

PRIMO PIANO

## È uscito Insurance Magazine

È uscito lunedì scorso in edicola il nuovo numero di Insurance Magazine. Il bimestrale, edito da Insurance Connect e allegato al Sole 24 Ore, è l'unica rivista del mondo assicurativo dedicata ai consumatori, alle aziende e ai professionisti, che parla con un linguaggio chiaro di argomenti specialistici che abbracciano tutti i settori della gestione del rischio.

Il primo numero del 2014 è dedicato ai furbetti delle truffe. Tra incidenti simulati, falsi testimoni, colpi di frusta che appaiono senza motivo, l'indotto derivante dalle speculazioni alimenta talvolta vere e proprie associazioni a delinquere. Tuttavia, gli strumenti per combattere le frodi non mancano, e anche la legislazione sta aiutando.

Per tutti quelli che vogliono costruirsi un risk management personale su Insurance Magazine è possibile trovare un approfondimento, con consigli degli esperti, sulla pianificazione del proprio piano di garanzie.

Come sempre, ci sono tante news e speciali, e anche una guida sui contratti Rc auto. Per non perdere nessun numero di Insurance Magazine, abbonati spedendo una mail ad abbonamenti@insuranceconnect.it, o inviando un fax al numero 02.36768004, oppure collegati qui e clicca sul tasto Abbonati, dove si potrà compilare il form di sottoscrizione.

INTERMEDIARI

## Agenti, più europei senza esclusiva

**Secondo l'avvocato Piero Nodaro, è necessario pervenire al più presto a un rinnovo dell'accordo nazionale tra imprese e intermediari, prendendo spunto anche dagli impegni che le compagnie hanno presentato ad Antitrust**

Tutto ruota intorno all'indagine che **Antitrust** sta svolgendo da quasi un anno, volta a verificare che le compagnie di assicurazione non abbiano stipulato con gli agenti accordi per limitare la diffusione del plurimandato. Dall'esito di quell'istruttoria potrebbe dipendere la nuova fisionomia del mercato assicurativo italiano. A partire dai nuovi assetti della distribuzione e da un nuovo rapporto tra agenti e imprese. Un mercato che, come spinge l'Europa, potrà essere più aperto e competitivo. Ecco perché, secondo **Piero Nodaro**, avvocato di Roma, specializzato in diritto delle assicurazioni, societario e del lavoro è necessario che il nuovo accordo nazionale tra imprese e agenti si faccia al più presto, e si basi (anche) sull'esito dell'indagine di Agcm.



Piero Nodaro, avvocato e docente

**Con il dl Destinazione Italia, nel settore si era aperto l'ennesimo dibattito sull'Rc auto. Non sarebbe utile avviare un tavolo con le parti, per porre concretamente mano ai problemi strutturali della Rca?**

Sono fermamente convinto che, in un settore così delicato e di grande impatto sociale quale quello della Rca, sia sempre preferibile tentare di individuare soluzioni concordate con le parti interessate e con gli operatori del settore, piuttosto che imporre decisioni dall'alto. È evidente come i rilevanti interessi economici sottostanti rendano non facile individuare soluzioni condivise, ma è anche vero che, proprio in quanto si tratta ormai di problemi strutturali, la decretazione di urgenza non appariva proprio lo strumento migliore da utilizzare.

**Nel nuovo disegno di legge risaltano una serie di forzature agli attuali sistemi operativi. L'Italia riuscirà ad allinearsi all'Europa spalmando sull'intero territorio nazionale prezzi equi e servizio, senza ricorrere a imposizioni e violazioni?**

L'approvazione di un disegno di legge in materia pare andare nella direzione giusta, consentendo maggiore ponderazione e più utili tempi di valutazione rispetto a quelli imposti per la conversione di un decreto legge. Si potranno così evitare forzature nell'auspicato tentativo di ridurre i costi dell'assicurazione auto.

In generale, comunque, vedo positivamente l'adozione facoltativa di sistemi premiali per gli assicurati a fronte, per esempio, dell'installazione di meccanismi elettronici che registrino l'attività del veicolo (nel mentre, il riconoscere nel procedimento civile valore di piena prova alle risultanze di tali dispositivi avrebbe certamente valenza di forte deterrente per richieste fraudolente), così come ritengo che potrebbe portare a risultati positivi in termini di risparmio la possibilità di prevedere forme di risarcimento in forma specifica, sia nell'immediato in termini di riduzione dei premi di polizza e di verosimile minor costo medio dei risarcimenti, sia nel lungo periodo come procedimento virtuoso di ulteriore risparmio per l'intero sistema.

**L'indagine di Antitrust sarà l'occasione per aprire anche in Italia un mercato più libero?**

L'auspicato intervento dell'Agcm in materia di contratti di agenzia appare del tutto apprezzabile, così come devono essere positivamente valutati gli impegni comunque assunti dalle compagnie. Si è certamente compiuto un passo avanti per un più concreto rispetto dei principi comunitari della concorrenza e per l'applicazione delle regole europee. A mio avviso, tali impegni dovrebbero costituire una solida base per giungere a concreti risultati anche in sede di contrattazione collettiva, ove si dovrebbe pervenire a eliminare qualsiasi ipotesi di contrattualizzazione di clausole di esclusiva. È proprio muovendo da tali positive premesse che, peraltro, gli agenti saranno chiamati a approfondire il massimo impegno affinché la loro professione, liberata da esclusive di marchio e di territorio, contribuisca efficacemente a rendere più libero anche il mercato italiano, consentendo concretamente quell'integrazione economica voluta dal Trattato comunitario.

## **L'Ania, a seguito dell'intervento dell'Antitrust, ha deciso una pausa di riflessione fermando il tavolo di trattativa con i sindacati degli agenti per il rinnovo dell'Ana. Quali potrebbero essere le modifiche più urgenti all'accordo imprese/agenti?**

Ritengo auspicabile che si giunga al più presto alla sottoscrizione di un nuovo accordo nazionale, anche traendo base negoziale dagli impegni assunti dalle compagnie con l'Autorità garante della concorrenza e del mercato.

La complessità degli argomenti rende difficile un'indicazione, in poche righe, delle modifiche più urgenti. Ritengo però che si dovrebbe preliminarmente procedere alla individuazione soggettiva dell'ambito di applicazione dell'accordo, alla eliminazione di qualsiasi clausola di esclusiva, a una migliore individuazione delle obbligazioni delle parti finalizzata alla quantificazione delle indennità di risoluzione, della rivalsa e del calcolo delle provvigioni ex art. 20 Ana 2003, alla titolarità del trattamento dei dati personali ex dlgs 196/2003, al riconoscimento della piena operatività del Regolamento Ivass n. 34/2010 che disciplina l'attività di promozione e collocamento di contratti di assicurazione on line.

## **La recente pronuncia della Cassazione sul danno alla persona, in che modo potrebbe cambiare i risarcimenti?**

La sentenza della Corte, pur ribadendo la vocazione nazionale delle tabelle del Tribunale di Milano (tanto che la mancata adozione di tali tabelle da parte del giudice di merito può integrare violazione di norme di diritto censurabile con ricorso in Cassazione - Cass. n. 12408/11), ha affermato che la quantificazione del danno da perdita del bene vita, così come il danno biologico terminale e il danno morale terminale della vittima, non sono contemplati dalle suindicate tabelle, sicché "è rimessa alla prudente discrezionalità del giudice di merito l'individuazione dei criteri di relativa valutazione che consentano di pervenire alla liquidazione di un ristoro equo". Tale decisione rende così, a mio avviso, del tutto incerta la quantificazione risarcitoria che, con l'adozione del sistema tabellare, si era cercato di rendere prevedibile (con positivi riflessi sulla risoluzione stragiudiziale delle controversie).

Ritengo che ciò comporterà (certamente non voluta) conseguenza di aumento della conflittualità e del contenzioso giudiziale. Per una singolare coincidenza, peraltro, tale decisione è stata pubblicata nel medesimo giorno in cui la Corte di Giustizia Europea ha sancito, in relazione all'articolo 139 del nostro Codice delle Assicurazioni, la legittimità per gli Stati nazionali di stabilire dei tetti al risarcimento del danno alla persona derivante da sinistro stradale (sent. 23/1/14, causa C-372/12).

*Paolo Nodaro è consulente applicato agli affari giuridici del Parlamento Europeo; assistente di diritto costituzionale presso l'Università La Sapienza di Roma e consulente di molte società italiane.*

**Carla Barin**



  
Associazione Nazionale Agenti  
Professionisti di Assicurazione  
**ANAPA**

## **ENTRA IN ANAPA!**

**INSIEME POSSIAMO  
VOLARE LONTANO!**

**CLICCA QUI PER ISCRIVERTI** **CLICCA QUI RINNOVARE**

## Pieno valore legale per gli atti giudiziari via Pec. Un'arma a doppio taglio

L'avvento del processo telematico porterà auspicabilmente una riduzione degli adempimenti a carico degli avvocati, nonché un notevole risparmio di tempo e risorse. A trainare questa piccola rivoluzione telematica sarà la posta elettronica certificata, uno strumento agile e flessibile che, tuttavia, in questa prima fase di adozione, può risultare rischiosa

### Quando la Pec è valida

Già da tempo la **Pec** può essere utilizzata per effettuare le notifiche degli atti giudiziari.

In particolare, per quanto concerne la notifica dell'atto di citazione per mezzo Pec, la stessa può ritenersi del tutto valida ed efficace, purché sia effettuata nel rispetto delle regole tecniche del processo telematico di cui al dm 44/2011, modificato dal dm 03/04/2013 n. 48, e più precisamente:

- le notificazioni tramite Pec possono essere effettuate solamente dagli avvocati autorizzati dall'Ordine di appartenenza, ad effettuare le notifiche in proprio;

- come stabilito dall'art. 18 del dm 44/2011, l'atto dovrà essere redatto in formato pdf, l'avvocato notificante dovrà apporre la sua firma digitale (naturalmente con certificato valido) ed allegare l'atto così firmato alla Pec, avendo cura di impostare la ricevuta completa di avvenuta consegna. La procura potrà essere contenuta in un documento informatico separato, ottenuto anche



mediante scansione dell'originale cartaceo, ed allegato alla Pec;  
- le notifiche si possono eseguire soltanto tramite indirizzi Pec-  
crisultanti da pubblici elenchi.

Tali elenchi, utilizzabili ai fini delle notifiche, sono indicati dall'art. 16 ter del dl 179/2012 e sono i seguenti:

- domicili digitali dei cittadini inseriti nell'anagrafe nazionale della popolazione residente (art. 4 dl 179/2012);
- elenco degli indirizzi Pec delle P.A. formato dal ministero della Giustizia (art. 16, comma 12, dl 179/2012);
- Ini-Pec (indice nazionale degli indirizzi Pec di imprese e professionisti) di cui all'art. 6-bis Cad;
- elenchi di indirizzi Pec di cui all'art. 16 dl 185/2008;
- Reginde (registro generale degli indirizzi elettronici) del processo telematico.

A tal riguardo, è bene rilevare che i suddetti elenchi sono ancora in fase d'alimentazione e che la normativa non è ancora chiara al riguardo, ma è innegabile che gli elenchi di cui al punto d (per quanto concerne imprese e professionisti) potrebbero essere utilizzati immediatamente per le notifiche in quanto già (parzialmente) esistenti.

### Nessuna scusa. La Pec va letta.

Per quanto riguarda le compagnie di assicurazione, è innegabile che queste ultime, vista la propria natura giuridica, abbiano

**4** ANNUAL  
**IPF**  
italy  
protection  
forum  
& pension

per informazioni

>> **Clicca qui** <<

## Protection al centro!

Come fare di più e Come fare meglio

Partecipazione **gratuita** \* Diretta WEB su **PLtv.it** \* **Oltre 50 speakers** fra assicuratori, riassicuratori, distributori e società di servizi \* Opportunità di **condivisione** e di **networking**:

**Ideas Café**, **Pasta Festival** e **Happy Hour** \* **3 Company events** \* Opportunità di visibilità e di sponsorship, Expo Hall \* **3 ore di crediti formativi IVASS** \* ...

**2 Aprile 2014 - Hotel Principe di Savoia - Milano**

pubblicato e pubblicizzato in modo chiaro ed inequivocabile l'indirizzo Pec, rendendo dunque alquanto difficile opporre al mittente una sorta di incertezza in ordine all'indirizzo del destinatario.

In conclusione, stante comunque la necessità di verificare le autorizzazioni del legale e la firma digitale del documento allegato e notificato tramite Pec e pur considerando la continua evoluzione della materia, allo stato, non sembrerebbero sussistere motivi ostativi alla notifica dell'atto di citazione tramite Pec a una società di assicurazione, la quale, stante la propria qualifica di "impresa costituita in forma societaria" aveva l'obbligo, alla data del 30/06/2012 (come prorogato dalla prima scadenza del 10 febbraio 2012) di indicare il proprio indirizzo di posta elettronica certificata al registro delle imprese, ex art. 37 del decreto legge 9 febbraio 2012 ed art. 16, comma 6, della legge 28 gennaio 2009, n. 2 Conversione in legge, con modificazioni, del decreto-legge 29 novembre 2008, n. 185.

La Pec è uno strumento relativamente giovane, talvolta sottovalutato per via del suo scarso utilizzo rispetto ad altre forme tradizionali di comunicazione. Tuttavia essa ha pieno valore legale e con il tempo assumerà un valore centrale nelle comunicazioni legali. Per questo motivo, e per non incorrere in spiacevoli e ingiustificabili omissioni, va trattata con la massima attenzione.

**Giovanni Battista Martelli,**  
managing partner di Martelli & Partners



MARKETING

## Social strategy, come passare all'execution

**Conoscere il web 2.0 e il cliente social. Pianificare una efficace campagna di social network engagement. Se ne è parlato, ieri a Milano, nel corso di un seminario di Macros Consulting**

Sono molte le compagnie che hanno iniziato a dialogare con i propri clienti grazie ai *social media*, ma solo poche imprese hanno iniziato a implementare il web 2.0 all'interno della propria struttura organizzativa. In che modo è possibile mettere in atto una efficace *strategia social* e tradurla in pratica? Sono state queste le premesse del workshop, *Social insurance strategy - dalla strategia all'execution*, svoltosi ieri a Milano e organizzato da **Macros Consulting**; docenti del seminario sono stati **Angelo Scarioni**, presidente di Macros, **Angelo Paulli**, responsabile dell'*Osservatorio Insurance 2.0*, e **Francesco Tissoni**, docente di teorie e tecniche della comunicazione web all'Università degli Studi di Milano.

Al professor Tissoni il compito di inquadrare la comunicazione 2.0, "il cui perno fondamentale è l'utente, che è colui che crea valore". Essere sui social è importante, ma rischia di essere un esercizio fine a se stesso se manca una strategia che definisca quali sono gli obiettivi e il valore aggiunto della propria presenza. Esserci conta solo se si ha una visione predittiva, "in modo da passare da un mercato di offerta a uno di domanda, anticipando il consumatore", spiega Tissoni, che suggerisce quali caratteristiche deve avere una campagna di *social network marketing*: partendo dal monitoraggio del web, deve saper interpretare i dati raccolti. Si può così passare all'*engagement*, il cui processo "deve avere consistenza e continuità, essere dispiegata verso una pluralità di canali; le aziende devono 'metterci la faccia', e saper gestire le critiche; inoltre, deve prevedere delle micro-strategie interattive".

### Tempo, pazienza e pianificazione

A tracciare il profilo del cliente social è Angelo Paulli: "oggi le persone che utilizzano i social network appartengono a ogni fascia di età - spiega -, hanno dimostrato di essere innovative, e hanno trasformato la qualità delle relazioni". La fidelizzazione della clientela assicurativa continua a diminuire. "Il cliente ricorre a modalità di comunicazione digitale per informarsi e acquistare prodotti, e in questo periodo di crisi sta rivedendo le proprie scelte di prodotto". Secondo Paulli, per realizzare un'efficace *customer experience* è necessario che questa sia autonoma, ma deve anche saper emozionare, essere coinvolgente e saper creare una community. Tra compagnie e canale di distribuzione, "serve una strategia integrata". Creare una *social company* non è semplice: richiede tempo e pazienza, e pianificazione intelligente, non casuale. E nel web 2.0 sono le persone a creare business con una connessione diretta, moltiplicando la forza e la portata dei messaggi. La sfida è rendere coerente i modelli di business con i social.

**Beniamino Musto**

### Insurance Daily

**Direttore responsabile:** Maria Rosa Alaggio [alaggio@insuranceconnect.it](mailto:alaggio@insuranceconnect.it)

**Editore e Redazione:** Insurance Connect Srl, Via Montepulciano 21, 20124 Milano 02.36768000 [redazione@insuranceconnect.it](mailto:redazione@insuranceconnect.it)

Per inserzioni pubblicitarie contattare [info@insuranceconnect.it](mailto:info@insuranceconnect.it)

Supplemento al 28 marzo di [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it)

Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012