

PRIMO PIANO

Rc auto, tutto il 2014 al ribasso

Nel quarto trimestre del 2014 il premio medio Rc auto è stato pari a 475 euro, con una variazione negativa pari al 2,8% su base trimestrale e al 7,8% rispetto allo stesso periodo del 2013. Lo ha comunicato l'Ivass nel suo bollettino statistico sull'andamento dei prezzi effettivi dell'Rc auto. La distribuzione tra gli assicurati mostra che il 50% paga più di 428 euro, ma sul totale il 90% paga comunque meno di 740 euro e solo il 10% meno di 265 euro. Su tutto il 2014, il trend mensile è decrescente: nel solo mese di gennaio 2014 si è registrato una variazione negativa pari al 2,9%, cioè un terzo del decremento annuale. Nei mesi di agosto e settembre si consolida il trend (-4,1%), ma la riduzione del livello dei prezzi è associata all'aumento della percentuale di sconto, cresciuto da agosto a dicembre dal 18% al 19,8%. Nell'anno è calata l'eterogeneità dei prezzi, per cui il premio medio appare più omogeneo tra tutti i contratti. Per quanto riguarda il valore dei massimali e la correlazione con i prezzi, l'Ivass rileva che le polizze con massimale unico sono aumentate del 5,3% su base annua. In generale, il trend di riduzione dei prezzi è abbinato a livelli crescenti di massimali. Per un approfondimento, collegati a questo link.

F.A.

GLOSSARIO

Trattato di riassicurazione (Reinsurance Treaty)



Il contratto definito come *Trattato di riassicurazione* prevede l'obbligo, da parte del riassicuratore, di accettare, a determinate condizioni, un intero portafoglio di rischi.

Esso copre quindi tutte le polizze che ricadono all'interno di tale portafoglio in un determinato periodo (generalmente un anno).

Da parte sua, anche la compagnia cedente è obbligata ad applicare al trattato

di riassicurazione tutti i rischi sottoscritti che rientrano nei parametri definiti dal trattato stesso.

Per tale ragione, la forma di riassicurazione prevista dal trattato è anche definita *Riassicurazione obbligatoria*.

Esistono due forme principali di cessione al trattato:

1. Proporzionale (o pro-rata)
2. Non proporzionale, ovvero in *Eccesso sinistri* (*Xol = excess of loss*).

Nel primo caso il riassicuratore accetta una quota percentuale di ciascun rischio ceduto e risponde nella medesima proporzione di ciascun sinistro che dovesse occorrere su tale rischio.

La riassicurazione su base *Eccesso sinistri* o non proporzionale, invece, prevede che il riassicuratore risponda soltanto della parte di sinistro eccedente un determinato importo, predefinito e denominato *ritenzione della cedente o priorità*, fino alla concorrenza massima di un limite, anch'esso predefinito e denominato *portata del layer*.

Tale meccanismo sarà applicato a ciascuna polizza facente parte del portafoglio di rischi ceduto al trattato.

Il Trattato di riassicurazione è quindi un contratto, i cui specifici riferimenti normativi nel nostro ordinamento giuridico sono abbastanza scarsi, poiché la sezione del Codice Civile intitolata *Della riassicurazione*, (Libro IV, Titolo III, Capo XX), fornisce indicazioni piuttosto limitate e prevede solo quattro articoli:

- Art. 1928 - Prova scritta *ad probationem*
- Art. 1929 - Estraneità dell'assicurato
- Art. 1930 - Diritto del riassicurato in caso di liquidazione coatta amministrativa
- Art. 1931 - Compensazione dei crediti e debiti

La normativa stabilisce innanzitutto che i contratti di riassicurazione relativi a una serie di rapporti assicurativi, come i trattati, debbano essere provati per iscritto (art. 1928).

(continua a pag. 2)



(continua da pag. 1)

All'art. 1929, inoltre, è richiamata una caratteristica molto importante del contratto riassicurativo: il fatto, cioè, che esso si inquadri come un patto tra società, stipulato esclusivamente tra assicuratore e riassicuratore.

Il beneficiario della polizza, ovvero l'assicurato, non è dunque assolutamente coinvolto nella riassicurazione e il riassicuratore non ha alcun rapporto né alcuna obbligazione nei confronti dell'assicurato.

Il contratto di riassicurazione, quindi, non altera in alcun modo gli obblighi dell'assicuratore verso il beneficiario della polizza, il quale è nella maggior parte dei casi all'oscuro dell'esistenza del riassicuratore (il che spiega anche la poca familiarità dei non addetti, nei confronti del mondo della riassicurazione).

In taluni casi, tuttavia, è possibile alterare questo rapporto esclusivo, attivando una sorta di scorciatoia, grazie alla quale il pagamento del sinistro all'assicurato è preso in carico direttamente dal riassicuratore. Si tratta di una clausola d'uso, denominata *cut-through clause*, che rappresenta una sorta di *avallo* fornito dal riassicuratore alla cedente ed è solitamente impiegata quando quest'ultima non goda di un *rating* finanziario sufficiente ad assicurare il proprio livello di solvibilità sul lungo periodo.

In ogni caso, i rapporti sanciti tra riassicuratore e cedente non si estinguono al termine del contratto di riassicurazione, ma estendono la loro validità per tutta la durata degli obblighi derivanti dalle polizze cedute (a meno che non siano pattuite specifiche eccezioni).

Ad esempio, nella riassicurazione dei cosiddetti rami *long tail*, come la Responsabilità civile, gli obblighi contratti dal riassicuratore si perpetuano fino alla scadenza dei termini di prescrizione e seguono le sorti della polizza originale ben oltre la scadenza del trattato di riferimento.

Fatta eccezione per il disposto degli articoli richiamati, i riferimenti giuridici del contratto di riassicurazione sono comunque interpretati come una semplice estensione delle norme previste per l'assicurazione diretta e i principi sui quali si fonda il rapporto contrattuale tra assicuratore e riassicuratore prendono semplicemente le mosse dalle norme che si trovano alla base dell'assicurazione.

In particolare, il cosiddetto nuovo *Codice delle assicurazioni*, che recepisce tra l'altro la direttiva 2005/68/Ce, armonizza la normativa che regola l'attività delle imprese di assicurazione con quella relativa alle imprese che esercitano la riassicurazione.

Sono qui definiti i requisiti necessari per l'esercizio dell'attività da parte delle imprese di riassicurazione e viene stigmatizzato il ruolo di controllo dell'organo di vigilanza, l'*Ivass*, con particolare riguardo all'impatto della riassicurazione sul margine di solvibilità delle compagnie cedenti, con l'obiettivo di prepararsi all'avvento del nuovo sistema europeo per la valutazione della solvibilità globale, noto come *Solvency II*.

Cinzia Altomare,
GenRe



NEWS DA WWW.INSURANCETRADE.IT

Aviva corre con la Lilt alla Milano Marathon



Aviva e la sezione milanese della Lega italiana per la lotta contro i tumori (Lilt) insieme alla 15esima edizione della *Milano Marathon*, in programma domenica 12 aprile e che vedrà la partecipazione di migliaia di runner.

Aviva darà il proprio sostegno come main sponsor di Lilt Milano, a sua volta *platinum charity partner* della manifestazione. I mille atleti, amatoriali e non, che si sono iscritti all'evento attraverso Lilt, potranno correre con la maglietta tecnica gialla offerta da Aviva. I partecipanti potranno ritirare il pacco gara presentandosi all'interno del *Marathon Village* fino a tre giorni prima.

Ma le novità non terminano qui: Aviva, scegliendo di partecipare a questo grande evento sportivo, sarà presente per l'intera durata della manifestazione presso lo stand della Lilt dove sarà possibile saperne di più sulla compagnia e sui servizi offerti.

PRODOTTI

Italiana Assicurazioni per Dynamo Camp

Lo 0,3% dei premi raccolti andrà a favore della Onlus che ospita un centro di terapia ricreativa per bambini e ragazzi malati

In distribuzione il prodotto di **Italiana Assicurazioni per Dynamo Camp**. Si tratta di una polizza vita tradizionale con cui la compagnia si impegna a devolvere a favore della onlus lo 0,3% del totale dei premi raccolti nel 2015 che, a oggi, risultano pari a 18 milioni. Tradotto, equivale al momento a 54 mila euro di donazione. Dynamo Camp è un luogo di terapia ricreativa, il primo in Italia appositamente strutturato per ospitare gratuitamente per periodi di vacanza e svago bambini e ragazzi malati, in terapia o nel periodo di post ospedalizzazione.

“Un modo sicuro di andare lontano con serenità – ha commentato **Andrea Bertalot**, direttore generale di Italiana Assicurazioni – Crediamo molto in questo prodotto, al pari di quanto crediamo nel lavoro svolto dall’associazione Dynamo Camp onlus. È per questo motivo che abbiamo deciso di puntare per la nostra prima campagna di vendita proprio su *Italiana Assicurazioni per Dynamo Camp*, e il plafond dedicato, esaurito prima del termine, ha rafforzato questa nostra convinzione”. Gli ha fatto eco **Maria Serena Porcari**, vice presidente operativo di Dynamo Camp. “Ringraziamo Italiana Assicurazioni – ha sottolineato – che ha messo la sua cultura di responsabilità sociale a beneficio di Dynamo Camp, ideando un prodotto assicurativo dedicato. Ringraziamo anche **Giulio Denna** di **Area Brokers Industria**, ambasciatore Dynamo Camp, che insieme a Italiana Assicurazioni ha lavorato per concepire questo prodotto”.

“Si tratta di un progetto, molto ambizioso, che è stato coltivato in un mondo, quello assicurativo, refrattario alle nuove iniziative – ha evidenziato Giulio Denna chairman di Area Brokers Industria – ma il lungo lavoro e l’incontro con una compagnia italiana assicurazioni e i suoi manager, che hanno percepito il valore di Dynamo Camp, ha consentito di trovarne piena concretezza: con questo contributo si potrà donare un sorriso a tanti bambini che hanno un bisogno di trovare un raggio di gioia, in un momento molto difficile del loro cammino di vita”.

R.A.



INIZIATIVE

Via a EcoCasa, un progetto per educare i bambini

Alleanza Assicurazioni organizza la seconda edizione della campagna. Il progetto coinvolgerà 200 mila studenti



Via libera da **Alleanza Assicurazioni** alla seconda edizione del progetto *EcoCasa*, l’iniziativa educativa dedicata ai bambini delle scuole elementari e alle loro famiglie, volta a promuovere comportamenti eco responsabili. La nuova campagna, *La mia casa sull’albero – Immagino il mondo che vorrei*, per l’anno scolastico 2014-15 coinvolge oltre 200 mila bambini di 8 mila classi 1a, 2a e 3a delle scuole primarie di tutta Italia.

Il progetto, in collaborazione con **Giunti Progetti Educativi**, il **Wwf** e patrocinato dal **ministero dell’Ambiente**, prevede un percorso ludico-educativo, con l’obiettivo di sensibilizzare i bambini verso comportamenti eco responsabili. E a partire proprio dal mondo che li circonda: la loro casa. L’iniziativa mira a stimolare i piccoli a immaginare come la città possa trasformarsi per essere più ecosostenibile e a misura di bambino.

Ma la campagna si rivolge anche agli adulti. Infatti, il percorso svolto in classe insieme agli insegnanti, grazie ad un kit fornito dalla compagnia, implica anche un forte coinvolgimento dei genitori, che possono approfondire le tematiche della campagna educativa all’eco risparmio.

“La famiglia e i suoi valori sono da sempre al centro del mondo di Alleanza. Su queste basi si sviluppa il progetto – ha dichiarato **Tiziana Lamberti** responsabile marketing e comunicazione di Alleanza Assicurazioni –. Siamo orgogliosi di questa iniziativa, che coinvolge tutte le scuole primarie d’Italia, con lo scopo di interessare i bambini e le loro famiglie ai temi dell’eco sostenibilità. Crediamo molto nell’importanza di sensibilizzare le nuove generazioni alla salvaguardia dell’ambiente e al risparmio attraverso semplici comportamenti quotidiani, e immaginando come migliorare le città in cui vivono”. Al termine della campagna verranno redatti gli elaborati finali. I dieci migliori progetti saranno premiati da una giuria predisposta ad hoc.

Renato Agalliu



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.insurancetrade.it

Abbonamento annuale € 80,00 (10 numeri)

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