



PRIMO PIANO

Marzo record per il vita

Nel mese di marzo la nuova produzione vita ha toccato il suo record storico. Le polizze individuali delle imprese italiane ed extra europee, comprensive dei premi unici aggiuntivi, è stata pari a 8,1 miliardi di euro, il 47,7% in più rispetto allo stesso mese del 2013. Considerando anche i nuovi premi vita delle compagnie dell'Unione Europea, (pari a 1,6 miliardi, +14,2%), la nuova raccolta complessiva è stata pari a 9,7 miliardi di euro. Il primo trimestre dell'anno i nuovi premi hanno raggiunto i 22,8 miliardi, in aumento del 48,7% rispetto al primo trimestre dell'anno precedente. Secondo le stime preliminari fornite dall'Ania, la differenza fra entrate e uscite nei primi tre mesi del 2014 è stata di 10,9 miliardi, in deciso aumento rispetto allo stesso periodo del 2013 quando si attestava a 2,4 miliardi.

Da segnalare l'inversione di tendenza delle polizze linked di ramo III, che per la prima volta dall'inizio dell'anno fanno registrare un convinto +8,7% per una raccolta di 1,6 miliardi, pari al 20% del totale; mentre la raccolta premi dei contratti di ramo V crolla del 21,4% per un volume di nuovi affari pari a 175 milioni (2% del totale). In calo rispetto a marzo 2013 (-14,1%) anche i contributi relativi a nuove adesioni a forme pensionistiche individuali, pari a 84 milioni.

Fabrizio Aurilia

INTERMEDIARI

È in Europa il futuro di agenti e broker

Proprio durante il semestre di presidenza italiana dell'Ue, la direttiva Imd 2 sull'intermediazione entrerà nella fase decisiva di discussione. Ma sono molti altri i temi che potranno cambiare il settore assicurativo, a partire da una sburocratizzazione del sistema grazie al digitale. Patrizia Toia, già parlamentare europea per il Pd e candidata alle prossime elezioni, spiega le prospettive per una nuova fase

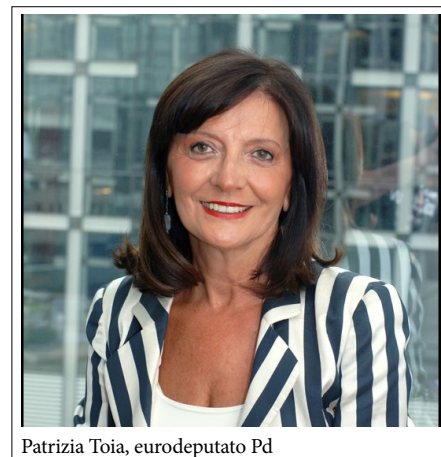
La politica deve saper regolare il mercato e indirizzarne lo sviluppo. Ma se la politica non agevola il fare impresa e quindi il creare ricchezza, sempre nel rispetto di regole certe e nell'interesse esclusivo della collettività, la burocrazia taglia le gambe agli operatori economici. È quello che è accaduto in questi ultimi anni e che, in parte, sta accadendo ancora, non solo in Italia ma anche in Europa, da cui molto dipende e dipenderà nel prossimo futuro. Gli interventi legislativi e regolatori nel campo delle assicurazioni si succedono in modo disordinato: lo stiamo vedendo in questi ultimi tre anni in Italia. Dall'Europa si attendono poi importanti interventi: *Solvency II*, la tanto attesa nuova direttiva sulla stabilità finanziaria delle assicurazioni europee, ma anche *Imd 2*, che proprio durante il semestre italiano di presidenza europea (inizio il primo luglio) troverà spazio nelle agende di Consiglio Europeo e Trilogo. Ecco perché è importante che la politica italiana in Europa sappia indirizzare il dibattito su questi temi.

“Le regole dovrebbero essere poche e funzionali agli interessi del mercato libero e del consumatore, cui va data tutta la tutela”, sottolinea in una nota l'associazione dei broker **Acb**. Per farlo è necessario “raggiungere un maggiore livello di dialogo e collaborazione tra le parti, nell'interesse di tutti”. Ne è convinta anche **Patrizia Toia**, già deputata democratica del Parlamento Europeo e candidata per le prossime elezioni che si svolgeranno domenica 25 maggio.

Toia è vice presidente del gruppo **Socialisti e Democratici** del Parlamento Europeo e in questi cinque anni, dal 2009 al 2014, ha fatto parte delle principali commissioni economiche: è stata vice presidente di *Industria, ricerca ed energia* e membro della commissione *Sviluppo*. Si è occupata, oltre che delle principali questioni legate all'agenda digitale, anche di temi assicurativi e dell'intermediazione.

Il rapporto tra cliente e intermediario deve essere salvaguardato facilitando l'accesso ai servizi di consulenza ed evitando di penalizzare chi non può permettersi il pagamento di fee elevate per ricevere servizi. Come garantire questo diritto?

Si tratta di partire dal ruolo dell'intermediario in relazione al cliente assicurato, un ruolo che deve necessariamente essere anche di consulenza. Ritengo necessario definire, insieme agli attori interessati, le regole per assicurare correttezza e trasparenza nella definizione dei costi così da porre tutti i soggetti in una condizione di parità negli obblighi di servizio. *(continua a pag.2)*



Patrizia Toia, eurodeputato Pd



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



(continua da pag. 1)

Il valore dell'intermediazione è, e deve continuare a essere, la qualità del servizio prestato al cliente (individui, famiglie e Pmi). Qual è la sua visione della distribuzione assicurativa del nostro Paese?

L'intermediario deve caratterizzare di più la sua offerta in termini di servizio. Oggi tutto si gioca sulla polizza e l'incasso oltre che sulla relazione personale che è sempre decisiva. Non vedo grandi innovazioni di *servizio*. La responsabilità maggiore è delle compagnie, ma non solo. Se il mercato Usa è caratterizzato all'80% dall'offerta di servizi di ampia gestione dei rischi (mentre quello italiano lo è al 6%), capisce che parliamo di mondi diversi, e nessuno può chiamarsi fuori. Ognuno porta una certa responsabilità. Anche gli intermediari e le loro associazioni.

Attualmente manca la trasparenza del *chi fa cosa*: la compagnia gestisce i rischi, l'intermediario analizza i bisogni e *confeziona* la copertura trattando con la compagnia. Questi sono due ruoli ben definiti che devono essere remunerati in maniera distinta: la Imd2 va proprio in questa direzione: si tratterà di lavorare bene nella fase di recepimento della norma in sede nazionale, per tener conto delle diverse configurazioni fra i mercati del nord Europa e quelli del mediterraneo.

Anche gli intermediari di più piccole dimensioni devono poter continuare a esprimere la loro capacità di fornire consulenza e servizi personalizzati, a dispetto di più grandi operatori e soggetti che, grazie alle enormi risorse economiche di cui dispongono, rischiano di cannibalizzare il mercato. Come evitare questo rischio?

L'intermediario (da solo o con altri colleghi) può mettere in campo servizi particolari, anche sotto forma di consigli, di grande valore. Ad esempio servizi di informazione organizzata e continuativa rispetto ai rischi e di prevenzione dei danni e protezione di beni e persone. Direi, anzi, che deve, alla luce delle norme. E poi, mi lasci dire che la qualità della relazione che il professionista sa stabilire con il cliente, sia professionale

sia personale, ha un valore che forse si è un po' annebbiato. In questa relazione maturano l'affidabilità e la fiducia. Che devono essere reciproche. La qualità relazionale merita più di tutte di essere riconosciuta e retribuita. E non è questione di dimensione dell'operatore. Non ci sono rischi in merito: soprattutto in Italia, il valore dell'attività dell'intermediario è basato sulla fiducia e, quindi, sulla conoscenza reciproca. La presenza sul territorio è un valore inestimabile per un intermediario e i grandi intermediari non riescono a essere così capillari. Ci sarà sicuramente una evoluzione ma sarà sempre graduale permettendo a tutti di prendere le dovute misure.

L'era digitale è un vantaggio per le imprese e per il Paese. Come favorire lo sviluppo della relazione tra mondo assicurativo, intermediari e clientela?

L'era digitale è una grande occasione di innovazione, apertura e sviluppo. Consente di automatizzare le attività semplici e di concentrarci su quelle complesse e ad alto valore aggiunto. Nel nostro caso significherebbe passare a servizi per la ampia gestione dei rischi. Tutt'altra cosa rispetto alla semplice offerta di polizze per il loro trasferimento. Il mercato assicurativo europeo credo proprio che potrebbe raddoppiare i volumi, i guadagni e forse anche l'occupazione.

Il digitale è in grande ritardo in Italia proprio per la predominanza del valore sociale, la conoscenza reciproca ha sicuramente maggior valore rispetto a una pagina web. Mi auguro che le compagnie sappiano cogliere l'occasione per fare le cose al meglio e rendere tutto più semplice, sia per il consumatore sia per l'intermediario. I segnali positivi mi pare non manchino. Come può la politica favorire questi sviluppi? Parlandone in modo continuativo, non episodico; favorendo la ricerca specifica e sostenendo una fiscalità di vantaggio, ad esempio per i servizi che aiutano la prevenzione dei danni, la responsabilizzazione delle parti e la digitalizzazione dei processi.

Quali condizioni sono necessarie, in tema di digitalizzazione, per tutelare il consumatore?

Trasparenza e semplicità. Attualmente il mercato è sfavorito dall'eccesso di normative burocratiche e costose. Le regole devono essere poche, essenziali e comunicabili facilmente per permettere al consumatore di valutare e scegliere. La tutela del consumatore è tema strategico che deve affermarsi nelle relazioni di mercato. (continua a pag.3)



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



(continua da pag.2)

È soprattutto questione di cultura. Certo, la politica deve saper regolare il mercato. Soprattutto indirizzarne lo sviluppo. Dobbiamo tutti (offerta e domanda) disporci a una maggior trasparenza di obiettivi e comportamenti. La digitalizzazione e la crescita di autonomie e capacità critiche tolgono spazio alle furbizie. Occorre però fare una distinzione: se da un lato la digitalizzazione favorirebbe le fasce basse di affari, dall'altra le fasce alte potrebbero approfittarne a scapito del consumatore, verrebbe meno la figura dell'intermediario e con lui le tutele.

Gli adempimenti burocratici appesantiscono il nostro Paese su più fronti. Quali interventi possono essere condotti per alleggerire l'attività degli intermediari, a favore di una relazione più vicina ai bisogni assicurativi delle famiglie italiane e delle aziende?

Non c'è dubbio sul fatto che questo mercato necessiti di una semplificazione. Penso sia fattibile solo migliorando i controlli e punendo severamente gli errori e i comportamenti scorretti. Chi investe in un sistema assicurativo, sapendo che la libertà è massima e le regole ferree, lo farebbe con molta oculatezza. Purtroppo gli interventi legislativi e regolatori in questo campo si succedono caoticamente e hanno portato solo a maggiori adempimenti burocratici, senza alcun vantaggio per il consumatore. Bisogna tornare a una maggiore concertazione chiedendo alle parti maggiore collaborazione nell'interesse di tutti: aziende, intermediari, consumatori e Stato. Credo che il momento sia maturo perché finalmente si possa ragionare insieme a livello europeo sul futuro del settore e sul ruolo che questo può avere nella vita sociale degli Italiani. Famiglie e imprese non possono fare a meno di un moderno sistema di gestione e assicurazione dei rischi. Servono una politica e una burocrazia all'altezza. La sede di questo lavoro è in Europa.

Maria Rosa Alaggio



IL PUNTO SU...

Danno al bene vita: la sentenza 1361 "al giudizio" delle Sezioni Unite

Il presidente delle Ss.Uu. ha accolto la richiesta di procedere a un chiarimento definitivo sulla frattura creata: prossima tappa il 17 giugno

Dunque è giunta la tanto attesa - e da taluni ritenuta necessaria - adunanza a Sezioni Unite della suprema Corte di Cassazione civile, che sarà ancora una volta chiamata, a distanza di sei anni dai suoi pronunciamenti esaurienti e universali del 2008, a riesaminare il sistema di risarcimento del danno alla persona come costruito dalla giurisprudenza nell'evoluzione che aveva portato agli approdi condivisibili delle sentenze ribattezzate di San Martino (Cass. Nn. 26972/3/4/5 dell'11 novembre 2008).

Nel numero 475 del 12/03/2014 di questo giornale avevamo criticato la decisione resa dalla terza sezione della Suprema Corte (n.1361 del 2014), che si era posta come palese strumento di spaccatura nei confronti dei pronunciamenti consolidati della stessa Corte, sia sul piano generale dei principi risarcitori del sistema di tutela del danno alla persona, sia - nello specifico del *decisum* - affermando in modo innovativo e rivoluzionario la risarcibilità del danno da perdita della vita, disattendendo (se non ignorando) i canoni codificati dalla magistratura in questi ultimi anni.

In tale nostro commento avevamo criticato la decisione 1361 sia per la sua intenzionale distorsione dei principi giuridici che sino a oggi hanno retto il nostro sistema, sia per l'incuranza con la quale venivano rifiutati gli obblighi di uniformità che le decisioni rese a Sezioni Unite impongono alle singole magistrature dello Stato.

Una posizione volutamente esterna ai principi giuridici

È certamente vero che quello della vincolatività nomofilattica dei pronunciamenti a Ss.Uu. è uno dei canoni che reggono il sistema giurisdizionale maggiormente in crisi nel nostro ordinamento, ma la distonia manifestata nella sentenza 1361 rispetto ai principi del diritto era apparsa allora il frutto non tanto di un incedere giuridico approdato a lidi difformi, ma semmai quello di un rifiuto culturale preconizzato verso detti principi quadro del sistema.

Non altrimenti può essere valutato il ragionamento cardine della sentenza 1361 specie laddove, in uno dei passaggi chiave della motivazione, afferma di porsi consciamente al di fuori dei principi giuridici che regolano la causalità tra illecito e danno, ritenendo di poterlo fare per l'eccezionalità delle proprie ragioni, costituendo così una base autoreferenziale per uscire dal dettato nomofilattico.

Orbene, poco dopo il pronunciamento distonico in questione, il consigliere Giacomo Travaglino riteneva più congrua e dovuta - in analoga situazione - la rimessione al presidente della Corte per valutare l'opportunità di rinviare nuovamente la questione della risarcibilità o meno del danno da perdita del bene vita alle Sezioni Unite (ordinanza 5056/2014). *(continua a pag.4)*



(continua da pag.3)

Alla ricerca di una sintesi interpretativa

È di questi giorni la notizia che il presidente, in esito alle valutazioni del caso, ha disposto per la fissazione dell'udienza pubblica del **17 giugno 2014**, "ritenuto che la decisione del ricorso si palesa urgente trattandosi di questione di considerevole impatto sociale" (ordinanza 16 maggio 2014).

Il prossimo 17 giugno sarà dunque annoverata come un'altra data di snodo del nostro sistema ordinamentale di tutela della persona e di valutazione del pregiudizio risarcibile.

Continuiamo a pensare che non si sentiva la necessità, a distanza di meno di sei anni dalle precedenti *sentenze quadro* del 2008, di una nuova riflessione sulla tenuta del sistema.

Prova ne sia la amplissima giurisprudenza di legittimità e dei tribunali dello Stato che in questi anni si sono uniformati al tracciato nomofilattico riconoscendovi equilibrio sostanziale e conformità giuridica ai principi del diritto.

Ci resta dunque la percezione di una svolta forzata, voluta anche oltre la legittimità delle istanze che hanno retto la decisione 1361 dei primi giorni di quest'anno, che resta un *unicum* nel panorama giurisprudenziale, dando la spinta alla decisione odierna del presidente della Corte.

Alla data di adunanza, dunque, le Sezioni Unite saranno nuovamente chiamate, più che a comporre un netto contrasto interno, a trovare una soluzione di sintesi verso le spinte culturali di rottura col sistema odierno, provenienti da parte della dottrina di settore che ha trovato terreno fertile in alcuni magistrati della Corte.

Si vedrà a quale approdo ci porterà questa nuova tappa del nostro mai sopito dibattito giurisprudenziale. L'auspicio è che dal

18 giugno si possa ancora vivere in un sistema giuridico di tutela della persona improntato, come sostanzialmente avviene oggi, alla congruità e alla equità del ristoro, associata a una sostenibilità economica del nostro generale impianto risarcitorio.

Filippo Martini,
studio legale Mrv



COMPAGNIE

Zurich, una protezione per chi ama davvero

La nuova campagna pubblicitaria, on air dal 18 maggio scorso sui canali televisivi e sul web, gioca la carta dell'ironia

Un giovane ciclista urbano si ferma a prendere un caffè, appoggiando la propria fiammante bicicletta a scatto-fisso a un palo, senza curarsene più di tanto né legarla: *zero amore*. La stessa scena si ripete identica se non per il fatto che lo stesso giovanotto lega la bici con una modesta catena: *un po' di amore*. La scena si ripete per la terza volta, con il ciclista che appoggia la bicicletta al palo, ma questa volta l'accarezza pieno di attenzioni e la affida a un forzuto personaggio, che la protegge abbracciandola forte: *vero amore*. Per la sua nuova campagna pubblicitaria, incentrata sul *claim per chi ama davvero*, Zurich ha scelto la chiave dell'ironia. La campagna, realizzata per consolidare il posizionamento del gruppo Zurich in Italia, intende mostrare che il modo migliore per proteggere chi o cosa si ama è affidarsi a chi offre la giusta protezione.

Il *flight* della campagna, pianificata da **Um**, durerà circa tre settimane, dal 18 maggio al 12 giugno. Lo spot punta a coinvolgere gli spettatori attraverso un linguaggio semplice ed essenziale, e verrà trasmesso principalmente in *prime time* sulle maggiori emittenti televisive (sia terrestri sia satellitari) e nei principali circuiti cinematografici italiani. Oltre allo spot sono previsti anche un articolato piano *digital* che presidierà, con un adattamento della campagna, anche portali e siti di informazione. "La nuova campagna di comunicazione è stata ideata basandosi sul dna di Zurich, riconosciuto in tutto il mondo - osserva **Alida Galimberti**, chief marketing officer di Zurich in Italia, spiegando che, secondo alcune recenti ricerche Zurich viene identificata con il concetto di *protezione intelligente*. È proprio partendo da questo concetto che è stata creata questa specifica campagna che, facendo leva su questa nostra straordinaria e riconosciuta caratteristica distintiva, vuole veicolare un messaggio che faccia pensare all'importanza di proteggere le cose e le persone che si amano, con un sorriso. Questa campagna - sottolinea Galimberti - ha inoltre l'ulteriore scopo di supportare gli agenti Zurich, il cui impegno quotidiano è quello di aiutare i clienti a tutelarsi nei confronti dei rischi in modo semplice ed efficace, grazie a un supporto esperto, personalizzato e sempre presente".

Beniamino Musto

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 20 maggio di www.insurancetrade.it

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