

5 marzo 2007 0:00

La replica della rete di vendita di polizze First

Gentile sig D'Orta, spero che con questa mia ultima riusciremo a chiarire un po' le idee di tutti. Innanzitutto ci tengo a dirle che anche per me è un piacere vedere che qualcuno si occupa di noi anche se a mio avviso lei fa un po' di confusione. Innanzitutto tengo a precisare che so che la nota informativa deve essere pubblicata e Aspecta lo fece in passato a partire da ottobre 2005. ATLANTICLUX è stata autorizzata dall'isvap ad operare in Italia da circa sei mesi e sta rispettando le normative e a giorni potrà anche lei vedere on-line sia il sito della compagnia che la nota informativa. Sul nostro sito io non leggo accumulo ma alla sezione prodotti si parla di CRESCENDO. Da dicembre abbiamo interrotto la collaborazione con Aspecta visto che abbiamo avuto l'esclusiva per un prodotto sicuramente migliore. Con questo non sono qui a denigrare i prodotti Aspecta visto che dal momento in cui è stata emanata la 551 tutte le compagnie hanno dovuto inserire l'ISC (indice sintetico del costo) e le vorrei citare qualche esempio: Durata 25 anni su un premio di 3000 euro annui Aspecta ha un ISC del 1,55% (prodotto five stars security), Poste Vita 1,34% (prodotto postafuturoaccumulo), Alleanza 1,85% (prodotto alleanza d'oro), RAS 1,65% (prodotto sicurezze di RAS). E' sicuramente vero poi che i prodotti distribuiti in una rete come la nostra i primi anni siano più penalizzati ma come vede nel lungo periodo non è così. Attenzione, non le cito il costo del prodotto che distribuiamo oggi perché è nettamente inferiore agli esempi sopracitati. Mi riferisco al CRESCENDO. Io penso che se una persona può mettere via un paio di mila euro all'anno fa bene a stipulare un prodotto vita, con noi o con altri, che se portato a termine gli dà più di quello che avrebbe avuto lasciando gli stessi soldi in un CC. So che in passato abbiamo avuto collaboratori che non sono stati leali nei confronti dei clienti ed abbiamo preso provvedimenti, ma, non mi sembra giusto che lei per questo ci giudichi in questa maniera. Abbiamo centinaia di collaboratori che vivono di questa attività, che si comportano bene e che dicono le cose come stanno. Ci occupiamo della loro formazione, ognuno di loro ha fatto le 30 ore in aula con la più autorevole scuola di formazione assicurativa in Italia, fatto le 30 ore a distanza e così ogni nuovo e futuro nostro collaboratore. Abbiamo un call center che chiama ogni cliente per avere conferme del buon operato dei nostri collaboratori, un numero verde attivo tutti i giorni e tutto quello che serve per dare un ottimo servizio. Se le ho chiesto a quale sezione era iscritto è stato solo per capire il suo livello di preparazione e di formazione perché vede, per capire il mondo assicurativo non basta leggere le normative o le lamentele del cliente. Noi cerchiamo di dare e fare il massimo e se ci sono stati comportamenti scorretti di nostri collaboratori in passato il cliente è libero di denunciare l'accaduto all'organo di vigilanza. Le ripeto, non dispensi consigli solo perché qualcuno si lamenta, so che è il suo lavoro ma cerchi di vedere anche quanto è positivo che le persone mettano da parte dei soldi e siano vincolati a farlo per tanti anni. Staranno meglio in futuro, vedrà. Sa, io sono relativamente giovane ma da piccolo mettevo soldi in due salvadanai, uno di terracotta con la sola fessura per inserire monete e uno che aveva invece sotto un coperchietto che si poteva aprire. Il secondo era sempre vuoto... La saluto e rinnovo a tutti i collaboratori presenti la mia stima e a tutti i clienti di portare a termine i loro contratti, in futuro ci diranno... Grazie.

Simone, da Pesaro

Risposta:

Premesso che quando fornii la risposta al lettore nel sito web c'era la nota di Accumulo e non di Crescendo, con questa sua replica lei segue il tipico schema comunicativo delle reti di vendita e trasforma tutto in un vero e proprio spot pubblicitario che contiene gli elementi tradizionali, a volte anche vecchioti, della vendita di polizze. Vediamo di analizzarli.

- "Siamo nella media del mercato, anzi spesso meglio". Classicissimo intramontabile che in pratica non vuol dire un bel niente. Noi siamo contrari a questo genere di polizze indipendentemente da chi le propone: clicca qui (http://investire.aduc.it/documento/domande+frequenti+faq+sugli+investimenti+finanziari_6068.php/#D15)

Le coperture assicurative si devono fare con le apposite polizze (polizze di puro rischio): morte, malattia, invalidità, ecc. Gli investimenti, invece, si fanno con appositi strumenti. Questi prodotti sono degli ibridi che non soddisfano appieno nessuna delle esigenze indicate, poiché le coperture assicurative sono molto blande mentre la parte dedicata all'investimento è talmente gravata da costi da rendere impossibile un equo guadagno. Essere nella media del mercato, quindi, vuol dire solo proporre un prodotto inutile come gli altri.

- Il fatto che la polizza Atlanticlux costi di più nei primi anni non è una cosuccia da poco perché, per effetto della legge matematica della capitalizzazione, cioè vuol dire un minor rendimento a scadenza a parità di altri fattori.

- Il paragone tra polizza finanziaria e conto corrente è una vera follia finanziaria, un paragone fuorviante che lei utilizza per cercare di far apparire la sua polizza migliore di ciò che è. Il conto corrente è uno strumento di liquidità mentre le polizze finanziarie incastrano il cliente con le penali di estinzione anticipata. Se proprio volesse fare un

paragone del genere dovrebbe utilizzare investimenti analoghi a quelli in cui la polizza investe, quindi obbligazionari in questo caso. E non dovrebbe omettere di far notare le diverse metodologie contabili adottate dalle gestioni separate assicurative rispetto, ad esempio, ai fondi comuni. Le prime contabilizzano in base al costo storico, cosa che gonfia i rendimenti in epoche di tassi calanti come avvenuto negli ultimi anni.

- "E' vero che qualche volta, in passato, qualche nostro collaboratore non si e' proprio comportato in maniera limpida, ma adesso e' tutta un'altra cosa": inutile girarci attorno, la formazione dei venditori e' fatta proprio in questa maniera. Lo so io, lo sa lei e lo sanno a loro spese i clienti che vi incappano. E lo sanno anche i tanti venditori che entrano nella struttura multi-livello e vanno via dopo poco tempo (il tempo di accorgersi che per vivere di quel lavoro bisogna vendere a tappeto) e dopo aver inguaiato amici e parenti con queste polizze.

- "Si possono denunciare agli organi di vigilanza": anche qui sa benissimo che davanti ad un contratto in regola quasi sempre non si puo' fare un bel niente. Qui i clienti hanno le loro colpe perche' si fidano "dell'amico assicuratore", delle rassicurazioni verbali senza verificare, o far verificare da una persona di fiducia e che non abbia interesse a vendere la polizza, cosa c'e' scritto nelle note informative e nei contratti e come funzionano realmente i prodotti.

- "Le nostre polizze sono un salvadanaio": anche qui siamo al piu' classico degli spot, ma come spesso ho fatto notare il "salvadanaio" che vendete e' bucato al di sotto, ed i clienti se ne accorgono al momento del riscatto.

Ha risposto Giuseppe D'Orta.

clicca qui (<http://investire.aduc.it/templates/curriculum.html?n=2>)