

USA: Il ruolo degli intermediari nel mercato assicurativo

Le “contingency fees”, fanno bene al mercato!

Pubblichiamo qui di seguito un saggio apparso su Insurance Research Letter, che commenta i risultati dello studio realizzato dall'arcinota Wharton School della Pennsylvania University, riguardante le sovracommissioni, che tanto scandalo hanno suscitato.

Lo studio sembra promuovere il sistema delle contingency fees, conclusione che questa rivista assolutamente non condivide, ma che, ciò nonostante, ritiene doveroso portare a conoscenza dei lettori.

Recenti e ben pubblicizzate indagini riguardo a presunti abusi nelle pratiche di brokeraggio, hanno riaperto l'interesse pubblico su quella tipologia di coperture assicurative che nascono per coprire rischi altamente complessi, come quelle per i clienti grandi aziende. Questa nuova attenzione ha fatto sì che sorgessero alcune domande riguardo ai procedimenti commerciali usati per la vendita delle assicurazioni.

Ad esempio, com'è possibile trovare la copertura appropriata per i rischi delle grandi aziende commerciali al prezzo giusto? Se questi processi di acquisto presuppongono che venga affidato ad un intermediario il compito di trovare e scegliere la assicurazione, come dovrebbe interagire quest'ultimo con gli assicuratori che offrono la copertura? Perché, in alcuni casi, l'intermediario riceve un pagamento dal cliente ed una commissione dall'assicurazione che si prende carico dei rischi del cliente?

È stato recentemente pubblicato uno studio dalla Wharton School dell'Università della Pennsylvania che risponde proprio a questi interrogativi. Nello studio dal titolo “The Economics of Insurance Intermediaries”, opera di due noti studiosi – il Professor J. David Cummins e Neal A. Doherty – viene sottolineata la profonda diversità che distingue l'assicurazione da tutti gli altri tipi di prodotti economici, e proclamata l'incomparabilità del ruolo degli intermediari con quello di qualsiasi altra ‘agenzia’ di servizi al cliente. Perché nell'ambito assicurativo gli intermediari sono così importanti per rendere certe aree del mercato assicurativo praticabili ed efficienti?

È questo il tema di cui discuteremo in questo articolo, andando ad

evidenziare le principali affermazioni sostenute dagli studiosi di Wharton nella ricerca sull'ampliamente incompreso ruolo degli intermediari assicurativi.

Per gran parte dei beni di consumo e dei servizi, la primaria preoccupazione del venditore è se il compratore riterrà il prezzo di vendita adeguato al bene di suo interesse. Al contrario, per molti tipi di copertura assicurativa, il venditore (assicuratore) è preoccupato anche circa le caratteristiche di rischiosità del compratore/potenziale assicurando stesso. Infatti, il venditore deve essere in grado di riconoscere cosa il cliente rappresenta in termini di esposizione al rischio, per poter quindi definire l'importo di premio adeguato.

Molti tipi di assicurazione sono complessi, soprattutto quelli creati per individui o attività commerciali che hanno esigenze sostanziali, varie e altamente specifiche di copertura dei rischi. Diversamente dai prodotti i cui termini sono praticamente standard (come la R.C.A.), questi prodotti assicurativi non sono standardizzati, ma devono essere cuciti su misura per il singolo contraente. Se generalmente il mercato economico necessita di informazione per operare, il mercato per questi prodotti complessi, in particolare, dipende dal fatto che ci sia uno scambio di informazioni accurate.

Il tema trattato in questo articolo è di suo interesse?

ASSINEWS

è la rivista che ogni mese la informerà su questo e tanti altri temi di tecnica, giurisprudenza ed attualità assicurativa.

SI ABBONI ORA!

➔ via web sul sito www.assinews.it

compilare il modulo alla pagina

<http://www.assinews.it/rivista/abbonamento.html>

➔ via fax al numero 0434.20645

compilare il seguente modulo - pagamento a ricevimento fattura



Abbonamento annuale alla rivista cartacea

- Compagnie, Banche **150,00 euro**
- Agenti, Broker, altri **110,00 euro**



Abbonamento annuale alla rivista + annualità 2005 su CD (volume unico)

- Compagnie, Banche **180,00 euro**
- Agenti, Broker, altri **140,00 euro**

Società/Nome

All'attenzione di

Via

CAP Città Prov.

Part. IVA/C.F.

Tel. Fax e-mail

PRIVACY Ai sensi dell'art. 13, D.Lgs. 30 giugno 2003, n.196 *codice in materia di protezione dei dati personali* i dati personali da Lei forniti saranno oggetto di trattamento nel rispetto delle disposizioni sopra richiamate. I dati verranno trattati per: esigenze amministrativo-contabili relative alla fornitura del servizio/prodotto da Lei acquistato; inviare materiale promozionale su prodotti e/o servizi analoghi di Assinform Srl; fini statistici. Il trattamento potrà effettuarsi con o senza l'ausilio di mezzi elettronici. Non è necessario richiedere il consenso al trattamento dei dati personali comuni inerenti gli obblighi contabili e fiscali in quanto imposto da obblighi di legge, mentre negli altri casi è facoltativo. Il rifiuto può tuttavia generare difficoltà ad onorare gli impegni. Le è riconosciuto l'esercizio dei diritti di cui all'art.7 legge n.196/03, in particolare può richiedere in ogni momento la conferma dell'esistenza o meno di dati personali che La riguardano e può chiederne la rettifica o l'immediata cancellazione. Può inoltre opporsi al trattamento, in tutto o in parte rispetto agli scopi sopra citati. Titolare e responsabile del trattamento dei dati è Assinform Srl. Per ogni comunicazione Lei può contattare Assinform Srl: via posta: Assinform Srl, Viale Dante, 12 33170 Pordenone; via fax: 0434.20645; via mail: info@assinews.it

Assinform Srl - Viale Dante, 12 - 33170 Pordenone - Tel 0434.26136 - fax 0434.20645 - info@assinews.it