



## BUONA PASQUA A TUTTI

Insurance Daily torna  
lunedì 5 maggio

Questo è l'ultimo numero di Insurance Daily prima delle festività di Pasqua: la pubblicazione del quotidiano osserverà una pausa fino a lunedì 5 maggio a causa del susseguirsi di ricorrenze (Pasqua, il giorno della liberazione, 25 aprile, e la festa dei lavoratori, primo maggio).

Ma l'informazione di Insurance Connect non va in vacanza: il sito [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it) sarà costantemente aggiornato, proponendo il consueto mix di news e approfondimento, interviste e analisi. Appuntamento quindi, sempre, on line e dal 5 maggio, nuovamente tutti i giorni, nella vostra casella email.

La redazione augura a tutti i lettori di Insurance Daily buone festività.



RISK MANAGEMENT

## Benchmark survey dei rischi europei, al via la settima edizione

La ricerca promossa da Ferma partirà il prossimo 22 aprile e coinvolgerà i risk manager di 19 Paesi europei

Un'indagine ampia e indipendente in tema di gestione del rischio assicurativo in tutta Europa. A intraprendere questa ricerca è **Ferma**, (Federation of european risk management associations) la federazione europea che riunisce 22 associazioni dei risk manager di 20 diverse nazioni europee. Il *Benchmark survey dei rischi europei*, che prenderà il via il prossimo 22 aprile, è arrivato alla sua settima edizione ma, rispetto a quelle precedenti, per quest'anno sarà condotto su una base quantitativa più ampia, in modo da elaborare un'analisi più concreta, che possa fornire maggiori punti di riferimento e confronto.

Per la realizzazione della ricerca, **Ferma** collaborerà con **Anra** (l'associazione italiana dei risk manager e responsabili assicurazioni aziendali) e con i suoi associati, e avrà cinque partner commerciali: **Axa corporate solutions, Ernst & Young, Marsh, XL group e Zurich.**



Julia Graham, presidente Ferma

### I CONTENUTI DELLO STUDIO

L'indagine analizzerà le opinioni di risk manager e di responsabili delle assicurazioni aziendali di 19 Paesi europei, in modo da ottenere una dettagliata analisi dei rischi più diffusi e del loro impatto sul business, assieme a un'indagine dei costi dei rischi, inclusi il costo dell'assicurazione, del *risk consulting*, e della remunerazione dei broker. Inoltre, si procederà a un esame attento della relazione tra il *risk manager* e le altre funzioni aziendali e a un'osservazione più approfondita sulla correlazione tra le performance dell'azienda e il risk management. Non mancherà un focus sull'identificazione e l'assicurabilità dei rischi emergenti (*cyber risk*, rischi ambientali e rischi collegati alla *supply chain*) e una definizione degli *hot topic* dell'Unione Europea e valutazione del loro impatto sulla *governance* dell'azienda e sui mercati assicurativi. "Se l'ultima edizione del Ferma benchmarking survey ha raccolto più di 800 risposte, attestandosi come l'indagine europea più estesa sui risk manager - spiega **Alessandro De Felice**, vice presidente di Ferma e consigliere di Anra - il nostro obiettivo è di potenziare ulteriormente la natura quantitativa del sondaggio. In questo modo, sarà possibile produrre risultati che abbiano un valore duraturo sia per i singoli risk manager sia per le associazioni nazionali che fanno parte di Ferma. Le evidenze che il report metterà in luce - sottolinea - saranno uno spunto di ulteriore analisi e costituiranno una base solida per i Report futuri". Il numero uno di Anra, **Paolo Rubini**, ricorda che l'associazione di cui è presidente è "fra i più fervidi sostenitori dell'indagine. Si tratta di una ricerca, che ha luogo ogni due anni, sullo stato della nostra professione, sulla percezione che di essa hanno le imprese, sull'evoluzione dei rischi e del mercato assicurativo in Europa. Il Survey - ricorda - viene lanciato oggi da tutte le associazioni europee e la *chiamata alle armi* si concluderà nelle prossime settimane. Invito tutti i risk manager italiani a compilare il questionario. I risultati per l'Italia saranno presentati in autunno - conclude Rubini - e costituiranno un momento di approfondimento sulla nostra professione di fondamentale importanza per capire e cogliere trend attuali e futuri".



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

*Beniamino Musto*



## Polizze Rc auto contraffatte

**Le truffe riguardanti l'erogazione di false polizze Rca coinvolgono spesso compagnie assicurative operanti legalmente nel nostro Paese e del tutto estranee ai fatti**



Consultando il sito web dell'Ivass capita spesso di imbattersi in comunicati mediante i quali l'Autorità segnala ai consumatori casi di commercializzazione di polizze Rc auto contraffatte.

Il fenomeno, quasi sempre, riguarda documentazione riportante la denominazione di imprese di assicurazione straniere, operanti nel nostro Paese in regime di *libera prestazione di servizi* (Lps) o in *libertà di stabilimento* (Ls), senza che, naturalmente, le medesime siano a conoscenza dell'inganno del quale possono rimanere o rimangono vittime gli ignari automobilisti.

Prendendo spunto dall'ultimo comunicato pubblicato sul sito web dell'Ivass, il quale, peraltro, fa seguito a una precedente e analoga comunicazione del 2012, vediamo come nel caso di specie l'impresa di assicurazione coinvolta sia un soggetto operante in Italia in Lps, regolarmente autorizzato ad assumere rischi nel ramo Rc auto.

Ecco, quindi, che l'Istituto invita l'utenza a rivolgersi direttamente al Rappresentante per la gestione dei sinistri in Italia dell'impresa in questione, nominato ai sensi dell'art. 25 del *Codice delle Assicurazioni Private*, società munita del mandato ad attestare la validità dei contratti e l'esistenza di un rapporto di collaborazione tra la compagnia e gli intermediari proponenti.

Tale indicazione è assai importante, evidenziando da un lato il ruolo del soggetto in questione e dall'altro quello degli intermediari di assicurazione, posto che coloro i quali dovessero essere parte del disegno diretto a commercializzare i contrassegni falsi, oltre a essere passibili delle sanzioni di natura penale, dovrebbero fare anche i conti con quelle irrogate dall'Ivass, tra le quali viene alla mente la sanzione della radiazione di cui all'art. 329 del Codice delle Assicurazioni.

L'art. 62, comma 2, lettera a), n. 2 del *Regolamento Isvap* n. 5 del 2006 prevede l'applicazione della suddetta sanzione in caso di contraffazione o falsificazione della documentazione contrattuale.

Naturalmente, il fenomeno è assai complesso e non sono rari i casi in cui la documentazione falsa faccia riferimento ad imprese di assicurazione operanti in Ls o Lps, ma non autorizzate a operare nel ramo Rca, oppure a imprese di pura fantasia (memorabile è il comunicato Isvap del 15 marzo 2012 inerente l'inesistente **Jeremy Burgess Assicurazioni**, nome dell'allora capo tecnico della moto di **Valentino Rossi** nel campionato del mondo di motociclismo).

Da ultimo, sempre prendendo spunto dai comunicati Ivass, si ricorda come l'ente inviti sempre i consumatori a rivolgersi al suo contact center per chiedere chiarimenti e informazioni.

Avv. **Andrea Maura**  
Avv. **Claudia Bortolani**  
[www.legalgrounds.eu](http://www.legalgrounds.eu)



DA SEMPRE, NEL MONDO,  
SPECIALISTI IN RESPONSABILITÀ.

DUAL è specialista nelle assicurazioni contro i rischi di responsabilità civile.

- RC Professionali
- RC Patrimoniali Dipendenti Enti Pubblici
- D&O

Prova anche tu i nostri servizi e scopri che DUAL è differente. Come piace a te.



DUAL Italia S.p.a.  
Via Edmondo De Amicis, 51 - 20123 Milano  
Tel. +39 02 72080597 - Fax +39 02 72080592  
[reception@dualitalia.com](mailto:reception@dualitalia.com) - [www.dualitalia.com](http://www.dualitalia.com)



## Cut-Through Clause

La Cut-through clause è una clausola adottata in ambito riassicurativo che prevede che il risarcimento dei danni venga effettuato direttamente dal riassicuratore al danneggiato, consentendo a un soggetto non direttamente in rapporto con il riassicuratore di esercitare diritti nei confronti di quest'ultimo.

Com'è noto, il contratto riassicurativo si inquadra come un patto tra società, stipulato esclusivamente tra assicuratore e riassicuratore. L'assicurato (ovvero il beneficiario della polizza) non è dunque in alcun modo coinvolto nella riassicurazione e il riassicuratore non ha alcun rapporto né alcuna obbligazione nei confronti dell'assicurato.

Tale principio viene ribadito dal Codice Civile, ove, nella breve sezione dedicata alla riassicurazione, all'Art. 1929, si dispone che: "Il contratto di riassicurazione non crea rapporti tra l'assicurato e il riassicuratore, salvo le disposizioni delle Leggi Speciali sul privilegio a favore della massa degli assicurati".

### (Art 1929 - Estraneità dell'assicurato)

Il contratto di riassicurazione, dunque, non altera in alcun modo gli obblighi dell'assicuratore verso il beneficiario della polizza, il quale è nella maggior parte dei casi totalmente all'oscuro dell'esistenza della riassicurazione stessa.

Una disposizione *cut-through*, però, cambia questo rapporto, attivando una sorta di scorciatoia, grazie alla quale il pagamento del sinistro viene preso in carico dal riassicuratore, anziché seguire il normale iter, che vedrebbe il pagamento all'assicurato effettuato a termini di polizza dall'assicuratore e dallo stesso successivamente recuperato, in base alle condizioni previste dal contratto di riassicurazione.

Ciò si verifica generalmente in caso di insolvenza della compagnia di assicurazione, per cui il riassicuratore assume su di sé gli obblighi esistenti tra quest'ultima e l'assicurato.

Questo genere di disposizione può assumere la forma di una clausola specifica o di una sorta di *avallo*, fornito dal riassicuratore alla compagnia diretta, ed è solitamente impiegato quando la cedente gode di un rating finanziario sufficiente ad attrarre grandi rischi, ma può non essere in grado di assicurare il proprio livello di solvibilità sul lungo periodo.

Essa, però, può anche essere utilizzata nelle coperture *fronting*, quando il riassicuratore non sia autorizzato ad operare in via diretta in un dato mercato.



### Una tutela in più per l'assicurato

L'operatività della clausola è dunque innescata dal "default" finanziario della cedente e rende il sottostante assicurato beneficiario di un contratto (quello di riassicurazione) del quale non è direttamente parte in causa.

Dal punto di vista dell'assicurato, una disposizione *cut-through* fornisce sicurezza, nel caso in cui l'unico assicuratore disponibi-

le non sia finanziariamente solido come si vorrebbe, ed evita il rischio associato alla sua eventuale insolvenza.

Per la compagnia cedente, invece, essa è utile nel caso in cui la propria capacità finanziaria non sia sufficiente ad attrarre i grandi clienti del mercato.

Dal punto di vista del riassicuratore, infine, essa può servire per accedere ai mercati nei quali non è autorizzato a operare in via diretta, o per supportare una cedente troppo giovane per avere sviluppato un rating sufficiente a operare sui grandi rischi.

Essa, tuttavia, lo espone a qualche pericolo nel caso in cui, all'atto del pagamento del sinistro al beneficiario della polizza, non sia prevista la totale estinzione dei suoi obblighi nei confronti della cedente. Non essendo infatti il beneficiario della polizza parte in causa nel contratto di riassicurazione, quest'ultimo potrebbe ancora legare il riassicuratore alle proprie responsabilità di fronte alla compagnia diretta, causando di fatto una doppia esposizione all'evento dannoso.

Inoltre, per le sue caratteristiche, questa clausola viene talvolta interpretata come in violazione dei rapporti giuridici nascenti dai contratti in corso tra assicuratore e assicurato da un lato, e tra riassicuratore e riassicurato dall'altro.

Per tali ragioni i riassicuratori sono spesso restii a concederla, e preferiscono invece operare in osservanza del disposto delle *clausole di insolvenza* che sono previste da tutti i trattati di riassicurazione, proprio allo scopo di dirimere le questioni legate all'eventuale default finanziario delle cedenti.

**Cinzia Altomare,**  
Gen Re



APPUNTAMENTI

## Mercato assicurativo e social media

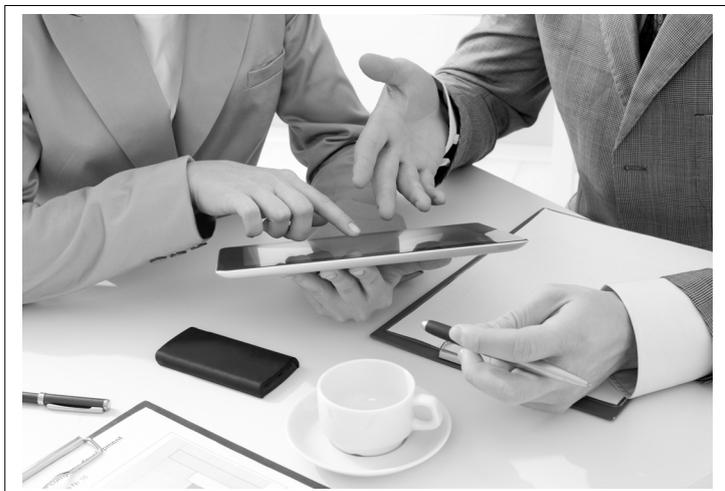
**Macros Consulting**, tramite l'Osservatorio Insurance 2.0, ha lanciato il **terzo monitoraggio sull'utilizzo dei social media nella distribuzione assicurativa**. L'idea alla base di questa indagine on line sull'utilizzo dei social da parte degli agenti e broker, è che queste piattaforme hanno ridefinito nuovi modelli di relazione con il cliente. Infatti un numero crescente di intermediari sta utilizzando alcuni social (Facebook, LinkedIn, Twitter, i blog) per attivare servizi e soluzioni semplici e utili per il cliente.

Macros invita agenti e broker a partecipare all'indagine con la compilazione di un breve questionario on line (della durata di meno di cinque minuti) al link: <http://www.macrosconsulting.it/?p=1569>.

Il questionario è anonimo.

Lo scopo della ricerca, iniziata lo scorso 10 marzo 2014 con termine il prossimo 10 maggio, è di rilevare il livello di presenza degli intermediari sulle piattaforme social, di valutare gli scopi e le modalità di interazione, analizzare lo stile comunicativo adottato e individuare le best practice. Per gli intermediari assicurativi e broker significa innovare e migliorare la relazione tra loro e il cliente; secondo Macros, più saranno aperti e pronti ad ascoltare i bisogni dei clienti, tramite l'utilizzo dei social media, più diventeranno attraenti per incrementare il loro business.

Un executive summary dell'indagine verrà presentata il prossimo 15 maggio a Milano presso la sede di Macros Consulting. Per informazioni: [segreteria@macrosconsulting.it](mailto:segreteria@macrosconsulting.it); [www.macrosconsulting.it](http://www.macrosconsulting.it).



FORMAZIONE

## L'importanza della fase di follow up

Quattro sono le fasi del processo formativo:

1. analisi dei bisogni
2. progettazione
3. erogazione
4. valutazione

Tutte e quattro hanno la stessa *dignità* e incidono in uguale misura sui risultati dell'azione formativa. Nella pratica però la valutazione della formazione viene spesso relegata ai pochi minuti necessari alla compilazione del questionario di feedback di fine corso, o resta addirittura incompiuta a causa delle sempre pressanti esigenze di *ottimizzazione del tempo e riduzione dei costi*.

Il meccanismo più immediato per andare oltre il semplice intervento formativo, ed estendere i risultati al di là del momento della formazione, è il *follow up*: una fase che prevede l'incontro con i partecipanti a distanza di un po' di tempo dal momento formativo. Il *follow up* si pone l'obiettivo di esplorare con i partecipanti i risultati ottenuti, i cambiamenti osservati e di valutare insieme i passi successivi.

La letteratura parla della necessità di fare l'incontro di follow-up non prima di 4/6 mesi dall'evento formativo.

Personalmente non sarei così rigido su questa programmazione della fase di follow up. Dipende da troppe cose, dalla finalità dell'intervento formativo, dal fatto che rispetto alla verifica a caldo della giornata di chiusura del corso, il follow up innesca un processo di valutazione *a freddo* dei risultati raggiunti.

Il follow up non è solamente un momento di verifica, ma è anche un processo di condivisione all'interno del gruppo delle scoperte e degli obiettivi raggiunti, con la finalità di facilitarne la condivisione. Serve per richiamare e rinforzare i concetti più rilevanti espressi durante il corso; aprire prospettive e fornire indicazioni su come proseguire con altri strumenti e/o percorsi formativi.

Ecco che allora non va sottovalutato, né banalizzato, e neppure deve essere vissuto come una formalità. Fa parte integrante dell'intervento formativo, ed è lo strumento necessario per la fase di consolidamento del gruppo. Deve diventare il collante di idee e progetti della loro realizzazione.

Ricordiamoci che **la vera formazione viene dopo la formazione**.

**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](mailto:alaggio@insuranceconnect.it)

Editore e Redazione: Insurance Connect Srl, Via Montepulciano 21, 20124 Milano 02.36768000 [redazione@insuranceconnect.it](mailto:redazione@insuranceconnect.it)

Per inserzioni pubblicitarie contattare [info@insuranceconnect.it](mailto:info@insuranceconnect.it)

Supplemento al 18 aprile di [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it)

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