



PRIMO PIANO

L'Rc auto secondo i consumatori

Un sondaggio on line sulle polizze Rc auto, per verificare "la conoscenza del consumatore in merito alle novità introdotte" e "l'onestà delle compagnie": a lanciarlo sono stati il Movimento difesa del cittadino (Mdc) e il Codacons. L'iniziativa rientra nell'ambito del progetto "Rc auto su misura", finanziato dal ministero dello Sviluppo economico, e si propone di valutare fino a che punto i cittadini si ritengano informati e liberi nella scelta della propria polizza auto. Le due associazioni, in una nota congiunta, ricordano "i diversi nuovi strumenti che consentono di effettuare facilmente i preventivi e usufruire di prezzi ridotti"; in questo ambito, tra i mezzi messi in campo nel corso del progetto, è stata realizzata anche una App dedicata al mondo assicurativo chiamata, come il progetto stesso, "Rc auto su misura", attraverso cui è possibile ricevere news e calcolare preventivi on line. Sulla base delle risposte fornite dagli utenti, Mdc e Codacons effettueranno "un monitoraggio tra vantaggi attesi dai consumatori e il rispetto della normativa da parte delle compagnie volto a formulare proposte concrete per il miglioramento del sistema assicurativo".

Beniamino Musto

INTERMEDIARI

Riaffermare la figura dell'agente-imprenditore

Lo chiede Erik Somaschini, direttore di Unapass e giovane intermediario pronto ad accogliere le sfide del futuro, ripensando prima di tutto la contrattazione collettiva in una logica moderna. Per sedersi alla pari al tavolo con Ania e Antitrust

Ripensare l'agenzia in termini di moderno centro servizi, ma anche fare rete tra piccole realtà e esaltare la leadership degli intermediari più organizzati. Il tutto sostenuto da nuovi accordi collettivi, che facciano da cornice alla contrattazione di secondo livello: ecco perché vanno proposti ad **Antitrust** e **Ania** la revisione degli istituti di liquidazione e rivalsa, in una logica moderna, basata su criteri imprenditoriali. E poi innovazione e *social media*. Questi gli ingredienti per il rilancio dell'intermediazione tradizionale, per il recupero di redditività e centralità dell'agente nel mondo delle polizze. A proporli è **Erik Somaschini**, direttore di **Unapass**, ma soprattutto trentatreenne imprenditore di un'impresa-agenzia **Axa**, il cui *core business* sono i prodotti *corporate* per le Pmi e quelli *protection*. Erik porta un cognome tra i più celebri e celebrati dell'intermediazione assicurativa: il padre Enrico è stato dieci anni presidente del gruppo agenti **Winterthur** (in seguito **Aurora**) e per quattro anni vice presidente di Unapass. **Enrico Somaschini** ha contribuito alla stesura dell'ultimo accordo collettivo nazionale nel 2003. Altri tempi, quindi.

Tuttavia, Erik crede ancora, e fortemente, nella rappresentanza associativa, ma intesa in modo moderno, che non ostacoli i rapporti tra impresa e agenti e che sia soprattutto nell'interesse di tutti.

Dal 2012, Erik Somaschini è membro del Consiglio nazionale e del Direttivo nazionale di Unapass, con responsabilità sui nuovi modelli distributivi nell'ambito di un gruppo di lavoro composto da altri giovani colleghi, denominato *Lab2.0*. La sua agenzia è iscritta a *Confindustria*, mentre Erik è membro invitato permanente al Consiglio dei giovani imprenditori di *Assolombarda*. Dal 2013 fa parte della Commissione servizi bancari del gruppo agenti Axa (Gai).

Cosa significa oggi essere un giovane agente, con una storia familiare che ha sempre seguito l'evoluzione e le problematiche degli intermediari?

Aver raccolto l'eredità di un padre così importante, in termini di esperienza, è un grande vantaggio ma rappresenta anche una grande responsabilità nell'affrontare le sfide imprenditoriali personali e soprattutto le responsabilità associative.

Inoltre, in Italia c'è da superare la diffidenza da parte di molti clienti e funzionari di compagnia verso i giovani professionisti e imprenditori: spesso all'estero, o in altri settori, i giovani di talento a 35 anni ricoprono già cariche di prestigio e responsabilità con adeguati riconoscimenti economici. (continua a pag.2)



Erik Somaschini, direttore Unapass



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



Franco Ellena, commissione distribuzione Ania



Giovanni Pitruzzella, presidente Antitrust

(continua da pag. 1)

Come vede il futuro dell'intermediazione nel nostro Paese?

In evoluzione. Si tratta di una grande sfida e un'opportunità che solo chi cambierà il modo di intendere la professione, e pensare l'agenzia come un moderno centro di servizi, potrà cogliere nella nuova realtà distributiva multicanale.

Ritengo le associazioni di reti di imprese una valida forma di collaborazione fra agenzie, e che potrebbe dare, alle strutture di minori dimensioni, la possibilità di gestire la crisi e permettere di creare posizioni di *leadership* agli intermediari più organizzati.

Secondo lei, sarà possibile riprendere un dialogo costruttivo con l'Ania? A quali condizioni?

Me lo auguro fortemente, ma sarà possibile solo nella misura in cui le rappresentanze agenziali saranno in grado di proporre ad **Ania** un modello distributivo evoluto rispetto a quello tradizionale, che possa generare valore per entrambi: intermediari e compagnie.

Quali sono i problemi più importanti da risolvere con urgenza per il bene della categoria?

Credo ci sia una logica sottostante e convergente rispetto ai principali problemi degli agenti: dalla concentrazione del mercato a seguito di fusioni e acquisizioni, passando per la crisi dell'offerta tradizionale bancaria, l'avvento di Poste nei rami danni, la nascita di Oria, il pronunciamento dell'Autorità Antitrust e arrivando alla crisi dell'Fpa, sarà vitale riaffermare e rinnovare il valore dell'agente presso le istituzioni, le compagnie, ma soprattutto verso i consumatori.

Che ruolo hanno oggi le rappresentanze sindacali? E i gruppi agenti?

La concentrazione del mercato ha esaltato il ruolo dei gruppi agenti, che hanno maturato la consapevolezza dell'importanza della rappresentanza (per noi di Unapass associativa e non sindacale) di primo livello: la nascita di Anapa né è conferma e valida espressione.

Il disegno di una nuova cornice di sistema della distribuzione è *conditio sine qua non* per il futuro della categoria, poiché le case si costruiscono solo su solide fondamenta, e un passo fondamentale sarà proporre ad Antitrust e Ania la revisione degli istituti di liquidazione e rivalsa in una logica più moderna, basata su criteri aziendalistici e imprenditoriali, rilanciando il ruolo della contrattazione collettiva.

Come vede il futuro della sua agenzia?

Avendo fatto una tesi sull'impresa-agenzia e quindi, ragionando da imprenditore, non posso che essere ottimista.

A parte le battute, con la multicanalità e le recenti scelte strategiche delle compagnie ci aspettano tempi difficili; inoltre dovremo imparare a trasformare la tecnologia (soprattutto in termini di *social media*), da un rischio di disintermediazione in un'opportunità di sviluppo.

Per concludere, da buon brianzolo, mi pongo degli obiettivi concreti e raggiungibili, quindi lavoro per creare un'impresa che offra un servizio ai clienti migliore rispetto ai *competitor* e per costituire un sistema di offerta *diverso e riconoscibile* rispetto agli altri canali distributivi.

FA.



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

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



L'occasione per ripensare le polizze indennitarie

Polizze infortuni, principio indennitario e divieto di cumulo tra indennizzi e risarcimenti. Cosa cambierà per il settore assicurativo dopo la sentenza 13233 della Corte di Cassazione, dell'11 giugno 2014. Il commento dell'avvocato Maurizio Hazan

(ULTIMA PARTE)



A prescindere dall'inquadramento (previdenziale o meno) della polizza infortuni, la lettura del principio indennitario offerta dalla **Corte di Cassazione** con la sentenza 13233 dell'11 giugno 2014, nella sua portata esterna, merita di esser messa in discussione, quanto meno con riferimento alle polizze infortuni, e riconsiderata con approccio più flessibile e pos-

sibilista, e comunque, meno fideistico. L'argomento, da solo, meriterebbe una monografia.

Rimane il fatto che le motivazioni svolte dalla Corte a sostegno del proprio teorema appaiono meno ovvie di quanto la sentenza vorrebbe far credere.

Non si vogliono, qui, toccare tutti i possibili snodi critici che meriterebbero di esser sollevati; tanto meno quello fondamentale, afferente alla stessa declamata e assoluta inderogabilità di un principio, quello indennitario, che non risulta declinato nel codice civile con la perentorietà che gli si vorrebbe attribuire e che anzi si trova espresso, per lo più, in varie disposizioni rientranti nel novero delle norme derogabili dalle parti (ex art. 1932 c.c.). Ci riferiamo, ovviamente, agli artt. 1908, 1909, 1910 e 1916 c.c., i quali, peraltro, sembrano in larga parte plasmarsi attorno alle logiche operative/assuntive delle assicurazioni di cose o di patrimoni, in relazione alle quali il rapporto tra valore assicurato, valore assicurabile e valore del bene, al momento del sinistro, può essere agevolmente determinato.

Funzione risarcitoria dell'indennizzo assicurativo

Con specifico riferimento all'art. 1916, poi, osserviamo come sia soprattutto su tale norma che la sentenza in commento imbastisce la propria teoria, deducendola dalla necessità di preservare la facoltà dell'assicuratore (che abbia pagato) di surrogarsi nei diritti vantati dall'assicurato verso il terzo responsabile.

Nello svolgimento di tale ragionamento, tuttavia, la Corte di Cassazione dichiara di non volersi curare del fatto che la surrogazione, secondo il prevalente orientamento di legittimità, non opera *ipso iure*, ma per effetto di un'apposita *denuntiatio* al terzo responsabile. Senonché prima di quella comunicazione l'assicurato rimane libero di richiedere al terzo responsabile il risarcimento del danno già ristorato (integralmente o in parte) dall'assicuratore;

come a dire che l'art. 1916, pur naturalmente orientato a evitare il cumulo di indennizzo e risarcimento, non lo esclude in termini assoluti.

Diremo, piuttosto, che l'art. 1916 finisce per attribuire all'indennizzo assicurativo una funzione risarcitoria che va oltre il limite indennitario *interno* al rapporto tra assicuratore e assicurato, sino ad assumere una particolarissima efficacia esterna, la quale costituisce il presupposto indefettibile per l'operatività di una surrogazione che altrimenti non potrebbe operare. Fermo restando che l'art. 1916 c.c. non è contemplato dall'art. 1932 e che le parti potrebbero dunque derogarvi, escludendo quell'efficacia esterna e riportando l'operatività del principio indennitario soltanto nell'alveo del loro reciproco rapporto, senza che l'assicuratore possa interferire con la vicenda risarcitoria intercorrente tra l'assicurato e il terzo danneggiante.

La palla passa alle compagnie

Né convince l'argomento secondo il quale la rinuncia alla surrogazione, tipica nelle polizze infortuni, giovi al terzo responsabile e non invece a colui a favore del quale deve ritenersi disposta, contro una corrispondente riduzione del premio (a sua volta correlata all'aumento del potenziale rischio assunto in polizza).

In conclusione, l'impianto argomentativo della sentenza 13233/2014 fornisce numerosi spunti di approfondimento teorico e costituisce, a nostro parere, un'occasione davvero imperdibile per (ri)affrontare, in termini auspicabilmente definitivi, il delicato tema afferente al ruolo e alla modulazione (o modulabilità) del principio indennitario nelle moderne articolazioni delle coperture danni.

Peraltro, al di là di tali straordinarie suggestioni teoriche, e al netto della qualificazione della copertura infortuni, rimane nell'immediato la necessità, per le imprese, di considerare se e come avvalersi dei potenziali risparmi di costo che, su larga scala, potrebbero essere indotti da un'acritica (ma certamente giustificabile, allo stato attuale dell'arte) applicazione del divieto di cumulo.

Maurizio Hazan
e **Giuseppe Chiriatti**,
studio legale Taurini & Hazan

(L'articolo è suddiviso in quattro parti. Le prime tre parti sono state pubblicate su Insurance Daily di lunedì 21 luglio, martedì 22 luglio e mercoledì 23 luglio. L'intero articolo sarà consultabile da venerdì 25 luglio sul nostro sito www.insurancetrade.it)



Il rischio reputazionale spaventa le aziende europee del lusso

Insieme a quello ambientale, ai viaggi d'affari, alla supply chain e alla responsabilità degli amministratori. Ace ha monitorato le minacce più temute delle case produttrici di beni di alta gamma in Europa

Rischio reputazionale, questione ambientale, rischi legati ai viaggi d'affari e responsabilità di dirigenti e amministratori, sono le minacce in cima alle priorità delle aziende europee del lusso, secondo una ricerca del gruppo **Ace**, condotta su un ristretto campione di 45 aziende del settore.

Lo studio è stato realizzato in collaborazione con **Longitude Research** e ha coinvolto 45 *risk manager* di aziende europee con ricavi annui compresi tra i 250 milioni di dollari e oltre un miliardo. Grande sensibilità è stata riscontrata per il rischio reputazionale anche durante i colloqui suppletivi che la società di ricerca ha avuto con vari dirigenti d'azienda esperti nella gestione dei rischi nei beni di lusso.

Le aziende *luxury* ritengono di andare incontro a maggiori rischi per la loro reputazione rispetto a quelle di altri settori: circa il 75% dei *risk manager* ha confermato che la *reputation* è il bene più prezioso per l'azienda, mentre l'80% ha sottolineato che il rischio per la reputazione è quello più difficile da gestire.

I *risk manager* (60%) hanno spiegato che il rischio reputazionale è sempre più complesso da mitigare, perché la globalizzazione ha incrementato l'interdipendenza delle minacce. Secondo i responsabili dei rischi mancano strumenti e procedure, un *budget* adeguato, il tempo e risorse umane con capacità mirate.

Salvaguardare l'ambiente, ma anche i viaggi d'affari

Tuttavia, per quanto sentito, il rischio reputazionale non è tra le prime tre minacce emergenti "in grado di provocare un significativo impatto finanziario per le aziende del lusso nel corso dei prossimi due anni": molto temuti sono il rischio ambientale, i viaggi d'affari e le D&O. L'inquinamento atmosferico, la distruzione degli *habitat*, delle specie protette, e la scarsità di risorse idriche, sono in cima alle preoccupazioni



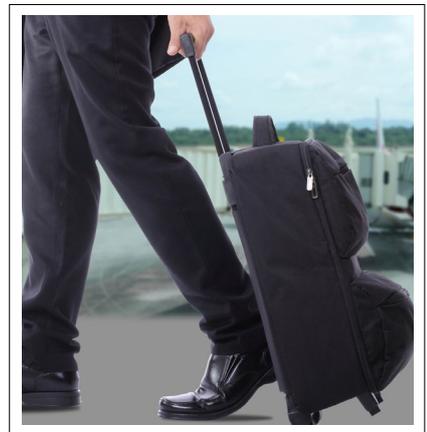
degli azionisti delle aziende intervistate: quali azioni dovranno essere intraprese per gestire questo rischio? Quali le risorse da impiegare? Queste le domande cui, nei prossimi anni, i *risk manager* dovranno rispondere.

Oltre il 90% delle aziende coinvolte nella ricerca ha sottolineato l'importanza della gestione dei rischi connessi ai viaggi d'affari, soprattutto in questa fase di grossa espansione in mercati come l'Asia, l'America Latina e il Medio Oriente. Nonostante lo sviluppo di nuove tecnologie, come le videoconferenze e l'invio di documentazioni digitali, il viaggio d'affari resta centrale nei rapporti di lavoro delle aziende del lusso. Spostarsi in mercati sconosciuti aumenta l'alea del rischio e, di conseguenza, sono richieste più risorse e capacità per mitigarlo.

Le paure dei manager

Oltre il 70% dei *risk manager* interpellati rivela che la dirigenza si sente sempre più esposta a rischi, e chiede un monitoraggio delle coperture assicurative dedicate. I due principali ambiti di preoccupazione per i dirigenti e gli amministratori sono la corruzione e gli errori di rendicontazione, citati entrambi da oltre la metà degli intervistati.

Infine, appena sotto il podio dei pericoli più temuti s'inserisce il rischio *supply chain*. Una minaccia sempre più sentita dal settore dei beni di lusso, perché le catene dei fornitori sono sempre più lunghe e complesse, e quindi a rischio interruzioni. Informazioni mancanti, telecomunicazioni che saltano o guasti tecnologici, ma anche il mancato rispetto delle normative ambientali, barriere legali legate alla costruzione: sono questi gli eventi più temuti che possono compromettere la catena di produzione di un'azienda.



Fabrizio Aurilia

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 24 luglio di www.insurancetrade.it
Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012