

PRIMO PIANO

È uscito Insurance Review #42

È in distribuzione il numero di marzo di Insurance Review, la rivista mensile dedicata all'assicurazione e a tutto ciò che ruota intorno alla gestione dei rischi.

Il tema principale di questo mese è il cyber crime. All'interno della rivista, la questione è trattata ampiamente in tutte le sue sfaccettature: dalle evoluzioni normative alle polizze a disposizione sul mercato, passando per le minacce più attuali per singoli, Pmi e grandi aziende. Il rischio informatico, letteralmente esploso negli ultimissimi anni, sta cambiando i paradigmi e le pratiche delle compagnie, che si trovano spesso a dover rincorrere l'evoluzione tecnologica.

Altra sezione importante della rivista è l'Osservatorio, questo mese curato da Sda Bocconi, Capgemini e AllianceBernstein, e dedicato all'applicazione di Solvency II, a un anno dalla sua entrata in vigore. Ne emerge che per le compagnie sono strategici data quality e capacità di migliorare la gestione degli investimenti, mentre sui rischi operativi gli operatori devono ancora fare meglio.

Non mancano le news, le rubriche, le tematiche previdenziali e creditizie e le novità per il marketing assicurativo.

Per ricevere il mensile è necessario abbonarsi, scrivendo ad abbonamenti@insuranceconnect.it, oppure accedendo alla pagina Abbonamenti di Insuranceconnect.it, cliccando qui.

DISTRIBUZIONE

Idd, quale futuro?

In un convegno alla Sda Bocconi, tenutosi l'8 marzo nell'aula magna dell'ateneo, i dubbi di una normativa ancora incompleta e le prospettive di sviluppo per compagnie e distributori

Che tanti siano ancora i punti oscuri attorno alla nuova direttiva europea sulla distribuzione assicurativa, lo si capisce dal titolo scelto per il convegno promosso da **Sda Bocconi**, in collaborazione con l'associazione **Acorà** e con la partecipazione di **Scs consulting**, **PwC** e **Nike consulting**: *Idd: rivoluzione o evoluzione?* Numerosi sono, infatti, i punti interrogativi che i relatori, lo scorso 8 marzo, hanno tentato di analizzare di fronte alla gremita platea dell'aula magna dell'ateneo. Poche, invece, sono al momento le certezze sul testo normativo che manderà in pensione la vigente direttiva **2002/92/CE**. Fra queste, c'è sicuramente l'approccio del legislatore comunitario nel ridisegnare i rapporti fra clienti, agenti e compagnie. In apertura del convegno, **Giampaolo Gabbi** della Sda Bocconi si è, a tal proposito, soffermato sull'articolo 10 della direttiva, relativo alle competenze e alle conoscenze richieste all'intera filiera distributiva. "Il legislatore europeo - ha commentato Gabbi - ha voluto che tutti gli attori coinvolti fossero consapevoli e avessero la capacità di comunicare in maniera trasparente la natura dei servizi assicurativi che distribuiscono". La scelta, ha fatto capire Gabbi, denota un'attenzione particolare verso il cliente, oltre che maggiori obblighi di trasparenza per agenti e compagnie. E secondo **Vittorio Corsano**, presidente di Acorà, più volte intervenuto nel corso del convegno, potrà costituire un'opportunità di sviluppo: "Per tanti anni - ha spiegato - ci si è focalizzati sull'impresa e sulla solvibilità: con la Idd l'attenzione torna al cliente".



UNA NORMATIVA ANCORA DA DEFINIRE

Se l'obiettivo è chiaro, più difficile è capire quale percorso i diversi soggetti dovranno intraprendere per raggiungerlo. Anche perché, ha spiegato **Lucilla Caterini Grossi**, vice capo del servizio normativa e politiche di vigilanza dell'**Ivass**, "il quadro normativo non è completamente definito". Ancora in fase di approvazione è, infatti, tutta una normativa di secondo livello, fatta di atti delegati, *technical advice* e linee guida, che potranno contribuire a sciogliere tutti i nodi rimasti. Il problema restano i tempi: "La direttiva deve essere implementata entro il 23 febbraio 2018, quindi *domani*".

(continua a pag. 2)

INSURANCE REVIEW su TWITTER
Seguici cliccando qui





(continua da pag. 1)

Qualcosa, tuttavia, sembra muoversi all'orizzonte: lo scorso 3 marzo, per esempio, il Consiglio dei Ministri ha approvato la *Legge di delegazione europea 2016*, inserendo nel testo anche la direttiva Idd. E, nell'attesa, l'**Ivass** ha diffuso una lettera al mercato con una serie di adempimenti per imprese e intermediari. Una consultazione pubblica che, a detta di Caterini, ha evidenziato un certo immobilismo dei soggetti coinvolti: "È emerso un orientamento a non assolvere gli impegni, o a posticiparli, quando la normativa appare complessa", ha spiegato Caterini, suscitando qualche commento (sommesso ma esplicito) dalla platea. "Quella di non fare nulla - ha concluso - è una scelta suicida".

IN CERCA DI UNA DEFINIZIONE

Per le compagnie, la questione si pone in maniera diversa. **Fabio Maniori**, dirigente responsabile servizio legale, compliance e distribuzione di **Ania**, è partito dall'asimmetria informativa tra cliente e impresa, e dal sostanziale slittamento che si sta verificando nel bilanciamento fra questi due fattori: "Per ragioni economiche e mutualistiche - ha spiegato - il codice civile ha sempre tutelato maggiormente le compagnie: con la normativa più recente, il pendolo è oscillato verso la clientela". Qui, ha continuato Maniori, si innesta la disciplina sul conflitto di interesse, centro focale del suo intervento, volta a garantire all'utente finale la giusta conoscenza dei prodotti che si appresta ad acquistare. Un tema su cui, tuttavia, pende un peccato originale: "Nella direttiva - ha sentenziato - non c'è una definizione chiara di conflitto di interessi". Ed è per questo motivo che il lavoro delle compagnie sul tema appare particolarmente gravoso. L'unico riferimento in materia arriva da un *draft technical advice* di **Eiopa**, che fornisce "una definizione talmente generica da inserire nella categoria qualsiasi tipo di contratto ed escludere ogni ipotesi di profitto". Il rischio è che crescano i contenziosi: "Auspicio un ritorno alla certezza del diritto: le basi, le regole del gioco, devono essere chiare".

DUBBI E OPPORTUNITÀ DELLA POG

Altro fattore di incertezza è la *Product oversight governance* (Pog), la procedura attraverso cui le compagnie dovranno definire con precisione il *target market* del prodotto e i relativi canali distributivi. **Pierpaolo Marano**, docente all'**Università Cattolica** di Milano e senior legal of counsel di PwC Legal, ha rilevato una serie di criticità che attendono ancora di essere risolte. Prendendo l'esempio del *co-manufacturing*, Marano ha evidenziato alcuni quesiti ancora insoluti: "Chi controlla un prodotto bancario-assicurativo? Entrambe le due società? O chi lo assembla? E chi stabilisce chi sia questo soggetto?". Altri dubbi sorgono con la traduzione del testo normativo. Argomento di discussione è, per esempio, la locuzione *best interest* del cliente, che ricorre spesso nelle comunicazioni di Eiopa: "In italiano è stata resa con *servire al meglio*, ma non è ancora chiaro a quale delle due versioni bisogna fare riferimento".

Chi invece vede interessanti possibilità nella Pog è **Giovanni Bragolosi**, insurance consulting leader di PwC. "La Pog - ha esordito - è una grande opportunità strategica, perché pone le basi per costruire un nuovo rapporto con la clientela". Un rapporto basato su una maggior attenzione verso l'utente finale, e che, secondo alcuni studi, potrebbe incrementare del 40% le capacità di vendita delle compagnie: "Far capire il valore aggiunto del prodotto, oltre che richiesto dalla normativa, è un'opportunità di business perché consente di fidelizzarlo nel tempo".

UN TOOL PER LA GAP ANALYSIS

La strada per raggiungere questo obiettivo, tuttavia, resta ancora lunga. **Marco Lanzoni**, senior manager di Scs consulting, riportando i risultati dell'osservatorio annuale condotto con **Insurance Connect**, ha evidenziato diversi gap nel mercato assicurativo italiano: segmentazione del mercato, *customer orientation*, *campagna per bisogno*, sono ancora parole nuove per il settore. "La normativa sta chiedendo un cambiamento culturale rilevante". E, per rendere più agevole questo passaggio, Scs Consulting e Nike Consulting, in collaborazione con Acorà, hanno predisposto un tool di *gap analysis* che declina gli adempimenti normativi in passaggi concreti di sviluppo. "Il tool - ha spiegato **Roberto Garnerò**, managing partner di Nike Consulting, in chiusura di convegno - è fornito gratuitamente a tutti gli associati di Acorà ed è pensato per produttori e distributori: lo scopo è quello di sviluppare analisi di coerenza su tutto quello che è necessario fare".

Giacomo Corvi

NORMATIVA

Insurance Europe a Eiopa: basta regole, c'è già Solvency II

Il regime in vigore da appena un anno, attraverso la sua struttura basata su due livelli di gestione del capitale, consente da subito alle Autorità un intervento precoce sulle crisi aziendali



Non c'è bisogno di un nuovo piano di risoluzione delle crisi e recupero nel settore assicurativo perché *Solvency II* già fornisce sufficienti garanzie di stabilità finanziaria e una solida protezione ai consumatori.

Ne sono convinte le associate di **Insurance Europe** anche se, ammettono, "un certo grado di convergenza su alcuni temi specifici può essere utile".

Questa posizione è stata espressa in risposta a una pubblica consultazione lanciata da **Eiopa** sulla proposta di un'armonizzazione delle pratiche di *recovery and resolution* nel settore assicurativo.

Il punto centrale del *position paper* della federazione che raggruppa le principali associazioni di settore europee, è che *Solvency II* consente già un intervento precoce sulle crisi aziendali attraverso la sua struttura basata su due livelli di capitale: il requisito patrimoniale minimo (Mcr) e il requisito patrimoniale di solvibilità, ovvero l'Scr.

Nicolas Jeanmart, responsabile per personal e general insurance della federazione, ha ricordato, commentando il documento, che "anche prima di *Solvency II* ci sono stati pochi fallimenti nel settore assicurativo e ancora meno quelli che hanno avuto conseguenze sugli assicurati. Con *Solvency II* – ribadisce – i *default* saranno ancora meno probabili".

Livelli d'intervento già adeguati

Insurance Europe fa notare che se il capitale di un assicuratore scende al di sotto dell'Scr, i supervisori possono già oggi intervenire e richiedere che questo adotti misure di recupero drastiche attraverso una rigida e codificata scaletta d'intervento, fino a quando i livelli di capitale tornano accettabili. Qualora invece, la compagnia in questione scenda al di sotto dell'Mcr, i regolatori di settore possono addirittura prendere il pieno controllo della società,

salvaguardando così la notevole quantità di capitale di cui ancora dispone e prendere così le migliori decisioni, comprese quelle di *recovery and resolution*: come ad esempio la vendita, il trasferimento del portafoglio o la liquidazione dell'impresa stessa.

D'altra parte, *Insurance Europe* ha sottolineato che, secondo le proprie analisi, nemmeno le preoccupazioni per la stabilità finanziaria del sistema giustificano un nuovo *framework* comune per la risoluzione delle crisi in ambito assicurativo. L'attività assicurativa tradizionale, a questo proposito, si è dimostrata estremamente resistente alle fluttuazioni del ciclo economico: quasi tutti gli assicuratori europei hanno resistito alla crisi finanziaria e, come la stessa *Eiopa*, il sostegno dei vari governi nazionali è stato limitato esclusivamente ai casi in cui era strettamente necessario.

Profonde differenze tra banche e compagnie

È anche importante notare, si legge nel documento di *Insurance Europe*, che i fallimenti delle imprese assicurative, oltre a essere rari, non hanno influenzato altri assicuratori o in generale il sistema di riconoscimento dei pagamenti agli assicurati. Nel caso del default di una compagnia, non ci sono prove convincenti dell'insostituibilità dei prodotti sottoscritti dai propri assicurati che giustifichino l'introduzione di misure prudenziali aggiuntive.

Nella sua risposta, *Insurance Europe* plaude a *Eiopa* quando questa evidenzia le differenze profonde tra banche e assicurazioni. "Queste diversità – spiega Jeanmart – influiscono molto sulla necessità, e sulla loro stessa progettazione, di misure specifiche di *recovery and resolution*. A differenza del settore bancario, in quello assicurativo le compagnie non falliscono improvvisamente e le loro passività si cristallizzano gradualmente nel tempo, consentendo così una gestione ordinata del risanamento o della liquidazione".

È utile un coordinamento maggiore

L'altra questione è che le passività assicurative sono in gran parte indipendenti le une dalle altre e non sono esigibili a richiesta, perché si riferiscono a *liability* legate a un evento (un sinistro) o a un momento preciso (cedole e liquidazioni di polizze vita).

Detto questo, *Insurance Europe* ammette che un certo grado di convergenza potrebbe essere utile. In particolare andrebbe chiarito che il regolatore non ha alcun potere d'intervento, implicito o esplicito, prima che vi sia verificata una violazione dell'Scr.

Infine, secondo la federazione la cooperazione transfrontaliera e il coordinamento tra le autorità nazionali possono essere rinforzati, così come il riconoscimento reciproco delle misure di risoluzione delle crisi.

Fabrizio Aurilia

Insurance Review

Strategie
e innovazione per
il settore assicurativo

La rivista che rende l'informazione specialistica
dinamica e immediata.
Uno strumento di aggiornamento e approfondimento
dedicato ai professionisti del settore.

Abbonati su
www.insurancereview.it

Abbonamento annuale € 80,00 (10 numeri)

LA SFIDA D

ATTUALITÀ

28 SCENARI

sicurezza
le alla
one

Pensioni: in
esiste un pro

Puoi sottoscrivere l'abbonamento annuale nelle seguenti modalità:

- Compilando il form on line all'indirizzo www.insurancetrade.it/abbonamenti
- Inviando un'email a abbonamenti@insuranceconnect.it

Modalità di pagamento:

- On line con Carta di Credito all'indirizzo www.insurancetrade.it/abbonamenti
- Bonifico bancario Antonveneta IBAN IT 94 U 01030 12301 0000 0158 0865

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