

PRIMO PIANO

Zurich conferma i target

Zurich ha tenuto ieri a Zurigo un investor update per fare il punto con la comunità finanziaria sull'andamento del piano strategico triennale 2025-2027. Il gruppo svizzero ha quindi riunito i dirigenti senior in una mattinata di presentazioni che si è aperta con i discorsi del group ceo, Mario Greco, e della chief financial officer, Claudia Cordioli.

Nel merito, hanno argomentato gli executive, il piano di Zurich resta pienamente coerente per raggiungere gli obiettivi del gruppo da qui al 2027, grazie a una solida esecuzione e a un focus sull'accelerazione della crescita nei settori specialty, middle market, retail e per quanto riguarda la controllata statunitense Farmers. Durante le sessioni dedicate alle singole aree sono state ulteriormente elaborate le iniziative strategiche.

Tra le conferme, Zurich ha ribadito di poter conseguire i propri obiettivi, tra cui un tasso di crescita annuo composto dell'utile per azione core superiore al 9%, un ritorno sul capitale proprio core superiore al 23% e rimesse di cassa superiori a 19 miliardi di dollari, mantenendo al contempo un indice di solvibilità (Swiss solvency test) superiore al 160%. In particolare, per il segmento Farmers, il management si è detto fiducioso nella possibilità di raggiungere una crescita dei premi tra il 5% e il 9%.

Infine, in appendice alla presentazione, Zurich ha evidenziato che le perdite subite da Farmers a causa degli incendi boschivi in California sono "significativamente inferiori a quanto ci si aspetterebbe in base alla quota di mercato".

Fabrizio Aurilia



AGENTI NEL FUTURO

Contratti semplici per clienti consapevoli

La chiarezza delle polizze non è solo un obiettivo tecnico, ma anche etico. Rendere i testi assicurativi più leggibili significa migliorare la qualità del mercato, rafforzare la fiducia dei clienti e garantire il rispetto del principio di trasparenza previsto dal Codice delle assicurazioni

Negli ultimi anni il tema della chiarezza contrattuale è tornato al centro dell'attenzione del settore assicurativo, spinto dall'esigenza di rafforzare la fiducia dei cittadini e favorire una reale comprensione delle coperture sottoscritte. Un linguaggio complesso o tecnicamente ridondante rappresenta una barriera alla conoscenza, ostacolando il corretto esercizio dei diritti e dei doveri da parte degli assicurati.

Già alla fine degli anni Settanta, si parlava di "diritto alla chiarezza contrattuale", principio oggi più attuale che mai. Rendere un contratto leggibile e comprensibile non significa semplificarlo a scapito della precisione giuridica, ma renderlo trasparente nella funzione delle garanzie, nelle esclusioni e negli obblighi delle parti. L'obiettivo è creare testi che, pur mantenendo rigore tecnico, siano realmente accessibili a chi li deve leggere e sottoscrivere.

L'esperienza maturata con le prime polizze trasparenti, nate dalla collaborazione tra operatori e associazioni di categoria, ha dimostrato che la semplificazione è possibile. Tuttavia, molte di quelle buone pratiche non sono mai diventate patrimonio comune del mercato.

IL PRODOTTO ASSICURATIVO È UN CONTRATTO GIURIDICO

Oggi la crescente diffusione delle coperture assicurative, anche a seguito delle nuove previsioni sul rischio catastrofale, richiede un ulteriore salto di qualità nella comunicazione tra compagnie, intermediari e clienti.

L'attività assicurativa, sempre più riconosciuta come strumento di tutela economica e sociale, comporta una responsabilità condivisa nel garantire che i contratti siano effettivamente comprensibili per chi li utilizza.

Le linee guida recentemente aggiornate da Ania sui contratti chiari e comprensibili ribadiscono che il cosiddetto "prodotto assicurativo" è prima di tutto un contratto giuridico complesso. Tradurlo in un linguaggio accessibile richiede competenze linguistiche, giuridiche e comunicative, oltre a una revisione dei modelli redazionali oggi in uso.

Le ricerche svolte negli ultimi anni evidenziano una distanza significativa tra la complessità dei testi contrattuali e le competenze medie dei cittadini.

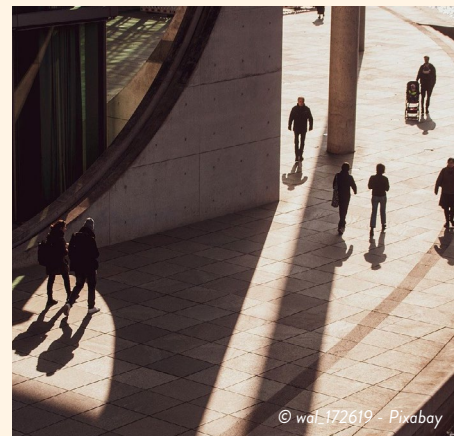


Carlo Colombo

© Uea

UN LIMITE PER CONCORRENZA E INNOVAZIONE

Studi recenti indicano un livello di comprensibilità dei contratti infortuni di poco superiore al 45%, mentre altre indagini, tra cui quelle promosse da Ivass e dal sistema Edufin, segnalano una diffusa carenza di cultura assicurativa e finanziaria. Secondo un'analisi Ania del 2024, il livello linguistico medio della popolazione italiana corrisponde a quello di un ragazzo di terza media. È quindi lecito domandarsi se un testo contrattuale assicurativo, così come oggi redatto, possa essere realmente compreso da un lettore di quel livello. La scarsa leggibilità non penalizza solo l'assicurato: limita anche la concorrenza e l'innovazione. Un cliente che non comprende le differenze tra due polizze tenderà a valutare il prezzo come unico elemento di scelta, trascurando la qualità delle garanzie. In questo modo, la complessità linguistica diventa un ostacolo alla trasparenza e alla sana competizione tra operatori.



UNO STRUMENTO DI EDUCAZIONE ASSICURATIVA

A ciò si collega un fenomeno strutturale del mercato italiano: la sottoassicurazione. Molti assicurati sottoscrivono coperture parziali o inadeguate non per scelta consapevole, ma per scarsa comprensione delle condizioni contrattuali e delle conseguenze economiche che derivano da massimali insufficienti o franchigie elevate.

Una polizza scritta in modo chiaro, con esempi pratici e terminologia coerente, aiuta invece il cliente a percepire l'effettivo valore della protezione e a calibrare correttamente il livello di copertura. La chiarezza contrattuale diventa così anche uno strumento di educazione assicurativa e un fattore competitivo in grado di favorire l'uscita del mercato da una sottoassicurazione ormai atavica.

LA CAPACITÀ DEL DISTRIBUTORE

La distribuzione diretta di polizze istantanee, basata su piattaforme digitali, ha ampliato le opportunità di accesso ma non ha risolto il problema della comprensione. La normativa Pog (Regolamento Ivass 45/2020) impone alle imprese di dimostrare l'adeguatezza del canale distributivo rispetto al target market individuato. Ciò presuppone che l'assicurato sia in grado di comprendere pienamente la portata della copertura proposta, condizione difficilmente verificabile in assenza di un supporto consulenziale qualificato. In questo contesto, l'intermediario professionista continua a rappresentare l'anello fondamentale per ridurre le asimmetrie informative.

Laddove il linguaggio contrattuale resta complesso, la capacità del distributore di tradurre e spiegare le clausole in termini chiari assume un valore determinante per garantire un consenso realmente informato.

UN PERCORSO DI MIGLIORAMENTO CONDIVISO

Il percorso verso la chiarezza contrattuale non si esaurisce nella semplificazione del linguaggio, ma implica una collaborazione costante tra compagnie, intermediari e istituzioni. Le imprese devono fornire ai distributori informazioni precise e aggiornate sulla reale portata delle garanzie, mentre i distributori devono restituire segnalazioni utili per individuare eventuali criticità riscontrate nella pratica quotidiana. Solo un flusso informativo bilaterale consente di migliorare progressivamente la qualità dei contratti e l'efficacia della tutela assicurativa.

La chiarezza dei contratti è un obiettivo tecnico, non solo etico. Rendere i testi assicurativi più semplici e leggibili significa migliorare la qualità del mercato, rafforzare la fiducia dei clienti e garantire il rispetto del principio di trasparenza previsto dal Codice delle assicurazioni. È anche una condizione indispensabile per un mercato più solido e inclusivo, in cui ogni assicurato possa comprendere ciò che acquista e proteggersi in modo adeguato. Solo così la chiarezza contrattuale potrà diventare, da aspirazione, una realtà consolidata e un fattore di crescita per l'intero sistema assicurativo.

Carlo Colombo,
consigliere Uea



Per approfondire su www.insurancetrade.it:

- [Il valore della trasparenza nei testi dei contratti](#)
- [Contratti assicurativi trasparenti: l'insegnamento di Guido Alpa](#)

DALLE AZIENDE

Tutela legale per professionisti e aziende, affrontare il futuro con sicurezza

Le imprese operano in un ambiente normativo ed economico complesso, che può esporre a rischi di contenzioso. Le polizze di tutela legale sono uno strumento fondamentale per proteggere l'attività e i diritti degli imprenditori o di chi esercita una professione

Nel moderno mondo del lavoro, caratterizzato da una crescente complessità normativa, da una burocrazia sempre più intricata e da un aumento del contenzioso, le polizze di tutela legale stanno emergendo come una risorsa strategica per professionisti e aziende. Non si tratta solo di una copertura assicurativa, ma di un vero e proprio strumento di prevenzione, gestione e risoluzione delle controversie legali, spesso con un impatto economico e reputazionale significativo.

Cosa copre la polizza di tutela legale

La polizza di tutela legale è un contratto assicurativo che copre le spese legali e i costi correlati a procedimenti giudiziari o extragiudiziari, sia in ambito civile sia penale, amministrativo e lavorativo. A seconda del tipo di polizza, la copertura può includere:

- onorari di avvocati e consulenti legali;
- spese di perizie tecniche;
- costi processuali e di mediazione;
- difesa in caso di procedimenti penali o controversie con clienti, fornitori o dipendenti;
- assistenza stragiudiziale e supporto nella redazione di contratti.

Perché è fondamentale per le aziende

Le aziende, soprattutto le Pmi, si trovano spesso ad affrontare situazioni di conflitto: vertenze con dipendenti, contenziosi contrattuali, controversie con fornitori o clienti. In molti casi, la mancanza di risorse economiche per affrontare una causa può portare a decisioni dettate



dalla paura del costo, come accettare un compromesso svantaggioso o rinunciare a far valere i propri diritti.

Con una polizza di tutela legale, l'impresa può agire con maggiore tranquillità, sapendo di avere una copertura economica per affrontare la questione sul piano legale, senza compromettere la propria liquidità.

Inoltre, una tutela legale ben strutturata può diventare uno strumento di compliance, evitando che i problemi legali insorgano fin dall'origine.

Un alleato anche per i professionisti

Per i professionisti, siano essi avvocati, commercialisti, architetti, medici, consulenti, il rischio di contenziosi è parte integrante della quotidianità. Errori presunti o reali, malintesi contrattuali, rivendicazioni da parte di clienti insoddisfatti, possono sfociare in procedimenti civili o addirittura penali.



è su X

Seguici cliccando qui



La tutela legale rappresenta, in questi casi, non solo una garanzia economica, ma anche un supporto tecnico e specialistico. Alcune compagnie offrono accesso a un team legale dedicato, specializzato nel settore di attività del professionista, in grado di intervenire rapidamente e in modo mirato.



**Global
Assistance**

Un investimento in caso di contenzioso

Sebbene possa sembrare un costo aggiuntivo, la realtà è che una polizza di tutela legale si ripaga da sola al primo contenzioso evitato o vinto. I costi di una causa, anche solo in primo grado, possono facilmente superare un valore tra i 5.000 e i 10mila euro, mentre una polizza annuale ha spesso un premio contenuto, che varia in base al settore e al fatturato, ma che resta accessibile anche per le microimprese.

In un panorama dove la tutela dei propri diritti e la corretta gestione dei rischi legali sono diventati elementi fondamentali per la sopravvivenza e lo sviluppo del business, la polizza di tutela legale non è più un optional, ma una scelta di responsabilità e lungimiranza.

Professionisti e imprenditori che decidono di dotarsi di questo strumento dimostrano di voler governare attivamente il proprio destino professionale, anziché subirlo. In un mercato competitivo e ad alto rischio, è proprio la capacità di prevenire e gestire i conflitti a fare la differenza tra successo e fallimento.

Quando attivare una polizza di tutela legale?

- All'avvio di una nuova attività o start up;
- in fase di ristrutturazione aziendale o fusioni;
- dopo l'assunzione di nuovo personale;
- in caso di espansione su nuovi mercati o con nuovi clienti;
- alla firma di contratti complessi o di partnership importanti.

Francesca Breda,
Chief Commercial Officer

COMPAGNIE

Formazione, nuovi progetti per Groupama

Tre iniziative che rientrano nella strategia di sostenibilità della compagnia e che riguardano le questioni di genere e la valorizzazione dei giovani

Groupama Assicurazioni lancia nuove iniziative nel campo della formazione, che rientrano nella sua strategia di sostenibilità.

La compagnia ha finanziato un laboratorio di formazione cinematografico presso **Offi-Cine led**, che ha realizzato un cortometraggio sulla violenza di genere, intitolato *Finché morte non ci separi*. I partecipanti, affiancati da docenti professionisti, hanno lavorato sotto la guida del direttore artistico **Silvio Soldini**, seguendo tutte le fasi della realizzazione dell'opera. Dal 22 novembre il corto sarà disponibile sui canali di **iO Donna** e dal 25 novembre su **www.offi-cine.com** e su **ied.it**.

Il **Premio Ingenio al Femminile**, promosso da **Cesop Hr Consulting** e dal **Consiglio nazionale degli ingegneri (Cni)**, ha invece l'obiettivo di valorizzare le neolaureate in Ingegneria, una materia in cui la partecipazione femminile è ancora limitata: in Italia, solo il 16,8% delle ragazze tra i 25 e i 34 anni consegue una laurea nelle materie Stem, contro il 37% degli uomini. Groupama ha messo a disposizione borse di studio per le migliori tesi di laurea in aree come Ingegneria biomedica, Civile-ambientale, Industriale e dell'Informazione. Infine, un'ulteriore iniziativa riguarda tutti i giovani, senza distinzione di genere: la compagnia ha lanciato la terza edizione di **Giochi d'Anticipo**, che mira a formare gli studenti delle scuole secondarie di primo grado diffondendo la cultura della prevenzione e l'alfabetizzazione finanziaria. Il progetto finora ha coinvolto circa 30mila studenti attraverso attività didattiche, laboratori interattivi e un concorso nazionale.



F.A.

INSURANCE DAILY

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio alaggio@insuranceconnect.it

Editore e redazione: Insurance Connect Srl – Via Montepulciano, 21 – 20124 Milano

T: 02.36768000 email: redazione@insuranceconnect.it

Per inserzioni pubblicitarie contattare: info@insuranceconnect.it

Supplemento al 19 novembre di www.insurancetrade.it – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577