



PRIMO PIANO

S&P, rischio credito per le compagnie

Per le compagnie assicurative italiane il rischio di credito è più alto rispetto alle concorrenti dell'Europa occidentale e settentrionale, per via del maggior peso di Bot e Btp nei loro bilanci, che rappresentano il 49% degli investimenti. È quanto sostiene Standard & Poor's (S&P), che ha stilato un rapporto sul settore assicurativo italiano. L'agenzia di rating segnala la "consistente volatilità" dei bilanci, per via delle oscillazioni del differenziale del debito sovrano. Per questo motivo, inoltre, S&P esprime un outlook negativo sulla maggior parte dei rating delle imprese italiane del settore, anche alla luce di un livello di capitale inferiore a quello dei concorrenti europei. L'agenzia ritiene che la concentrazione di investimenti sui nostri titoli di Stato non dovrebbe cambiare nei prossimi tre anni, anche per via dei rendimenti elevati che questi garantiscono. In parallelo, gli utili dovrebbero migliorare nel 2013, anche se una ripresa di lungo periodo non si vede ancora. Infine, S&P evidenzia come le assicurazioni italiane restino vulnerabili alla crescente concorrenza sul fronte dell'Rc auto e dei contratti vita con premio unico garantito, che rappresentano le loro linee principali di prodotto.

Beniamino Musto

CONVEGNO

Rc auto 2013: l'anno della verifica, tra riduzione dei costi e delle tariffe

L'obiettivo del taglio della spesa è stato raggiunto? Che cosa hanno fatto le compagnie per intervenire nelle aree di inefficienza, che da sempre vengono evidenziate dagli organismi di controllo? Se n'è parlato nel convegno sul tema, organizzato ieri a Milano da Insurance Connect

Quello che sta per concludersi è stato un anno molto importante in termini di cambiamento per l'Rc auto: il primo post liberalizzazioni del settore assicurativo. Gli interventi legislativi che interessano il comparto hanno tenuto conto (e terranno conto anche in futuro) di tre fattori: le esigenze dei consumatori, la garanzia di un risarcimento adeguato per i danneggiati e, in prima battuta, l'abbattimento dei costi delle polizze. Gli interlocutori di questo scenario di mercato sono diversi: il legislatore, le autorità di controllo e di vigilanza, le compagnie. L'obiettivo per tutti è quello di garantire delle tariffe più accessibili per i consumatori.

Fino a che punto si è raggiunto l'obiettivo? Che cosa hanno fatto le compagnie per intervenire nelle aree di inefficienza, che da sempre vengono evidenziate dagli organismi di controllo? A queste e ad altre domande ha cercato di rispondere il convegno *Rc auto 2013, tra tariffe e riduzione dei costi*, organizzato ieri da **Insurance Connect**, editore di questo giornale. Allo Starhotel Business Palace, oltre 170 persone, tra manager di compagnie, intermediari, consulenti e addetti ai lavori, hanno gremito in ogni ordine di posto la sala conferenze. È stato un momento di confronto a tutto campo tra istituzioni, compagnie ed esperti per analizzare i risultati raggiunti nella gestione del ramo auto, dei sinistri e dell'attività liquidativa.

A fine giornata, è sembrato chiaro che molto ancora si può ancora fare, con tanti punti di criticità da risolvere.

IL MERCATO SECONDO ANTITRUST, CONSAP E ANIA

"L'Rc auto non è cara per colpa dei canali distributivi che non sono multimarca: in Inghilterra sono cresciuti molto i prezzi per via delle frodi, in un mercato dove praticamente gli agenti non esistono", ha detto **Vittorio Verdone**, direttore centrale di **Ania**, durante la prima tavola rotonda, sostanzialmente contrastando quanto chiesto da **Giuseppe Galasso**, direttore credito concorrenza dell'**Antitrust**, che invece ha invocato più concorrenza proprio grazie al plurimandato.

"Il meccanismo concorrenziale è ancora inadeguato - ha detto Galasso -, abbiamo un problema di trasparenza tariffaria, che riguarda aspetti che il consumatore non riesce a cogliere in pieno, mentre, sulla distribuzione, abbiamo avviato un'istruttoria volta a verificare quali siano gli ostacoli nella diffusione di modelli di distribuzione di plurimandato". A moderare l'intera giornata è stata **Maria Rosa Alaggio**, direttore di tutte le testate di Insurance Connect. Insieme a Verdone e Galasso, nel confronto che ha aperto la giornata, hanno espresso le loro posizioni l'avvocato **Maurizio Hazan**, dello studio legale Taurini-Hazan di Milano e **Renzo Baffi**, il responsabile della direzione *Fondi di garanzia* di **Consap**. "È pericolosa questa deriva legislativa - ha detto l'avvocato di Milano - verso un ritorno a un regime vagamente amministrato, in nome di una libera concorrenza che sembra quasi un ossimoro rispetto ad alcuni interventi del legislatore".

In questo mercato, qual è il contributo di Consap nella gestione del sinistro? "Nel 2012 - ha spiegato Baffi di Consap - abbiamo risarcito 57 mila sinistri, erogando risarcimenti per circa 400 milioni di euro: circa il 3% del mercato Rc auto è rappresentato dal fondo di garanzia vittime della strada.

Al termine del primo confronto, l'intervento di **Gionata Cerri** di **Iama Consulting**, ha acceso un faro sui cicli dell'Rc auto: sempre più brevi e difficili da inquadrare e gestire per le compagnie.

"A fine 2013 - ha annunciato -, il numero degli sportelli bancari che intermedieranno la polizza Rc auto supererà quello degli agenti". (continua a pag.2)





(continua da pag. 1) **Marco Amendolagine** di **Octo Telematics**, invece, ha parlato delle nuove frontiere della telematica, che stanno orientando il mercato auto.

LA CONCORRENZA TRA I CANALI DISTRIBUTIVI

Tutte questioni che si intrecciano necessariamente alla distribuzione, dove si sta osservando un'evoluzione che riguarda l'approccio all'acquisto della polizza auto, favorito dall'evoluzione di nuovi canali distributivi. Una coesistenza fra i diversi canali di vendita è quanto auspica **Antonia Boccadoro**, segretario generale di **Aiba**; mentre, secondo **Fabrizio Premuti**, presidente dell'associazione dei consumatori **Konsumer Italia**, è necessario che la discriminante nella scelta della polizza Rc auto non sia più il prezzo, ma i servizi e le garanzie. Per **Carmine Paolantonio**, responsabile marketing privati di **Cariparma**, invece "la chiave è nel post vendita: il vero momento in cui il cliente misura il servizio". **Filippo Gariglio**, presidente **Uea**, infine, ammonisce sulla scarsa trasparenza dei comparatori, soprattutto riguardo al cliente.

IL DANNO ALLA PERSONA

Poi c'è il tema fondamentale del danno alla persona, un'altra delle questioni forti a proposito del quale l'Ania ha richiamato spesso l'attenzione presso tutte le sedi istituzionali. Cosa frena l'approvazione di una tabella unica per il macrodanno? L'interessante dibattito sul danno alla persona, nell'ottica di rendere sostenibile il sistema di liquidazione dei sinistri, è stato affrontato da **Giovanni Cannavò**, presidente dell'**Associazione Melchiorre Gioia**, **Giacomo Travaglino**, consigliere della III Sezione Civile della Corte di Cassazione di Roma, e da **Vittorio Verdone** e **Maurizio Hazan**. "Il problema del danno alla persona - secondo Travaglino - non è

ben impostato. È bene capire - spiega - che il danno non patrimoniale alla persona è incompatibile con la dimensione risarcitoria, non servono, quindi, gli automatismi risarcitori in quanto ogni situazione è a sé". Per Verdone, la personalizzazione deve essere economicamente sostenibile, e "più risorse si chiedono, più se ne devono richiedere ai consumatori".

Giudizio positivo viene espresso da Hazan, invece, sulla sentenza della Cassazione del 3 ottobre che distingue il danno morale dall'esistenziale e biologico, "anche se - avverte - è difficile fare questa distinzione quando c'è una lesione".

Secondo il presidente dell'Associazione Melchiorre Gioia serve ancora molto lavoro per recuperare le risorse, e la legge sulle microlesioni va applicata fino in fondo e non solo su quelle permanenti.

ANTIFRODE E GESTIONE SINISTRI

Il finale ha visto l'intervento delle compagnie, con la tavola rotonda dedicata all'antifrode e alla gestione dei sinistri. L'esperienza delle compagnie in merito al rapporto tra antifrode e controllo dei costi è stata raccontata da **Andrea Lorenzoni**, chief claims officer di **Zurich Italia**; **Giacomo Lovati**, direttore sinistri **Unipol Assicurazioni**; **Maurizio Monticelli**, direttore sinistri rami elementari e auto di **Vittoria Assicurazioni**; **Nicola Murano**, responsabile antifrode di **Reale Mutua Assicurazioni**; **Gaetano Occorsio**, direttore sinistri di **Sara Assicurazioni**; **Pierluigi Pellino**, responsabile organizzazione sinistri di **Axa Assicurazioni**; **Riccardo Porfiri**, responsabile liquidazione sinistri auto di **Allianz Italia**; **Ferdinando Scoa**, direttore sinistri di **Assimoco**; e **Massimo Trefiletti**, dell'area sinistri auto e antifrode dell'**Ania**.

"Ania - ha raccontato Trefiletti - sta lavorando con **Ivass** assiduamente, per la creazione dell'archivio integrato antifrode, che prevediamo possa andare a regime nel primo semestre del 2015. Al nuovo Regolatore di settore chiediamo che si continui così, creando una vera e propria cabina di regia per l'antifrode".

Comune a tutti è parso l'apprezzamento nei confronti dell'Ivass, quale interlocutore serio e impegnato, che proprio in queste settimane ha avviato le prime ispezioni (in Reale Mutua) per la verifica della gestione antifrode delle imprese. Le differenze di strategie, invece, riguardano soprattutto le dinamiche e il taglio che le singole compagnie danno alle ispezioni: chi punta più sui sistemi di monitoraggio in fase assuntiva, chi sull'analisi del portafoglio attraverso l'analisi delle informazioni, chi sulla formazione degli uffici di liquidazione.

In definitiva, però, gli uffici sinistri delle compagnie chiedono una generale certezza delle regole, sia per poter pianificare a lungo termine, sia per non dover attendere i tempi biblici della giustizia italiana.

Fabrizio Aurilia

I video di tutti gli interventi saranno presto on line, mentre il nuovo numero di Insurance Review di dicembre avrà una sezione totalmente dedicata al convegno.



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



Start up e innovazione: le opportunità del crowdfunding per l'impresa

Il lancio di nuovi progetti imprenditoriali passa anche per il finanziamento: se la banca non è disponibile esistono nuove forme di raccolta di fondi per chi vuole avviare un progetto innovativo, regolati dalla legge e normati a tutela delle parti



Tra le misure adottate e adottande dal Governo nell'ambito del progetto Destinazione Italia vi è anche un pacchetto di norme finalizzate ad agevolare la costituzione e la crescita delle **start-up innovative**.

Proprio al fine di promuovere lo sviluppo di queste particolari società, l'Italia, per prima al mondo, ha emanato una normativa specifica in materia di **equity based crowdfunding**,

una particolare forma finanziamento via web con cui più persone (la cosiddetta folla o *crowd*), conferiscono denaro (*funding*) per finanziare un progetto imprenditoriale di una start up innovativa, ricevendo in contropartita una partecipazione (*equity*) nella start up stessa, diventandone soci a tutti gli effetti.

L'*equity crowdfunding* rappresenta solo una delle forme di *crowdfunding* possibili, esistono infatti altri modelli molto utilizzati che vale la pena di ricordare.

Vi sono piattaforme che raccolgono donazioni per sostenere una causa o un'iniziativa senza offrire nulla in cambio (**donation based**) come fece, ad esempio, Barack Obama per sostenere parte della sua campagna elettorale. Esiste poi un modello, cosiddetto **reward based**, che prevede un premio o una specifica ricompensa non in denaro per chi finanzia un progetto (si pensi alle pellicole autoprodotte, che spesso danno la possibilità ai finanziatori di scaricare in anteprima il film nato grazie ai fondi raccolti). Si pensi poi al **social lending** o **peer to peer lending**, che altro non è se non una forma di prestito via *web* tra privati remunerato con il pagamento di interessi e molto spesso garantito da coperture assicurative Cpi o Ppi. Ricordiamo infine il modello **royalty based**, una modalità piuttosto recente che prevede per chi finanzia un'attività il poter poi beneficiare di una parte dei suoi profitti.

Gli esempi sono potenzialmente infiniti e i volumi interessati dal fenomeno sono importanti, così come la crescita stimata: nel 2012 il *crowdfunding* ha totalizzato 2,7 miliardi di dollari, concentrati al 95% tra Europa e Nord America. In Europa la crescita è stata del 65%, con un risultato di 945 milioni di dollari, per il 2013 la proiezione è di 5,1 miliardi di dollari. L'*equity crowdfunding* è ancora la modalità meno diffusa, che nel mondo pesa circa 116 milioni di dollari, con una crescita annua del 30%.

Nel nostro Paese l'*equity crowdfunding* è stato normato nel **decreto Crescita 2.0** (D.L. n. 179 del 18.10.2012, convertito con modificazioni in L. n. 221 del 17.12.2012) che, tra le altre cose, è intervenuto sul Testo Unico della Finanza (d.l. n. 58 del 24.2.1998) inserendo i commi 5-*novies* e 5-*decies* dell'art. 1, gli artt. 50-*quinquies* e 100-*ter*, e modificando l'art. 190. Una intera sezione del *decreto Crescita 2.0* (artt. da 25 a 32) è dedicata alle *Misure per la nascita e lo sviluppo di imprese start up* che sono poi state attuate dalla Consob con la *delibera n. 1592* del 26.6.2013. Nel frattempo, la **Commissione Europea** ha aperto un processo di pubblica consultazione proprio dedicato al *crowdfunding* che si concluderà a fine anno.

La normativa italiana prevede una serie di deroghe e agevolazioni (societarie, giuslavoristiche, fiscali e fallimentari) per stimolare la nascita di start up innovative e favorire coloro che intendono finanziare tali progetti imprenditoriali. Dall'emanazione del decreto a oggi le iscrizioni delle start up innovative presso il registro speciale delle Camere di commercio hanno superato quota 1.200 ed è facile comprendere quanto questo *business*, ancora nuovissimo, abbia di fronte a sé una strada ancora tutta da percorrere.

Al fine di rispondere ai molti dubbi ancora aperti sul tema, il nostro Studio ha organizzato un **convegno il 26 novembre a Milano**, con il patrocinio della **Camera di Commercio italo-germanica** e con testimonial del settore, ivi incluso un rappresentante della

Segreteria Tecnica del ministero dello Sviluppo Economico. Si parlerà di *crowdfunding* e di innovazione con precisi spunti operativi e si analizzeranno alcuni casi di maggiore successo.

"Aprirsi alla globalizzazione non significa solo portare l'Italia nel mondo, significa anche portare il mondo in Italia: attrarre il capitale, finanziario ed umano, con il quale partecipare da pari alla formazione globale del valore e creare lavoro, sapere, e crescita" (Destinazione Italia - Governo Italiano).



Enrico Letta, presidente del Consiglio

Avv. Ab. Silvia Colombo
Studio legale Jenny.Avvocati



Claims Made

Tipo di *trigger*, letteralmente *grilletto*, a indicare l'azione che fa scattare la copertura assicurativa.

Forma di assicurazione, generalmente usata nelle polizze di Responsabilità civile professionale e Prodotti, che fonda la validità della copertura sul fatto che le richieste di risarcimento siano pervenute (in inglese, *claims made*) per la prima volta agli assicuratori durante il periodo di vigenza della polizza, indipendentemente dalla data in cui i danni cui si riferiscono si siano effettivamente verificati.

A questo riguardo, la copertura su base *claims made* può prevedere un *limite di retroattività* o *garanzia pregressa* (in inglese, "*retro limit*") per cui i danni verificatisi prima di esso, seppure denunciati durante il periodo di polizza, non verranno accettati dall'assicuratore.

Nel caso in cui tale limite di validità temporale non sia chiaramente indicato nel contratto, invece, la copertura avrà una *retroattività illimitata (unlimited retro)*.

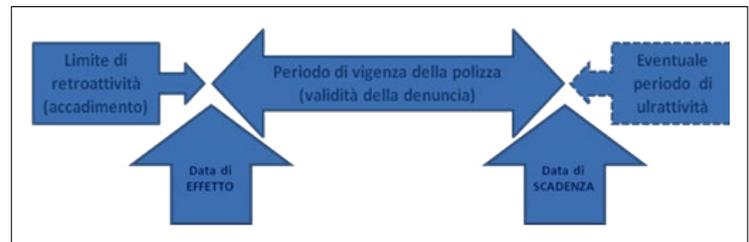
Allo stesso modo, è possibile prevedere un limite di retroattività che non vada al di là della data di effetto della polizza stessa, nel qual caso si parlerà di *retro inception*, ovvero di una copertura la cui validità è prevista per tutti i sinistri occorsi e denunciati nel periodo di polizza.

Per il medesimo sinistro, a questo punto, si distingueranno un *anno di accadimento* (l'anno nel quale il sinistro è occorso) e un *anno di denuncia* (l'anno nel quale la richiesta di risarcimento è pervenuta per la prima volta agli assicuratori).

È poi possibile prevedere un determinato lasso di tempo, oltre la data di scadenza della polizza, nel corso del quale è ancora possibile presentare la denuncia di sinistro agli assicuratori. Si tratta del cosiddetto *periodo di ultrattività*, talvolta anche indicato come *garanzia postuma*, che prolunga il termine temporale entro il quale è possibile denunciare il sinistro ancora per qualche mese (solitamente da un minimo di sei a un massimo di 24), dopo la scadenza della polizza stessa.



Se volessimo rappresentare graficamente la validità temporale di una copertura su base *claims made*, la potremmo dunque riassumere come segue:



Dal momento che questo tipo di copertura si discosta dall'impostazione tradizionale ex art. 1917 C.C. (*Assicurazione della responsabilità civile*), in base alla quale la garanzia è operativa per fatti avvenuti durante il periodo di vigenza della polizza (*losses occurring*), la clausola è stata al centro di una serie di discussioni sfociate in diverse prese di posizione da parte delle corti di merito, fino alla più recente sentenza 7273 del 22 Marzo 2013 della Corte di Cassazione, ampiamente ed efficacemente illustrata dall'avvocato Filippo Martini su questa stessa testata (*Insurance Daily* n. 400 del 6/11/2013).

In essa, la Suprema Corte ribadisce la legittimità della clausola, definendola "atipica" ma non "nulla", come invece sostenuto da parte della giurisprudenza di merito.

Com'è noto lungi dal voler costituire una vessazione nei confronti dell'assicurato, la clausola *claims made* comporta per lui un certo vantaggio.

Essa ha il merito di attualizzare la copertura, rendendo assai più semplice la denuncia di sinistri che, nell'ambito di un ramo tipicamente *long tail*, ovvero che dispiega la sua operatività in tempi anche molto lunghi, potrebbero essere presentati a compagnie che non esistono più, o che non operano più da anni nel mercato di riferimento. L'efficacia della copertura risulta inoltre svincolata dall'accertamento di circostanze che potrebbero non essere più facilmente riscontrabili o dalla vigenza, al momento dell'accadimento, di massimali non adeguati alla bisogna.

Per quanto attiene agli assicuratori, invece, stante la dinamica dei sinistri in costante aumento, sia per frequenza sia per costo medio, questa clausola soddisfa un'esigenza tecnica di tipo tariffario, permettendo loro di adeguare i premi di polizza all'effettivo parametro di spesa del momento e contribuendo in modo determinante a una maggiore certezza sui costi e sugli andamenti del ramo.

Cinzia Altomare,
Gen Re

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 15 novembre di www.insurancetrade.it

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