

PRIMO PIANO

Il 1Q20 di Reale Group

La grande incertezza causata dalla diffusione del Covid-19 ha inevitabilmente impattato sui ricavi di Reale Group, che ha chiuso il primo semestre 2020 con una diminuzione dei premi (-4,3% rispetto ai primi sei mesi 2019) per un ammontare di 2,5 miliardi di euro di raccolta. A pesare sul risultato è soprattutto la gestione vita (-12%), mentre il comparto danni è stabile (+0,4%). Tuttavia il gruppo mostra solidità che si riflette in un utile complessivo di 95,6 milioni di euro (+27%) e un patrimonio netto di oltre 2,8 miliardi di euro (+1,7%), che porta il Solvency ratio a 261,3%. Anche per Reale Group il lockdown e il conseguente crollo della circolazione stradale ha avuto un effetto benefico sul combined ratio, che è in sensibile miglioramento (-4,4 punti percentuali), rispetto al primo semestre dell'esercizio precedente, posizionandosi al 94,3%: il risultato è trainato dal miglioramento della sinistralità corrente osservato sia nel comparto auto sia nel comparto non auto, in tutti i Paesi di operatività del gruppo.

Secondo il dg di Reale Mutua, Luca Filippone, Reale Group "ha dimostrato una forte capacità di resilienza, confermando la propria solidità e affidabilità, tra le più elevate del mercato, e avvalorando le proprie scelte strategiche e il suo modello di business. Il gruppo – sottolinea – ha affrontato questo delicato momento accelerando il processo di trasformazione e modernizzazione".

Beniamino Musto

INTERMEDIARI

Broker, quante spine per la ripartenza

Quale sarà il destino delle collaborazioni, alla luce dei nuovi provvedimenti di Ivass? Quale il futuro del contratto base Rca? In che modo far convivere intermediazione tradizionale e insurtech? Sono solo alcune delle sfide di fronte al mercato dei rischi, secondo il presidente di Acb, Luigi Viganotti

Al rientro dalle vacanze estive, le questioni normative e i problemi economici di un Paese ancora in parte sotto scacco della pandemia erano attesi. Occorrerà però capire l'impatto che avranno sul mondo dell'intermediazione.

Secondo il presidente di Acb, **Luigi Viganotti**, non ci attende un periodo semplice. Le novità normative, contratto base Rca e riforma dei regolamenti soprattutto, costringeranno gli intermediari, e tra loro i broker, a un grande sforzo di adeguamento, andando a toccare anche modelli di business e consuetudini (come le collaborazioni) che in questi anni stavano prendendo piede.

CONTRATTO BASE: E ADESSO?

Il primo tema all'ordine del giorno è il contratto base, entrato in vigore il primo di luglio dopo anni di attesa. "Purtroppo, però, non è cambiato nulla rispetto a quello presentato già tempo fa: restano i problemi che avevamo evidenziato, questioni che riguardano il mercato, le compagnie, le Regioni", spiega Viganotti. Ma non solo, mancano due cose essenziali per farlo funzionare: il preventivatore di **Ivass**, che al momento non è ancora pronto, e il modello elettronico. "E poi – ribadisce il presidente di Acb – bisognerà capire cosa vorranno fare le compagnie, in che modo applicheranno le differenziazioni del contratto in termini di garanzie e costi. Insomma, stiamo attendendo che si completi tutto l'iter per dare un giudizio finale, e vedremo cosa succederà", chiosa Viganotti.

LE COLLABORAZIONI A RISCHIO

Ma la parte più sostanziosa del lavoro normativo fatto da Ivass in questi mesi mette insieme le modifiche ad alcuni regolamenti, soprattutto al 40 e al 41, e l'emanazione del regolamento 45 che ha come oggetto la *Product oversight and governance (Pog)*.

(continua a pag. 2)



Luigi Viganotti, presidente di Acb



INSURANCE CONNECT È SU FACEBOOK

Segui la nostra pagina



(continua da pag. 1)

Se quest'ultimo non presenta in realtà grosse novità, lasciando sostanzialmente alle compagnie il compito di definire i propri processi nell'ambito della Pog, "la consultazione sui documenti emessi ancora prima del lockdown riguardo gli emendamenti ai regolamenti 40 e 41 aveva evidenziato molte problematiche", ha ricordato Viganotti. "Ecco perché – continua – noi riteniamo che una cosa importantissima che va chiarità è la regolamentazione delle collaborazioni".

Le collaborazioni sono ormai entrate nella quotidianità del lavoro dell'intermediario e sono in costante crescita. I provvedimenti di Ivass, secondo il presidente di Acb, "introducono alcuni vincoli" e la preoccupazione degli intermediari è capire in che modo questi vincoli incidano sull'attività e riducano le possibilità di collaborare. "Pare che saranno vietate le collaborazioni triangolari – aggiunge Viganotti – e questa è una grande limitazione della libertà del mercato e va in controtendenza con la realtà quotidiana".

UN PAESE IN RECESSIONE

Al di là delle questioni normative, su cui comunque si tornerà, l'effetto del lockdown ha inciso anche sui broker. Sono stati mesi difficili soprattutto per quelle imprese che, facendo molto affidamento sull'Rc auto, hanno dovuto affrontare una sostanziosa diminuzione dei ricavi. "Certamente – sottolinea Viganotti – il lockdown ha costretto molti di noi a strutturarsi in modo diverso, a investire in tecnologie, cercare nuovi modi per comunicare con clienti e compagnie. Tuttavia, la nostra preoccupazione principale è per ciò che ci aspetta d'ora in avanti, nella fase dei rinnovi". Del resto, gli indicatori di mercato raccontano una realtà economica fatta di riduzione di fatturato per le attività, crollo del Pil, paura delle famiglie per la perdita di reddito, disoccupazione e incapacità di impegnare finanziariamente i propri risparmi. "Noi broker, e il settore assicurativo in generale, dovremo trovare nuove soluzioni per poter aiutare coloro che si troveranno in difficoltà", ribadisce Viganotti.

L'altra faccia della medaglia è l'aumentata percezione del rischio, soprattutto da parte delle aziende che si sono trovate di fronte a situazioni limite, interruzioni d'esercizio o lunghe malattie dei dipendenti, nei casi peggiori. Secondo Viganotti, occorre però fare due discorsi: uno che riguarda la clientela e uno i broker. "Per prima cosa – argomenta – bisogna capire quanta disponibilità ci sarà da parte delle persone a investire in prodotti assicurativi. Dal canto nostro, invece, la categoria deve capire che da dopo il lockdown si lavorerà in un modo completamente diverso. La consulenza non dovrà partire dal singolo contratto ma dalla singola esigenza: bisogna profilare ancora meglio il cliente, cercare le sue reali necessità".

I DOSSIER SUL TAVOLO DI ACB

Il broker dev'essere parte attiva nella costruzione del contratto, non potrà più limitarsi a cercare la polizza sul mercato ma deve "interloquire con gli assicuratori e contribuire a studiare i nuovi contratti assicurativi".

In questo processo, secondo Acb, l'insurtech potrà avere un ruolo centrale e non in contrapposizione al broker tradizionale. Acb ha stipulato un nuovo accordo con l'associazione italiana delle insurtech per una collaborazione e sta "mettendo le basi per nuovi progetti", conferma Viganotti.

Ma questa iniziativa è solo una delle azioni che Acb ha in programma per i prossimi mesi. Con l'obiettivo primario di salvaguardare gli associati e, più in generale, tutta la categoria degli intermediari, l'associazione ha un canale di comunicazione aperto con Ania per poter arrivare ad avere una maggiore apertura delle compagnie nei confronti del broker. "Entro fine anno – annuncia Viganotti – chiederemo a Ivass una riforma complessiva della regolamentazione: il restringimento del campo delle collaborazioni tra intermediari, l'appesantimento della gestione, l'aumento dei costi ci preoccupano molto", conclude Viganotti.



Fabrizio Aurilia

NORMATIVA

La macchina di Ivass è sempre in movimento

Tanti gli ambiti toccati dai nuovi provvedimenti che entreranno in vigore nei prossimi due anni. Il regolatore è intervenuto anche (e profondamente) sui Regolamenti 40 e 41 di appena un anno fa

Lo scorso 4 agosto, l'Ivass ha pubblicato il Regolamento 45/2020 recante disposizioni in materia di governo e controllo dei prodotti assicurativi e il Provvedimento 97/2020 contenente modifiche e integrazioni, tra l'altro, al Regolamento Ivass 24/2008 concernente la procedura di presentazione dei reclami, al Regolamento 40/2018 in materia di distribuzione assicurativa e al Regolamento 41/2018 recante disposizioni in materia di informativa, pubblicità e realizzazione dei prodotti assicurativi.

Il Regolamento 45, che si compone di 17 articoli, suddivisi in quattro capi, si pone in linea di continuità con il Codice delle assicurazioni private, dando attuazione, in particolare, agli articoli 30 decies e 121 bis, comma 2, della predetta fonte.

In particolare, i soggetti destinatari del Regolamento 45 sono indicati all'articolo 3 del Capo I, che ne prevede l'applicazione nei confronti delle compagnie italiane e delle sedi secondarie italiane di imprese di assicurazioni aventi sede legale in uno Stato terzo (alle quali si applicano i Capi II e III del Regolamento) e nei confronti degli intermediari assicurativi iscritti alle sezioni a), b), c), d) e) ed f) del Registro unico degli intermediari, degli intermediari comunitari iscritti nell'elenco annesso al Rui, delle imprese di assicurazione e relativi dipendenti (ai quali si applicano, in particolare, le disposizioni del Capo III del Regolamento).

Il ruolo dei manufacturers de facto e della compliance

Il Capo II, sui requisiti di governo e di controllo dei prodotti assicurativi applicabili ai produttori, riafferma il principio comunitario in base al quale i produttori elaborano e attuano un processo di approvazione per ciascun nuovo prodotto e per ogni modifica significativa dello stesso prima di procedere alla commercializzazione (articolo 4).

Rispetto a tale processo, all'organo amministrativo delle imprese di assicurazione nonché dei manufacturers de facto spetta la responsabilità ultima dell'attuazione di tale processo, mediante l'approvazione e la revisione, almeno una volta l'anno, della politica in materia di governo e controllo dei prodotti.

Ruolo centrale è poi affidato alla funzione di compliance, alla quale spetta, nelle imprese e nei produttori di fatto, monitorare lo sviluppo e la revisione periodica delle procedure e delle misure di governo dei prodotti assicurativi, al fine di individuare i rischi di mancato adempimento rispetto a quanto previsto dalla normativa vigente.

Target market positivo e negativo

La definizione del target market (positivo) è disciplinata dall'articolo 6, che richiede ai produttori di delinearne conside-

rando alcuni elementi minimali, tra i quali, tra l'altro, la tipologia dei clienti ai quali il prodotto è rivolto, i rischi ai quali tali clienti sarebbero esposti, le esigenze e gli obiettivi della potenziale clientela, le caratteristiche del prodotto, l'età del cliente, ecc. Il target market dei prodotti di investimento assicurativi deve inoltre ricomprendere anche la coerenza del profilo di rischio/rendimento del prodotto con il mercato di riferimento, la rispondenza del prodotto all'interesse del cliente e la sua situazione finanziaria. Sulla base del target market è richiesto ai produttori di individuare il target market negativo, la cui definizione segna la demarcazione dei clienti ai quali il prodotto non può essere distribuito, salvo che il prodotto corrisponda alle richieste ed esigenze assicurative del cliente e, in base alla consulenza fornita, sia comunque adeguato.

Le previsioni a chiusura del Capo II sul processo di approvazione del prodotto, il test, il monitoraggio e la revisione del prodotto e i flussi informativi, richiedono ai produttori di, tra l'altro, valutare l'adeguatezza dei canali preposti alla vendita dei prodotti, valutarne i costi, identificare gli eventi che possano incidere sul rischio potenziale o sulle aspettative di rendimento del prodotto e le modalità di scambio di informazioni tra le imprese e i distributori con finalità di compliance al Regolamento.

Gli intermediari attendono le comunicazioni

Lato distributori, il Capo III richiede a questi ultimi di conoscere il prodotto per poterlo distribuire ai clienti rientranti nel target market e di acquisire da questi ultimi tutte le informazioni necessarie allo scopo. Anche per i distributori valgono le limitazioni di distribuzione previste dall'articolo 6 con riferimento al target market, con l'ulteriore precisazione che sarà loro possibile distribuire ai clienti rientranti nel cosiddetto mercato di riferimento effettivo (i.e. il mercato individuato in base alle effettive esigenze, caratteristiche e obiettivi della clientela) e non distribuire a quelli tra i clienti ricadenti nel cosiddetto mercato di riferimento negativo effettivo (che dovrà essere identificato dagli intermediari mediante l'indicazione delle ulteriori categorie di clienti alle quali il prodotto non può essere distribuito). Entrambe le declinazioni del target market dovranno essere comunicate dai distributori alle imprese di assicurazioni. Il Regolamento 45 entrerà in vigore il 31 marzo 2021.

Cosa cambia per i reclami

Il Provvedimento 97 va a modificare, in parte e tra gli altri, il Regolamento Ivass 24/2008 sulla gestione dei reclami, nonché i più recenti Regolamenti 40 e 41, rispettivamente sulla distribuzione assicurativa e sulla trasparenza dei prodotti assicurativi, entrati in vigore il primo gennaio 2019. (continua a pag. 4)

(continua da pag. 3)

Rispetto al Regolamento 24, le modifiche di maggior rilievo riguardano, tra l'altro, la delimitazione dell'area delle competenze quanto alla gestione dei reclami da parte di Ivass, con la specifica indicazione che a quest'ultima autorità non possono essere sottoposti i reclami riguardanti la corretta redazione del Kid, e l'estensione, anche alle imprese comunitarie, dell'obbligo di pubblicare il rendiconto sull'attività di gestione dei reclami, come accade già per le imprese domestiche.

Novità su rendicontazione e lbips

Quanto ai Regolamenti 40 e 41, questi vengono modificati in linea con quanto già previsto nel documento sottoposto a pubblica consultazione 2 del 2019.

In particolare, mentre nel Regolamento 41 l'estratto conto annuale previsto per i prodotti *unit linked* è sostituito con il *Documento unico di rendicontazione* che dovrà essere completo di tutti i costi relativi alla distribuzione (inclusi i costi relativi alle collaborazioni orizzontali), il Regolamento 40 è ampiamente modificato con l'inserimento, tra l'altro, di una serie di previsioni riguardanti i prodotti d'investimento assicurativi (*lbips*).

Infatti, in aggiunta ad alcune modifiche riguardanti, tra l'altro, la valutazione delle richieste ed esigenze del contraente (articolo 58) (per la quale si richiede che il distributore consegni un'apposita dichiarazione in cui attesta che il prodotto assicurativo risponde a tali esigenze e richieste) e le vendite abbinate, rispetto alle quali viene introdotta un'ulteriore previsione (articolo 59 bis) contenente le informazioni supplementari che vanno fornite al contraente, la maggior parte delle disposizioni del Provvedimento riguardano gli *lbips*.

Incentivi, consulenza e adeguatezza

Viene introdotta la disciplina degli incentivi e degli schemi di incentivazione, sulla falsariga di quanto previsto dalla direttiva 2004/39 (*Mifid II*), di cui vengono dettate le condizioni di ammissibilità, consistenti nell'accrescimento della qualità della distribuzione assicurativa e nell'assenza di pregiudizio nei confronti del contraente. Una norma transitoria specifica che gli intermediari saranno tenuti al rispetto di tale disciplina a partire dal 31 marzo 2022.

È rivista la disciplina in materia di adeguatezza e appropriatezza dei prodotti offerti, dal momento che viene disciplinato un regime di consulenza obbligatoria per la vendita di tali prodotti, salvo che questi ultimi non si qualificano come non complessi, che attrae la valutazione degli stessi rispetto alle richieste ed esigenze del cliente in un'ottica di adeguatezza. Rimane salvo il regime dell'appropriatezza per quei prodotti (pochi) venduti senza consulenza. Anche il Provvedimento 97 entrerà in vigore a partire dal 31 marzo 2021.

Chiara Cimarelli,
legal director di Dla Piper

COMPAGNIE

I Lloyd's pagheranno 5 miliardi di sterline per sinistri Covid

La perdita ha pesato per una percentuale del 18,7% sul combined ratio, che al 30 giugno ha superato il 110%: senza gli effetti della pandemia, il dato sarebbe stato in miglioramento al 91,7

Nei primi sei mesi del 2020, i **Lloyd's** hanno pagato sinistri legati alla pandemia da Covid-19 per 2,4 miliardi di sterline e prevedono che il computo finale raggiungerà i 5 miliardi. Le cifre sono state svelate durante una web conference sui risultati dal mercato assicurativo londinese.

La perdita derivante dai sinistri Covid ha pesato per una percentuale del 18,7% di combined ratio, che al 30 giugno è schizzato al 110,4%, portando una perdita complessiva pari 400 milioni di sterline. Escludendo però i numeri attribuibili alla pandemia, il combined ratio ha registrato un miglioramento del 7,1%, attestandosi al 91,7%, in discesa rispetto al 98,8% del primo semestre 2019.

La perdita lorda complessiva, pari a 400 milioni nei primi sei mesi del 2020, sconta i già contabilizzati 2,4 miliardi di sinistri Covid. Nello stesso periodo dell'anno scorso i Lloyd's guadagnavano 2,3 miliardi di sterline. Escludendo le perdite relative al Covid-19, il mercato ha registrato un utile tecnico di un miliardo di sterline. I premi lordi sottoscritti nei primi sei mesi dell'anno ammontano a 20 miliardi, in leggera crescita dai 19,7 del giugno 2019. I redditi da investimenti valgono 900 milioni, con un ritorno del 1,2%, in peggioramento dai 2,3 miliardi (ritorno del 3,2%) del periodo 2019 corrispondente. Bene invece le risorse nette, pari a 32,8 miliardi, in crescita rispetto al dicembre 2019, quando la cifra si fermava a 30,6 miliardi.

La solvibilità è al 250%, meglio del dicembre 2019 (238%), ma il calcolo stimato a fine agosto segnava un calo al 200%. I Lloyd's presenteranno l'aggiornamento del programma *Future at Lloyd's* a novembre, indicando anche la strategia per il 2021 e gli anni a venire.

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 **E-mail:** redazione@insuranceconnect.it

Per inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.it

Supplemento al 14 settembre di www.insurancetrade.it – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577

CONVEGNO ON LINE

IN DIRETTA WEB



SOSTENIBILITÀ E SVILUPPO PER GLI INTERMEDIARI DI DOMANI

6-7 OTTOBRE 2020 | 9:30 - 16:15



Dibattiti e analisi sui temi più caldi per l'evoluzione della categoria degli intermediari:

- *Scenario economico e normativo, tra crisi e nuove opportunità*
- *Le potenzialità del settore assicurativo: come stimolare e favorire la domanda di prodotti e servizi assicurativi*
- *Sostenibilità del modello agenziale: strategie, interventi e qualità della collaborazione con le compagnie*
- *Il rischio Disintermediazione*
- *Il contributo di agenti e broker nell'evoluzione della tutela di cittadini e imprese*
- *Una promessa per il futuro: tecnologia, dati, vendita a distanza e social network*
- *Riorganizzazione dell'interazione con il cliente*
- *Il rapporto tra intermediari e insurtech*
- *L'importanza della formazione*
- *Come cambiano agenti e broker*

Main sponsor



Official sponsor



CONVEGNO ON LINE

6-7 OTTOBRE 2020 | 9:30 - 16:15

6 OTTOBRE

SOSTENIBILITÀ E SVILUPPO
PER GLI INTERMEDIARI DI DOMANI

09.30 – 10.40

- **Tavola Rotonda – L'ASSICURAZIONE COME PARTNER PER IL PAESE: QUALE RUOLO PER GLI INTERMEDIARI?**
 - Vincenzo Cirasola, presidente di Anapa Rete ImpresAgenzia
 - Stefano De Polis, segretario generale di Ivass
 - Claudio Demozzi, presidente Sna
 - Luca Franz de Luca, presidente di Aiba
 - Umberto Guidoni, responsabile della direzione business di Ania e segretario generale della Fondazione Ania
 - Luigi Viganotti, presidente di Acb

10.45 – 11.05

- **L'IMPORTANZA DELLA TUTELA LEGALE ALL'EPOCA DEL COVID-19**
Pier Marco Giambiasi, head of product & Underwriting D.A.S. SpA

PAUSA

11.35 – 12.00

- **Tavola Rotonda – 2020, COSÌ CAMBIA IL SERVIZIO AL CLIENTE**
 - Marco Lamola, direttore commerciale del gruppo Cattolica Assicurazioni
 - Nicola Picaro, comitato dei presidenti di Aua

12.00 – 12.05

- ◆ **Video – Plurima: autonomia, esperienza ed innovazione al tuo servizio**

12.05 – 12.25

- **CAPACITÀ DI REAZIONE ALL'EMERGENZA E SOLUZIONI PER LA NUOVA NORMALITÀ**
intervista a Maurizio Taglietti, general manager di MetLife Italia

PAUSA

14.30 – 14.50

- **SOSTENIBILITÀ E SVILUPPO PER L'AGENZIA DI ASSICURAZIONI**
- Paolo Beltrami, titolare Studio Beltrami PB

14.50 – 15.10

- **#OSCELGOAFIESCA: LA PRIMA POLIZZA VITA FULL DIGITAL ACQUISTABILE CON UN VIDEOSSELFIE**
- Luca Loforese, responsabile marketing e comunicazione di Afi Esca

15.10 – 15.15

- ◆ **Video Das**

15.15 – 16.15

- **Tavola Rotonda – STRATEGIE E INVESTIMENTI PER IL FUTURO DEGLI INTERMEDIARI**
 - Ruggero Pogliaghi, presidente Gav, Gruppo agenti Vittoria
 - Michele Quaglia, direttore commerciale e brand di Reale Group
 - Lorenzo Sapigni, direttore generale per l'Italia di Cgpa Europe rappresentanza generale per l'Italia
 - Gabriele Tedesco, head of sales di Generali Italia
 - Enrico Olivieri, presidente Gaz

ISCRIVITI ALLA GIORNATA DEL 6 OTTOBRE CLICCANDO QUI



CONVEGNO ON LINE

6-7 OTTOBRE 2020 | 9:30 - 16:15

7 OTTOBRE

SOSTENIBILITÀ E SVILUPPO PER GLI INTERMEDIARI DI DOMANI

09.30 – 10.40

■ **Tavola Rotonda – DISINTERMEDIAZIONE, UN RISCHIO REALE?**

- Marco Araldi, componente di Giunta Aiba e ceo di Marsh
- Paolo Iurasek, vice presidente di Anapa Rete ImpresAgenzia
- Luciano Lucca, vice presidente di Acb
- Dario Piana, presidente Gruppi aziendali Sna
- Sergio Sorgi, Progetica



10.45 – 11.05

■ **IL TRATTO DISTINTIVO DELL'OFFERTA ASSICURATIVA**

PAUSA



11.35 – 12.30

■ **Tavola Rotonda – DALL'RC AUTO AL RAMO DANNI, COME SVILUPPARE BUSINESS TRA NORMATIVA, INFORMAZIONI, DIGITALIZZAZIONE E SOCIAL NETWORK**

- Luca Capato, vice presidente Gagi
- Pierguido Durini, presidente del gruppo agenti Helvetia
- Laura Puppato, responsabile rapporti istituzionali di Agit, gruppo agenti Groupama
- Sandro Scapellato, direttore marketing e distribuzione del gruppo Helvetia Italia



PAUSA

14.30 – 14.50

■ **IL CONTRIBUTO DELL'INSURTECH PER L'INTERMEDIAZIONE ASSICURATIVA**

14.50 – 15.10

■ **LA FORMAZIONE CHE FA LA DIFFERENZA**

15.10 – 15.30

■ **Tavola Rotonda – VENDITA A DISTANZA: QUANTO VALE IL PRODOTTO ASSICURATIVO?**

- Umberto D'Andrea, presidente dell'associazione agenti Allianz
- Stefano Passerini, presidente del gruppo agenti Amissima
- Gaetano Vicinanza, presidente del gruppo agenti Sara Assicurazioni



15.35 – 15.55

■ **VENDITA A DISTANZA, RIORGANIZZARE L'INTERAZIONE CON IL CLIENTE**

Michele Languino, Sna



16.00 – 16.15

■ **QUALE FUTURO PER GLI INTERMEDIARI?**

SCARICA IL PROGRAMMA COMPLETO

ISCRIVITI ALLA GIORNATA DEL 7 OTTOBRE CLICCANDO QUI

