiari e collegati in misura crescente al raggiungimento degli obiettivi commerciali. La variabilità delle nostre entrate, legata a tipologie di contratto, a rappel produttivi o a specifici segmenti di mercato graditi alle mandanti, le rende estremamente imprevedibili.

Questa incertezza non solo influenza l'operatività quotidiana delle nostre agenzie, ma ne limita drasticamente la libertà decisionale, impedendoci di agire sempre e solo nell'esclusivo interesse del cliente. Di fatto, questi meccanismi incentivanti spingono inevitabilmente verso rapporti etero-organizzati, trasformandoci in figure di dipendenza economica e gestionale dalle compagnie mandanti.

Non è un caso che le Compagnie mirino sempre più a posizionarci in una situazione simile a quella di un lavoratore parasubordinato a provvigioni, godendo così dei vantaggi di un controllo pressoché totale e senza gli oneri tipici del lavoro dipendente. Noi investiamo capitale, tempo ed energie, ci assumiamo i rischi d'impresa, ma la vera titolarità del portafoglio – il nostro patrimonio – resta nelle mani delle compagnie.

Le stesse piattaforme tecnologiche che ci vengono fornite dalle mandanti, e che noi riteniamo di grande utilità, hanno come obiettivo principale la standardizzazione del servizio assicurativo cosicché sia erogabile da chiunque e il controllo dei processi di vendita nell'ottica dell'intercambiabilità operativa. L'idea è quella di limitare la nostra libertà decisionale e quella della nostra rete e, cosa ancora più preoccupante, di integrarci sempre di più nella catena dei valori della compagnia, privandoci della nostra caratteristica principale di consulenti fiduciari del cliente.

È tempo di agire

Questi esempi devono metterci in allerta. Se li sottovalutiamo, alla fine del percorso, rischieremo di perdere le libertà professionali che abbiamo conquistato con tanto sacrificio, svuotandole di ogni significato.

La posta in gioco è molto alta. Il nostro futuro è incerto. Non possiamo permetterci di dipendere da decisioni altrui. La nostra attività, la nostra indipendenza economica, il valore del nostro lavoro, tutto è in discussione. Fortunatamente, il gruppo dirigente nazionale dello Sna e la sua presidenza sono ben consapevoli di ciò che stiamo rischiando.

È innanzitutto una questione identitaria

Plurimandato e collaborazioni orizzontali consentono di effettuare un salto di qualità

A cura di Filippo Guttadauro

Per la nostra dignità professionale, conquistata con fatica e nel tempo, non possiamo permettere che il consumatore/cliente ci veda come la "lunga mano" della compagnia sul territorio. Questa percezione sminuisce la nostra professionalità e ci impedisce di esercitare un ruolo autenticamente libero e responsabile. Spesso, agli occhi del cliente, sembriamo solo un'estensione della compagnia, e questo mina alla base la fiducia nel nostro ruolo di consulenti imparziali.

Vogliamo parlare di un nuovo modello retributivo? È tempo di agire

Per affrontare questa situazione e riaffermare il nostro ruolo, è fondamentale pensare a un cambiamento radicale nel modello retributivo, che il Sindacato propone da tempo, basato su un compenso certo, equo e trasparente, in grado di remunerare il lavoro effettivamente svolto dalle agenzie e, soprattutto, la funzione di consulenza prestata dall'agente, oltreché dalla sua filiera commerciale e amministrativa. Questo approccio ci consentirebbe di agire con la libertà necessaria, liberandoci da meccanismi che oggi distorcono la nostra attività e com-



promettono la nostra deontologia professionale. Immaginate di poter sconsigliare un contratto oggettivamente svantaggioso per il cliente, o di poter suggerire alternative più competitive fornite da altri colleghi. Questo non solo rafforzerebbe la nostra reputazione e la fiducia dei clienti, ma eleverebbe gli standard etici dell'intero settore, ripristinando l'effettivo valore della nostra consulenza indipendente.

politiche costruite, le agenzie di assicurazione sono state inserite tra le "indispensabili" e conseguentemente, autorizzate a rimanere aperte, a disposizione degli assicurati e della collettività.

Se così non fosse accaduto, vale a dire se avessimo dovuto chiudere per tutto il periodo del contagio, molto probabilmente la quota di mercato in mano agli agenti si sarebbe sensibilmente ridotta, rispetto ai valori attuali.

Ed è altrettanto verosimile che, al contrario, le imprese assicurative avrebbero sensibilmente incrementato le vendite online.

Per finire questa breve ma significativa lista delle co-

se "buone", realizzate o "scongiurate" grazie all'attività lobbistica dello Sna, una riflessione a parte merita la proposta (anch'essa respinta) riguardante il divieto per gli intermediari, di versare nei propri conti correnti dedicati i premi assicurativi incassati dai clienti. Anche in quella occasione, se il Sindacato non fosse tempestivamente intervenuto interessando le forze politiche benevole, e la norma fosse stata approvata, gli intermediari italiani oggi sarebbero semplici subalterni/esattori delle mandanti. Soggetti che, agli occhi dei consumatori, risulterebbero essere semplici venditori di prodotti, senza alcuna dignità professionale.

L'intervista al Presidente nazionale Claudio Demozzi



Presidente, vorremmo sapere cosa ne pensi dell'attività di lobbying esercitata anche attraverso la partecipazione a commissioni parlamentari, e se sia davvero determinante nelle strategie del Sindacato.

L'attività di lobbying è davvero molto impegnativa e non si risolve in incontri occasionali, estemporanei, ma per essere efficace deve essere programmata e mantenuta costante. Rientra certamente tra gli strumenti essenziali per consolidare la credibilità, l'autorevolezza, la cono-

scenza del Sindacato Nazionale Agenti tra i Parlamentari e tra gli Organi di Governo, la partecipazione alle audizioni indette dalle varie Commissioni. Recentemente io, Elena Dragoni e Sergio Sterbini, ad esempio, abbiamo rappresentato lo Sna in audizione davanti alla Commissione parlamentare d'inchiesta sul mercato bancario, finanziario e assicurativo, avendo così avuto modo di dimostrare, ancora una volta, quanto lo Sna abbia a cuore non solo gli interessi degli agenti, ma di tutti gli utenti delle assicurazioni. Inoltre, essere auditi presso una Commissione tanto importante, rappresenta un valore anche in termini di riconoscimento istituzionale del nostro Sindacato; non è cosa da poco. Aggiungo che ad oggi gli unici soggetti, del nostro settore, che siano stati auditi sono Ivass e Ania, oltre appunto allo Sna. Anche questo non è cosa da poco ed ha un valore intrinseco tutt'altro che irrilevante!

In concreto, hai avuto modo di constatare che le audizioni sono davvero utili per ottenere risultati concreti?

Come ho detto, sono momenti indispensabili, che concretizzano il lavoro di mesi di incontri, confronti, discussioni. In audizione, tra l'altro, c'è modo di lasciare traccia, attraverso il deposito di relazioni e documenti su quanto affermato e di contribuire così, in maniera concreta, alla conoscenza degli argomenti e delle criticità trattate da parte dei soggetti che poi riferiscono al Governo ed al Parlamento, influenzandone le decisioni.

Ma servono ad ottenere risultati?

Se questo serve ad ottenere risultati utili? Beh, il primo esempio che mi viene in mente è quello della Legge n. 221/2012 "Fioroni-Vicari", che è nata da una proposta

che ho avanzato, come Sna, durante un'audizione in Commissione Attività Produttive. Di quella storica audizione è conservata traccia, sia in Sindacato che presso gli atti parlamentari. Quella stessa Commissione, nell'autunno del 2012, ha dovuto decidere sui singoli emendamenti alla Legge ed ha approvato quello sulla libertà di collaborazione orizzontale tra iscritti al Rui. La citata Legge ha aperto un nuovo mercato per tutti gli Agenti e Brokers, nel nostro Paese. Una vera e propria rivoluzione di libertà imprenditoriale.

Senza quell'audizione, il problema non sarebbe stato

nemmeno preso in considerazione ed il divieto di collaborazione, che Isvap aveva imposto, sarebbe probabilmente ancora in vigore.

Per caso, ricordi anche a quante audizioni hai partecipato?

A quante audizioni ho partecipato? Moltissime. Non ho idea del numero preciso. La sensazione è quasi sempre la stessa: al di là del risultato concreto che riusciamo poi ad ottenere, noi dobbiamo sempre fare il nostro dovere fino in fondo, senza trascurare alcuna via per farlo!



COMMISSIONE PARLAMENTARE

È un organo collegiale del Parlamento della Repubblica Italiana, previsto dall'articolo 72 della Costituzione, al quale vengono assegnati i disegni di legge prima che questi vengano portati in aula per l'approvazione. La Commissione parlamentare ha natura collegiale ed è composta da un adeguato numero di parlamentari, scelti e selezionati in proporzione alle diverse rappresentanze politiche presenti in Parlamento. Gli appartenenti alla Commissione vengono incaricati di esaminare una determinata materia o anche una singola questione.

A seconda delle finalità ricercate dal Parlamento, si possono avere Commissioni speciali, Commissioni permanenti ed infine Commissioni bicamerali, disposte congiuntamente dai due rami del Parlamento, per far sì che una legge venga velocemente approvata da entrambe le camere.

ATTIVITÀ DI LOBBYING

L'attività di lobbying consiste nel tentativo, da parte di gruppi o individui – quindi anche di un sindacato di categoria – di influenzare le decisioni politiche al fine di promuovere specifici interessi, solitamente economici o sociali. Il termine deriva dall'inglese e si riferisce al "fare pressione" e si articola attraverso attività come la presentazione di studi, ricerche, proposte e l'organizzazione di incontri e campagne di comunicazione volte a far valere le proprie istanze e a ottenere provvedimenti favorevoli.

All'attività di lobbying non rinuncia nessuno: la esercitano le aziende, principalmente per interessi economici; le Associazioni per promuovere cause sociali, ambientali o di altro tipo; le Organizzazioni civiche per rappresentare gli interessi di determinati settori della società civile; i rappresentanti di categorie professionali per ottenere disposizioni legislative che favoriscano sia l'aspetto economico che organizzativo.

L'attività si svolge attraverso la pressione diretta sui decisori pubblici e politici; confezionando e distribuendo specifiche informazioni, meglio se supportate da studi approfonditi e da pareri di autorevoli personaggi; utilizzando tutti i canali informativi a disposizione del pubblico (media, tv, social).

assicurativi rivolto ai consumatori, con la conseguenza che le polizze collocate sul mercato diminuiscono di numero e di valore medio. L'indebolimento del canale agenziale favorisce infine l'ascesa di grandi intermediari o piattaforme digitali, che possono acquisire un maggiore potere contrattuale e questo rischia di rendere la distribuzione meno diversificata e più costosa per le compagnie nel lungo termine.

I primi danneggiati sono i clienti

Le ripercussioni di questa strategia coinvolgono anche gli altri due attori dell'ecosistema assicurativo, dal momento che la riduzione della redditività agenziale limita lo sviluppo professionale degli agenti e aumenta il rischio di abbandono del ruolo di consulente del cliente. Nel contempo la diminuzione della qualità consulenziale prevendita e del supporto personalizzato postvendita nella manutenzione delle polizze stipulate e nella gestione dei sinistri penalizza il cliente spingendolo nel contempo a considerare la polizza alla stregua di un prodotto di largo consumo e il prezzo come l'unico elemento di confronto.

Proposte per una strategia sostenibile

Per invertire questa tendenza, come dicevamo in precedenza, le compagnie dovrebbero considerare le provvigioni fisse di acquisizione e di incasso come un investimento strategico. Fermo restando che le compagnie hanno il pieno diritto di incentivare gli intermediari che stipulano polizze per loro conto, il rappel deve tornare ad essere un premio di produzione e cessare l'attuale funzione di provvigione differita e di componente imprescindibile della remunerazione collegata al raggiungimento di obiettivi commerciali.

La riduzione della componente fissa e il contemporaneo aumento di quella variabile limitano fortemente la libertà imprenditoriale dell'agente di scegliere le proprie strategie di sviluppo del portafoglio e lo pongono nelle mani del management che può decidere la prosperità, o all'opposto la chiusura, di uno sportello agenziale, specialmente se monomandatario, utilizzando in modo iniquo e a proprio piacimento l'espedito dei livelli produttivi richiesti nei rami o nelle tipologie di polizza più profittevoli. Come a dire: senza rappel la tua struttura non riesce a sopravvivere e quindi produci quello, come e quando lo dico io, per buona pace della tua libertà di scelta e anche dei tuoi stessi interessi.

E allora la madre di tutte le battaglie per le rappresentanze di secondo livello consiste nell'ottenere l'aumento dei capitoli provvigionali e nel conseguire il riconoscimento di una remunerazione adeguata a fronte delle attività amministrative e gestionali che le imprese hanno scaricato negli anni sulle agenzie, perdipiù



“L'agente di assicurazione
sempre al tuo fianco”

www.snachannel.it

www.snaservice.it



a costo zero. Per la rappresentanza di primo livello nel conquistare, a beneficio degli agenti, il massimo dell'autonomia possibile dalle mandanti affinché si trasformino da intermediari delle imprese in imprenditori consulenti del cliente. In conclusione, ridurre le provvigioni per mere ragioni di bilancio e per alleggerire il peso specifico degli agenti sul mercato è una scelta miope che ignora il valore strategico della rete agenziale nel nostro Paese, riconosciuta ormai da tutti gli analisti strategici.

Senonché, a fronte di una domanda che richiede competenza crescente, prossimità territoriale e relazione umana imperniata sulla fiducia, indebolire gli agenti significa compromettere l'intero sistema assicurativo. Investire in una rete agenziale motivata e professionalizzata sarebbe al contrario non soltanto una scelta etica, ma una strategia economica per garantire un valore d'impresa solido e sostenibile nel tempo.

Le compagnie assicurative devono assumersi la responsabilità di sostenere i propri agenti, costruendo così un mercato più resiliente e competitivo per il presente caratterizzato dalla sottoassicurazione diffusa e per il futuro.

LE SFIDE del canale agenziale

Ecco cosa allontana i giovani dalla professione



A cura di Filippo Guttadauro La Blasca

Il settore assicurativo italiano sta attraversando una fase di profonda trasformazione strutturale, accelerata da cambiamenti normativi (Solvency II, Idd, Pog), da un'intensificazione della concorrenza multicanale e da una rapida diffusione delle tecnologie digitali. L'analisi congiunta della raccolta premi e dell'evoluzione della rete intermediata rivela dinamiche contrastanti che impongono una riflessione strategica urgente per tutti gli attori del mercato.



Andamento della raccolta premi (dati Ania)

Esercizio 2023 - La raccolta premi complessiva si è attestata a 144,651 miliardi di euro, in calo dell'1,2% rispetto al 2022:

- Ramo Vita: circa 100 miliardi di euro (-4,8%), penalizzato dal forte rialzo dei tassi di interesse che ha reso più attrattivi i titoli di Stato (Btp e Cct) rispetto ai prodotti assicurativi tradizionali a contenuto finanziario.
- Ramo Danni: 44,65 miliardi di euro (+7,7%), trainato soprattutto dal segmento auto (+8,5% circa) e dalla ripresa dei premi RC auto dopo anni di contrazione tariffaria.

Esercizio 2024 - Si registra una decisa inversione di tendenza, con una crescita complessiva del +16,2% sul 2023.

- Ramo Vita: +19,9%, con volumi che sfiorano i 120 miliardi di euro, grazie al rientro di capitali nei prodotti multiramo, nelle polizze unit-linked di nuova generazione e nei PIR assicurativi.
- Ramo Danni: +7,9%, con volumi che superano di poco i 48 miliardi di euro e con un ulteriore rafforzamento del segmento non-auto (corpo veicoli terrestri, salute, protezione).

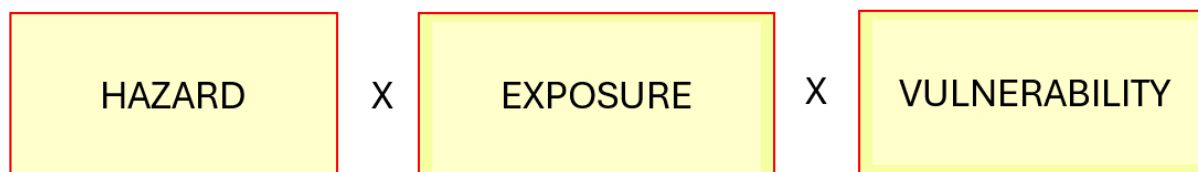
La forte ripresa nel comparto vita nel 2024 sta restituendo ossigeno alle agenzie più esposte su questo ramo, ma evidenzia anche la ciclicità della domanda e la dipendenza dai tassi di mercato.



Franzosini: come si stima il rischio legato alle Cat Nat

Il paese Italia è molto diversificato sia in termini geologici che imprenditoriali, non ci si poteva aspettare quindi polizze con premi parificati per tutte le imprese e per tutto il territorio, ma come si traduce in premio assicurativo un evento catastrofe? Sempre secondo Franzosini:

“Il rischio legato agli eventi catastrofici può essere modellizzato con un approccio probabilistico basato sull'equazione del rischio di Varnes, composto da tre moduli principali.



$$R = H \times V \times E$$

Dove questi termini hanno il seguente significato.

Hazard: pericolosità, ovvero probabilità che si verifichi un evento CAT NAT in un dato periodo temporale e in una data area. Tale modulo viene calibrato in funzione della storia passata e tale da riflettere l'evoluzione futura del fenomeno.

Exposure: esposizioni a rischio assicurate in una determinata area quali popolazione, proprietà, attività economiche, ecc.

Vulnerability: percentuale di perdita dell'esposizione prodotta dall'evento CAT NAT.

Attraverso il ricorso di simulazioni è possibile stimare la distribuzione empirica della perdita aggregata, ricavando informazioni utili per le operazioni di pricing delle polizze.

Il costo della polizza verrà determinato quindi in base al rischio, tenendo conto:

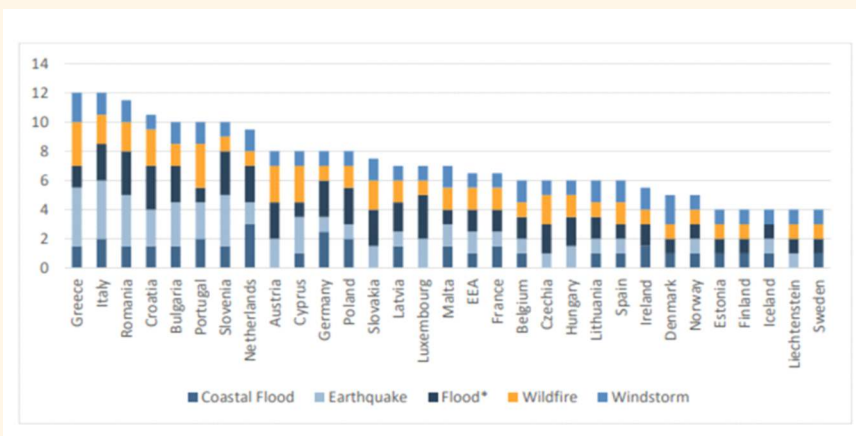
- della localizzazione geografica e la vulnerabilità dei beni.
- dei dati storici, delle mappe di rischio e dei modelli di calcolo probabilistici sulla ripetizione nel tempo di tali eventi catastrofici
- dalle eventuali misure di prevenzione adottate dalle imprese.

I premi saranno aggiornati periodicamente per rispecchiare le condizioni economiche e il rischio specifico delle aziende.

Questo esclude che possano essere previsti premi flat da applicare trasversalmente su tutto il territorio nazionale, per medesime categorie o tipologie di beni”.

La mappa dei rischi territoriali

Le incertezze che avevano accompagnato il primo impatto sul mondo assicurativo almeno in parte sono state dipanate; è opportuno ricordare che la ratio della legge riguarda l'immediata ripresa delle attività produttive su un territorio quello italiano con un rischio idrogeologico tra i più alti in Europa, e con un incremento di fenomeni naturali preoccupante.



Fonte: Eiopa



Betty Ferraro
componente Esecutivo Nazionale e responsabile
della Commissione avversità atmosferiche e CAT NAT

La sostenibilità del sistema

Quest'ultima osservazione sull'esclusione di premi flat adottabili per l'intera nazione spinge a riconsiderare il concetto di mutualità, ne parliamo con Betty Ferraro componente Esecutivo Nazionale e responsabile della Commissione avversità atmosferiche e CAT NAT.

Betty nell'analizzare la diffusione di questo nuovo o quasi nuovo prodotto assicurativo, il concetto di mutualità si evidenzia come preponderante, in che modo?

“Fino ad oggi in Italia delle conseguenze di particolari eventi eccezionali se ne è sempre fatto carico lo Stato (ed indirettamente i cittadini), ora la richiesta, a mio parere corretta, del Governo è quella di adattarsi all'Europa. La prevenzione di alcuni eventi e le conseguenze del verificarsi degli stessi ha necessità di essere affrontata con un asset pubblico/privato.

Noi cittadini dobbiamo metabolizzare che esercitando il principio della mutualità potremmo giungere a notevoli benefici per la salvaguardia di tutto il nostro mondo di imprese e le imprese potranno contare sul ripristino delle attività più velocemente.

Oggi ogni imprenditore e anche privato non dovrà considerare come un obbligo la copertura, ma come una necessità”.

A latere della mutualità, risalta un altro concetto quello di sostenibilità sia ambientale che economica, la parola diventata ormai una key word (parola chiave, ndr.) necessita di essere declinata in molteplici ambiti, da quello ambientale a quello economico, quest'ultimo ambito quello della sostenibilità economica va ulteriormente analizzato sia dalla parte delle aziende clienti che dalla parte delle imprese assicurative.

Betty, secondo te, le aziende clienti percepiscono l'obbligo come un ulteriore balzello o come uno strumento di diversificazione del rischio di impresa?

A mio parere dobbiamo distinguere dal tipo di aziende: le grandi aziende ovviamente nell'ottica del Risk managing sono già orientate alla valutazione e copertura del rischio, le medie mediamente meno e lo gestiscono anche diversamente dall'utilizzo di un'analisi precisa, le ultime lo ritengono un obbligo possibilmente da aggirare perché non comprendono il senso del termine “mutualità”. Come sempre il ruolo sociale della nostra professione è dimenticato.

L'esposizione finanziaria delle compagnie di assicurazioni, di fronte ad una alea del danno climatico abbastanza imprevedibile, può considerarsi sostenibile? Con un adeguato supporto all'Assist pubblico/privato ritengo di sì.

Nel primo impianto della legge, era evidenziato che le compagnie avrebbero condiviso il rischio con la SACE, è ancora così?

Condiviso non è il termine corretto, bensì è una sorta di riassicurazione con limiti precisi (fino a 50mil anno per tre anni) regolati da una Convenzione tra ANIA e SACE spa, controllata dal Ministero dell'Economia e delle Finanze, che agisce come “statale garante”.

La parola chiave è sinergia

In conclusione, il tema delle coperture assicurative contro le catastrofi naturali si rivela cruciale sia nell'ottica della tutela e della ripresa repentina in caso di catastrofi del tessuto produttivo e sociale, soprattutto in alcuni pezzi di territorio nazionale già provati dalla natura non sempre benevola, oltre a ciò, questa iniziativa favorisce l'insorgere di una consapevolezza che si fa cultura e prevenzione, e produce senso di responsabilità nella gestione delle imprese. Solo attraverso una sinergia tra pubblico e privato, un approccio mutualistico diffuso e una maggiore consapevolezza dell'importanza della sostenibilità, sarà possibile affrontare con efficacia le sfide poste dai cambiamenti climatici. La sinergia degli interventi pubblici e privati costituiscono il perno sul quale fondare un nuovo sistema impresa, capace di far fronte all'impatto economico rispetto ai rischi climatici e ambientali.

Perché non vogliamo essere agenti legati

Il sogno nel cassetto delle compagnie consiste nel fare dell'agente professionista un parasubordinato a provvigioni



A cura di Filippo Guttadauro La Blasca

In Italia, il tied agent (l'agente collegato o legato) e l'agente di assicurazione sono due figure fondamentali nella distribuzione di prodotti finanziari e assicurativi. Entrambi operano a contatto con il pubblico, offrono consulenza e promuovono prodotti complessi, ma appartengono a sistemi regolamentati in modo distinto, con norme, responsabilità e controlli distinti. In questo articolo intendo illustrare esclusivamente gli aspetti normativi e disciplinari che li distinguono e mettere in luce le strategie delle compagnie.

L'agente collegato o legato

La figura del tied agent nasce nel settore dei servizi di investimento ed è regolata dalla Direttiva 2014/65/UE (MiFid II). È definito come la persona fisica o giuridica che opera in via esclusiva per un'unica impresa di investimento, con il compito di promuovere servizi e strumenti finanziari, ricevere o trasmettere ordini, oppure assistere il cliente nella prestazione dei servizi.

Nel settore assicurativo, la logica della distribuzione vincolata è ripresa dalla Direttiva (UE) 2016/97 (IDD), soprattutto per gli Ibips (prodotti assicurativi con componente di investimento), ma non introduce una figura sovrapponibile a quella prevista dalla MiFid. Il tied agent finanziario agisce esclusivamente per una sola impresa di investimento e il rapporto è disciplinato da un contratto che definisce poteri, limiti ed eventuali deleghe di rappresentanza. Questa condizione è definita dalla direttiva MiFID II, che specifica come un agente collegato agisca sotto la piena e incondizionata responsabilità di una sola impresa d'investimento.

In Italia, è soggetto all'iscrizione all'Albo Ocf e alla vigilanza della Consob per ciò che riguarda i servizi di investimento e all'Ocf per i requisiti professionali. È infine soggetto alla formazione e all'aggiornamento professionale previsti dalla disciplina MiFid II.

L'impresa di investimento risponde dell'operato del collegato, come previsto dall'art. 29 MiFid II, anche se rimangono a suo carico le responsabilità dirette in caso di violazione delle regole MiFid, di comportamenti non corretti verso i clienti, del rilascio di informazioni inesatte o fuorvianti.

Quando il tied agent svolge anche l'attività assicurativa

L'aspetto più rilevante sotto il profilo regolamentare riguarda il caso in cui il promotore operi anche nella distribuzione di prodotti assicurativi. In tale situazione non mantiene la qualifica originaria anche ai fini assicurativi, ma rientra integralmente nella disciplina propria del settore assicurativo.

Le norme di riferimento nel caso egli svolga attività assicurativa saranno pertanto le seguenti:

- Codice delle Assicurazioni Private (D.lgs. 209/2005),
- Direttiva Idd 2016/97/UE,
- Regolamento Ivass 40/2018 (requisiti di iscrizione nel Rui),
- Regolamento Ivass 41/2018 (regole di informativa e Pog).