



PRIMO PIANO

Rc auto, gli emendamenti di Anapa

Anapa punta alla semplificazione, annunciando la presentazione di alcuni emendamenti per ridurre le incombenze burocratiche a carico degli intermediari, introdotti dal decreto legge Destinazione Italia. Gli emendamenti sono stati formulati grazie al confronto instaurato tra l'associazione e l'on. Giulio Cesare Sottanelli (Scelta Civica). Anapa ha espresso perplessità sull'obbligo di proporre agli assicurati l'ispezione preventiva del veicolo, e chiede che quanto previsto diventi facoltativo. Secondo l'associazione, per semplificare gli oneri a carico degli agenti si dovrebbe istituire un modello unico standard con le necessarie informative precontrattuali, i potenziali conflitti d'interesse e l'adeguatezza dei contratti offerti. Ciò comporterebbe un alleggerimento nella relazione con il cliente e anche delle incombenze a carico degli agenti, evitando di pesare sui bilanci delle agenzie e di incidere sul lato occupazionale. "L'obiettivo e la ratio del dl sono pienamente condivisi da Anapa - ha spiegato il presidente dell'associazione, Vincenzo Cirasola - ma riteniamo molto importante che si vada verso una semplificazione degli oneri burocratici, il cui carico è diventato insostenibile non solo per gli agenti, ma anche per i clienti".

B.M.

MERCATO

Compagnie, l'innovazione ha un volto social

Le imprese sono consapevoli del valore delle piazze virtuali per creare una relazione forte con i clienti. Ma questi strumenti offrono anche un modello culturale che può rendere più performante l'organizzazione del business assicurativo. Della nascita della Social Company si parlerà nel corso di un convegno organizzato da Macros Consulting il prossimo 13 marzo

Tradizionalmente, nell'industria assicurativa l'innovazione è sempre stata confinata allo sviluppo del *prodotto* e raramente del *processo*. Oggi la validità di questo paradigma inizia a scricchiolare sotto i colpi della crescente competizione - dei comparatori, delle banche ecc. -, ma anche per la diffusione dei *social media* e della tecnologia 2.0, che stanno modificando sia le abitudini dei clienti, e quindi la domanda del mercato, sia l'organizzazione della compagnia così come l'abbiamo conosciuta sino a oggi. *Social* oramai non è più solo un aggettivo per descrivere un fenomeno mediatico dei nostri tempi. L'essere social oggi sta acquistando un significato molto più ampio, e un'influenza sull'organizzazione del lavoro senza precedenti. Aziende, banche e assicurazioni stanno attraversando un periodo di approccio a nuovi modelli organizzativi, che potrebbero essere destinati a diffondersi rapidamente. Fattori di questa spinta innovativa sono i social media, che non solo hanno influenzato i comportamenti di moltissime persone, ma sono diventati elementi fondamentali per l'attività lavorativa e per l'azienda. I social media sono strumenti per l'impresa e svolgono per essa diverse funzioni: sono validi supporti allo sviluppo del business, ma possono anche fornire il modello culturale per nuove forme di organizzazione aziendale.

CAPIRE L'UTILIZZO STRATEGICO DEI SOCIAL MEDIA

Che i social media non siano più soltanto una moda, ma strumenti per uno sviluppo reale del business assicurativo, è innegabilmente riconosciuto anche da coloro che sono ancora indecisi sulla strada social da intraprendere. Le nostre ricerche rilevano un aumento delle compagnie presenti con un profilo su una o più piattaforme. L'osservazione del fenomeno ci dice che il settore assicurativo sta prendendo coscienza della potenzialità offerta da questi nuovi canali relazionali, sui quali i clienti passano parte del loro tempo, affidando informazioni personali e giudizi estremamente utili alle compagnie per apportare valore al loro business in termini di relazione. Come evidenziato da una recente survey dell'*Osservatorio Insurance 2.0* di **Macros Consulting**, un utilizzo strategico dei social network, integrati alle attività *core* della compagnia, può portare a risultati sensibili di rafforzamento della fidelizzazione, ritorno di immagine, creazione di *engagement*, raccolta di feedback e *crowdsourcing*. Ma cosa si intende per utilizzo strategico? Qual è il modo migliore, più efficace in termini di business, per utilizzare i social media nell'attività della compagnia? (continua a pag.2)



Seguici anche su Facebook alla pagina di Insurance Connect e su Twitter @insurancetrade



(continua da pag. 1) Lo studio di Macros, che sarà presentato il 13 marzo prossimo durante il workshop *Social Insurance Strategy*, ha rilevato due modi fondamentali per i quali i social diventano strumenti performanti per il business della compagnia: come canale privilegiato per la relazione con i clienti, cioè come strumento esterno, e come fonte di ispirazione per l'assunzione di un *nuovo modello organizzativo*, cioè come strumento interno. Molte compagnie stanno già sperimentando il primo tipo di utilizzo dei social media. Come mezzo per implementare la relazione con clienti, Facebook, Twitter e affini sono alleati ideali del business assicurativo. In un mercato che richiede sempre più la personalizzazione dell'offerta, il dialogo e la possibilità di conoscere a fondo i propri clienti sui social network offrono un cospicuo vantaggio alle compagnie che ne sanno sfruttare tutto il potenziale.

VERSO NUOVI MODELLI DI ORGANIZZAZIONE AZIENDALE

Ma i social non sono più soltanto uno strumento di relazione, marketing o comunicazione, ma generano un vero e proprio cambiamento culturale che inizia a essere percepito anche dalle compagnie di assicurazione. Sempre più forte si fa la spinta verso l'assunzione di modelli organizzativi di condivisione, collaborazione e interazione. Sia lo *shift* generazionale, inteso come l'ingresso dei *nativi digitali* nel mondo del lavoro, sia l'adozione sempre più frequente di strumenti social per la comunicazione interna alle aziende, stanno creando il paradigma della *compagnia collaborativa*: un modello di compagnia che implementa quello tradizionale per andare verso nuovi modelli di condivisione delle risorse interne e messa in comune delle conoscenze specifiche. A tal fine alcune compagnie hanno in cantiere dei progetti di realizzazione, mentre altre hanno già realizzato al proprio interno *piattaforme social* su cui le risorse umane possono condividere in assoluta libertà proposte, idee, soluzioni. L'apertura delle aziende alla cultura social sta investendo l'intera struttura organizzativa: vengono ridefiniti i ruoli del *management*, i valori su cui fondare la leadership e l'universo delle gerarchie interne. Ciò permette di valorizzare le risorse umane interne alla compagnia come nuove fonti di valore. Se infatti i social network vengono utilizzati soprattutto per poter ottenere informazioni e dialogare con i clienti, perché allora non utilizzare queste piattaforme per dialogare anche con i clienti interni alle compagnie? Perché non fornire alle risorse umane gli strumenti per poter mettere a fattor comune le loro esperienze a favore della compagnia?



Oggi la tendenza è quella di adottare, all'interno della compagnia, le stesse dinamiche vincenti che rendono il *web 2.0* un laboratorio di idee innovative, perfezionabili dall'utenza che partecipa ad ogni progetto contribuendo con le proprie specifiche competenze. Queste sono le dinamiche delle *community on line*, le stesse che, se traslate all'interno della compagnia, possono costituire *community* creativa e collaborativa di risorse umane, sotto la guida di un modello manageriale che da *chief* deve farsi sempre più *influencer*. Il *web 2.0* e il mondo social rappresentano una vera e propria rivoluzione culturale, che può portare verso un'organizzazione aziendale dinamica, aperta alla condivisione e alla creazione di soluzioni di business ad alte *performance*.

Federico Vetrucchio,
business analyst di Macros Consulting



**Seguici anche su
Facebook alla
pagina di
Insurance Connect
e su Twitter
@insurancetrade**

**PER RICEVERE OGNI GIORNO "INSURANCE DAILY", IL PRIMO
QUOTIDIANO DEL SETTORE ASSICURATIVO, ISCRIVITI
GRATUITAMENTE AL SITO WWW.INSURANCETRADE.IT**



IL PUNTO SU...

Danno da morte: la Cassazione rivoluziona il diritto?

La sentenza depositata la scorsa settimana rivede in maniera inattesa e “rivoluzionaria” la giurisprudenza sul tema, con un’interpretazione ardita che potrebbe avere notevoli ripercussioni sul sistema della responsabilità civile del nostro Paese e sulla sostenibilità economica del settore assicurativo

Giunge sulle nostre scrivanie una di quelle sentenze che avremmo voluto (e anche potuto) evitarci. Avremmo voluto perché la lettura di 110 pagine di decisione ci ispira sempre l’illusione di arricchimento del nostro conoscere giuridico, auspicio in questo caso disatteso.

Avremmo anche potuto evitare la lettura di un testo giuridicamente avulso dai dettami del diritto e dei precedenti arresti giurisprudenziali se la sezione III della Corte di Cassazione (sentenza depositata il giorno 23 gennaio 2014 n. 1361, rel. Scarno) avesse voluto attenersi a tali principi consolidati, invece che sottrarsi in modo tanto smaccatamente palese.

Nuovi principi di valutazione e risarcimento del danno

Con una decisione che farà certamente discutere a lungo, la III sezione della Corte ha dunque affermato i seguenti nuovi e diversi (dal diritto consolidato) principi:

- che “costituisce danno non patrimoniale risarcibile anche il danno da perdita della vita, quale bene supremo dell’individuo, oggetto di un diritto assoluto e inviolabile garantito in via primaria da parte dell’Ordinamento, anche sul piano della tutela civilistica”;

- che questo “danno da perdita della vita è altro e diverso, in ragione del diverso bene tutelato, dal danno alla salute, e si differenzia pertanto dal danno biologico terminale e dal danno morale terminale (o catastrofe o catastrofico) della vittima, rilevando ex se nella sua oggettività di perdita del principale bene dell’uomo costituito dalla vita”;

- che tale voce risarcitoria andrebbe riconosciuta “a prescindere dalla consapevolezza che il danneggiato ne abbia” (sic), e quindi anche in caso di morte cosiddetta “immediata o istantanea”;

- che quindi il diritto al ristoro del danno da perdita della vita viene acquisito dalla vittima istantaneamente al momento della lesione mortale, e quindi anteriormente al decesso stesso (danno di tipo *transcendentale* dunque, notiamo), costituendo una “eccezione al principio dell’irrisarcibilità del danno-evento e della risarcibilità dei soli danni-conseguenza”.

La discrezionalità del giudice

Quanto poi alle modalità di liquidazione della voce, la Corte ha affermato che “il danno da perdita della vita è imprescindibilmente rimesso alla valutazione equitativa del giudice”, speci-

ficando altresì che non essendo “il danno da perdita della vita della vittima contemplato dalle Tabelle di Milano, 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, nel significato delineato dalla giurisprudenza di legittimità”.

Innovazione giurisprudenziale in contrasto con il passato

Orbene, da studiosi del diritto ci poniamo spesso di fronte a un testo talmente corposo con la mente aperta all’innovazione ammessa anche nel nostro sistema giudiziario, ma la sorpresa per tale lettura che ha occupato il nostro ultimo week end ci è apparsa alfine ostica e poco digeribile.

È un po’ come porsi in un sentiero arido dalla siccità di un mese e inciampare, con sorpresa, in un grandissimo fungo fresco e generato in modo innaturale.

In un linguaggio articolato e macchinoso, la sentenza parte dal richiamo ai principi del diritto e alle precedenti decisioni giurisprudenziali (che solo apparentemente, afferma, costituiscono base del suo ragionare) per discostarsene in modo radicale e rivoluzionario.

La Corte si pone in consapevole e dichiarato contrasto con tutta la giurisprudenza di legittimità che ha avuto modo di pronunciarsi sino a ora sull’argomento (anche a sezioni unite) e con la quasi altrettanta unanimità della giurisprudenza di merito. Basti per tutte il richiamo alle sentenze a sezioni unite del 2008 (in particolare alla n. 26972 dell’11 novembre 2008) le quali hanno chiaramente affermato l’irrisarcibilità del danno *da morte* come oggi si pretende introdurre con la decisione qui segnalata.

Ogni innovazione giurisprudenziale può essere accolta se si tiene conto, insomma, dei principi base del nostro ordinamento qui semplicisticamente disattesi (la riprova sta nella lettura del lungo testo per chi vorrà cimentarsi), ma sin da ora va denunciato a chiare lettere che l’introduzione di un nuovo diritto risarcitorio (su basi, giuridiche inconsistenti, si ribadisce) avrà, se seguita dai giudici di merito, ripercussioni economiche sull’intero settore della responsabilità civile nel nostro Paese, con effetti di insostenibilità macroeconomica del sistema assicurativo e, in ultimo, per le tasche dell’utenza.

Filippo Martini,
studio legale Mrv



MERCATO

Esondazione Seveso 2010, risarciti 11 milioni di euro al Comune di Milano

Raggiunto l'accordo con Generali, grazie alla mediazione portata avanti da Aon

Il **Comune di Milano** riceverà un risarcimento dalle compagnie assicuratrici pari a 11 milioni di euro per i danni causati dall'esonazione del Seveso del 2010, e per i sinistri ancora aperti.

A stabilirlo è un accordo raggiunto tra l'amministrazione comunale e **Generali business solutions**, che agisce per conto di **Generali Italia** e delle compagnie coassicuratrici, per la chiusura consensuale di tutti i sinistri denunciati tra il 2010 e il 2012 nell'ambito di due polizze *Property all risk* sottoscritte dal Comune. L'esonazione del fiume Seveso del 18 settembre 2010 causò l'allagamento della stazione Zara della M3 per 1.750 metri, con danni all'intera struttura, compresi gli impianti tecnologici e i binari. La conseguenza fu l'interruzione del servizio della linea 3 fra le stazioni Centrale e Maciachini, con forti disagi per i cittadini e inevitabili ripercussioni sul traffico. Oggi l'atto di liquidazione dell'indennizzo è stato sottoscritto a Palazzo Marino dal direttore generale del Comune di Milano, Giuseppe Tomarchio, e dai rappresentanti della società Generali business solutions Giancarlo Dalle Fratte e Gabriele Dallanoce. La sottoscrizione è avvenuta alla presenza di Federico Casini e Andrea Parisi della Direzione generale di **Aon**, il broker assicurativo dell'amministrazione che ha favorito il dialogo tra i periti del Comune e quelli della compagnia, fino alla definizione del danno: è stato quindi possibile per Palazzo Marino ottenere il risarcimento da parte del mercato assicurativo, in termini di risorse utili da destinare alla città. La quietanza prevede il pagamento di 8,5 milioni di euro in aggiunta all'anticipo di 2,5 milioni già versato nel 2012, per un ammontare complessivo di 11 milioni di euro riconosciuto all'amministrazione comunale. L'accordo con le compagnie assicuratrici era stato approvato dalla Giunta. Il Comune beneficia quindi della riscossione immediata dell'indennizzo di 11 milioni di euro (di cui 1 milione per la definizione dei sinistri aperti), evitando così il ricorso a contenziosi giudiziari dai tempi lunghi, dagli esiti incerti e dai costi delle perizie rilevanti, soprattutto in relazione al danno del Seveso.



Beniamino Musto

FORMAZIONE

L'aula per lo scambio di esperienze

Il corso Fad assicurativo consiste in un percorso didattico composto da 30 ore, di cui 15 ore di lezioni audio/video abbinata a tecniche interattive, ufficialmente equiparate all'aula dall'**Ivass** (Isvap), con comunicazione ufficiale successiva al Regolamento n. 5.

Una tecnologia che a mio avviso non raggiunge assolutamente le finalità formative professionali. Non vi è assolutamente la garanzia che il discepolo apprenda realmente quanto necessario alla sua formazione professionale, e spesso sono di una noia allucinante.

Io penso che nella formazione, anche a distanza, si possa fare di più.

Una modalità che, per esempio, ritengo sicuramente più efficace è una formazione a distanza che preveda però un'aula reale (meglio se con una parte dei partecipanti collegati e qualcuno anche in aula), con un docente che spieghi gli argomenti in diretta.

Per fare questo è necessario un docente che si metta a disposizione, e che effettui veramente le 30 ore previste dall'Ivass in quattro giornate di formazione.

Un lavoro faticoso e non adatto a tutti. Il docente deve dedicare quattro giornate intere e quindi i costi non possono essere quelli che normalmente si trovano su Internet.

Questo è il motivo per cui, nonostante l'opportunità che la formazione obbligatoria offre agli iscritti al Rui, e cioè di fare un vero percorso formativo, viene ridotta a un semplice assolvimento di un obbligo.

Io ogni anno, sia per mia cultura personale sia per assolvere a un obbligo, compro le trenta ore online, ma cerco di renderle veramente un momento formativo utile per la mia professionalità.

Perché l'Ivass non riduce le ore obbligatorie ma pretende una reale formazione in aula?

Questo sarebbe sicuramente molto più produttivo e metterebbe noi intermediari nella condizione di dover realmente frequentare un'aula per l'aggiornamento professionale.

Ricordiamoci che la vera formazione è quella in cui, oltre a portarsi a casa quanto erogato dal docente, si ha l'opportunità di interagire con gli altri attraverso uno scambio di opinioni ed esperienze.

Leonardo Alberti

trainer scuola di Palo Alto,
consulente di direzione strategica in ambito assicurativo,
docente vendite e management

Insurance Daily

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio alaggio@insuranceconnect.it

Editore e Redazione: Insurance Connect Srl, Via Montepulciano 21, 20124 Milano 02.36768000 redazione@insuranceconnect.it

Per inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.it

Supplemento al 28 gennaio di www.insurancetrade.it

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