

PRIMO PIANO

È uscito Review #46

È in distribuzione il numero di luglio di Insurance Review, la rivista rivolta al settore assicurativo e al mondo della gestione dei rischi. E proprio al tema dei rischi è dedicata la copertina del nuovo numero, all'interno del quale è presente un dettagliato resoconto sul recente convegno organizzato, il mese scorso a Milano, da Insurance Connect (editore di Insurance Daily). Nel corso dell'evento, assicuratori, intermediari, risk manager, periti e risanatori si sono confrontati con diversi attori del mondo produttivo. L'attuale scenario mostra una sempre più stretta interconnessione delle minacce del mondo reale e della realtà virtuale, che ha delineato in pochi anni un panorama di rischi sempre più difficili da controllare. Dare risposte concrete è la principale sfida dell'industria assicurativa.

Ma, come ogni mese, ampio spazio della rivista è dedicato ai temi di primo piano del mondo delle assicurazioni, con un ampio resoconto della relazione annuale dell'Ivass. Non mancano le news, le rubriche, le ultime dal mondo della distribuzione, l'Osservatorio, incentrato sul tema del gap di protezione nel campo della sanità, e uno Speciale dedicato al tutela legale, un settore in cui crescono le esigenze di privati e aziende, e aumentano i rischi di contenzioso. Per ricevere il mensile è necessario abbonarsi, scrivendo ad abbonamenti@insuranceconnect.it, oppure accedendo alla pagina [Abbonamenti di Insuranceconnect.it](http://Abbonamenti.dinsuranceconnect.it), cliccando qui.



IL PUNTO SU...

La punizione oltre al danno

Una sentenza della Cassazione ha stabilito che, se una corte straniera ha aggravato una condanna con danni punitivi, questi possono essere riconosciuti anche dal nostro ordinamento, a condizioni di compatibilità

È stata pubblicata, nel pieno di questa torrida estate, la sentenza lungamente attesa sull'ammissibilità nel nostro ordinamento dei danni così detti *punitivi*, quelli cioè, per dirla in parole povere, che sono legati alla volontà di sanzionare la condotta dell'autore di un illecito a prescindere dalla portata stessa del danno più o meno generato in capo alla vittima.

È dunque possibile riconoscere, in aggiunta al danno, una sanzione per punire l'autore? In quali situazioni, e in che misura?

Va da sé che la questione, rimessa alle *Sezioni Unite* della **Cassazione** per la sua importanza, e per comporre il contrasto giurisprudenziale in atto, era attesa con timore e curiosità insieme.



I DANNI CHE PUNISCONO LA CONDOTTA

La questione era originata da un'istanza, presentata in Italia, finalizzata a ottenere una dichiarazione di efficacia ed esecutività nel nostro ordinamento di tre sentenze di condanna rese contro un'impresa italiana da un'autorità giudiziaria statunitense.

La controversia era divenuta occasione di rimessione al collegio supremo (con l'ordinanza n.9978 del 2016) per richiedere che le Sezioni Unite si esprimessero definitivamente non solo sull'ammissibilità nel nostro ordinamento, in via diretta, di sentenze di condanna provenienti dall'estero, ma soprattutto sull'ipotesi in cui tali decisioni contengano il riconoscimento dei così detti *danni punitivi*, definiti appunto ultronei rispetto al pregiudizio provocato dall'autore dell'illecito (il danno civile), e volti a sanzionare in sé la condotta particolarmente disdicevole, con funzione quindi punitiva e di deterrenza, e non esclusivamente risarcitoria.

LA RC INCLUDE LA SANZIONE

Le Sezioni Unite, nella decisione lungamente attesa (n. 16601 del 5 luglio 2017, est. **D'Ascola** - camera di consiglio 7 febbraio 2017), forniscono ora definitivamente la seguente massima sul tema:

"Nel vigente ordinamento, alla responsabilità civile non è assegnato solo il compito di restaurare la sfera patrimoniale del soggetto che ha subito la lesione, poiché sono interne al sistema la funzione di deterrenza e quella sanzionatoria del responsabile civile. Non è quindi ontologicamente incompatibile con l'ordinamento italiano l'istituto di origine statunitense dei risarcimenti punitivi. (continua a pag. 2)



INSURANCE REVIEW su FACEBOOK

Seguici sulla pagina cliccando qui

(continua da pag. 1)

Il riconoscimento di una sentenza straniera che contenga una pronuncia di tal genere deve però corrispondere alla condizione che essa sia stata resa nell'ordinamento straniero su basi normative che garantiscano la tipicità delle ipotesi di condanna, la prevedibilità della stessa, e i limiti quantitativi, dovendosi avere riguardo, in sede di deliberazione, unicamente agli effetti dell'atto straniero e alla loro compatibilità con l'ordine pubblico”.

LE CONDIZIONI PER IL RICONOSCIMENTO

In buona sostanza, la Corte ritiene che le condizioni per riconoscere nel nostro ordinamento i danni in parola (tanto quelli originati da provvedimenti esteri, quanto, e a maggior ragione, quelli generati dalla nostra giurisprudenza) siano sostanzialmente riassumibili in questi tre imprescindibili requisiti:

- 1) che vi sia una *previsione normativa* (nazionale o estera che costituisca fonte chiara e riconoscibile in leggi e principi codificati) che costituisca ancoraggio del danno all'ordinamento al quale appartiene l'autorità giudiziaria che abbia emesso il provvedimento;
- 2) che la fonte normativa (estera) *non contrasti con i principi dell'ordinamento italiano*;
- 3) e che venga rispettato il *principio della proporzionalità* tra risarcimento compensatorio e punitivo e tra quest'ultimo e la condotta censurata.

Si legge infatti in questa importantissima decisione che “così come si è detto che ogni prestazione patrimoniale di carattere sanzionatorio o deterrente non può essere imposta dal giudice italiano senza espressa previsione normativa, similmente dovrà essere richiesto per ogni pronuncia straniera”.

La sentenza sarà certamente oggetto di approfondimento e di valutazione alle più alte sfere della dottrina e della giurisprudenza, ma per quello che deve essere oggi una previsione di impatto pratico del *decisum*, riteniamo che lo schema operativo per il riconoscimento del danno punitivo di fonte straniera o nazionale, non possa dunque essere equivocato in margini che lascino discrezionalità *creativa* o *arbitraria* al singolo giudice del caso specifico.

Si dovrà sempre, insomma, rispettare il canone dell'esistenza di una legge che legittimi l'inquadramento del danno e che dovrà comunque avere una portata monetaria tale da essere prevedibile nella sua entità e proporzionata al danno civilistico generato dall'illecito.

Filippo Martini,
Studio Mrv

RISCHIO INQUINAMENTO?



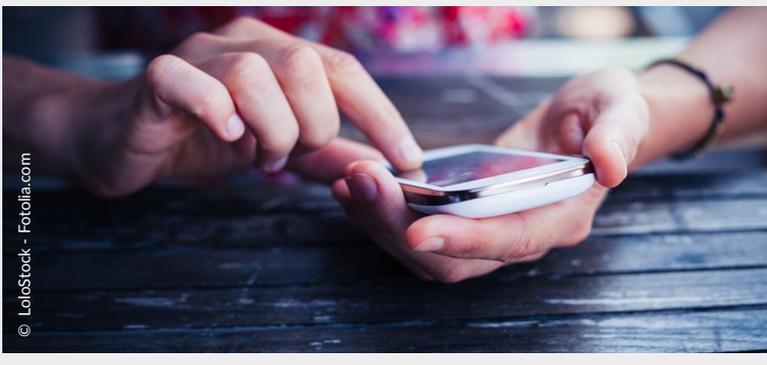
SCOPRI LA POLIZZA AD HOC
PER TUTELARTI DAI RISCHI AMBIENTALI.

AEC[®]

RICERCHE

Italiani, connessi e felici

Un'indagine europea di Assurant svela lo stato d'animo dei consumatori rispetto all'utilizzo del proprio device



La connessione migliora la vita. La pensa così il 75% dei consumatori italiani, secondo quanto emerge da *The Connected Future: Navigating Promise and Risk*, ricerca condotta da Assurant sulla base di 5.500 colloqui in 5 paesi europei (Francia, Germania, Italia, Spagna, Regno Unito). Una fotografia sullo stato d'animo dei consumatori nel rapporto con il mondo connesso, basata sulla raccolta di oltre 1,7 milioni di informazioni utili.

I risultati evidenziano che, nonostante i rischi legati ai reati informatici, il 70% degli intervistati nei 5 paesi (in Italia la percentuale sale al 75%) si è detto ottimista verso la tecnologia. E non potrebbe essere altrimenti, visto che ben il 58% dei consumatori italiani possiede in media cinque prodotti connessi, di cui la metà viene usata quotidianamente. Gli italiani connessi sono generalmente più soddisfatti della vita, riportando un livello di benessere maggiore dell'11%.

I vantaggi della connessione non nascondono l'ansia verso i reati informatici, perché il 43% dei consumatori italiani vede il rischio del furto di identità e degli attacchi dalla rete. Le maggiori preoccupazioni riguardano proprio furto d'identità (per il 55% dei consumatori), l'uso improprio dei dati personali raccolti (52%), l'hackeraggio della posta elettronica o dei profili social (50%), e il ricatto digitale e lo spionaggio (43%).

Non mancano problemi di installazione (per il 10% dei consumatori) mentre un italiano su 4 ha speso troppo per la riparazione del proprio dispositivo. Inoltre spesso i prodotti acquistati deludono i consumatori: è successo per il 17% dei consumatori italiani.

"Sempre più consumatori utilizzano lo smartphone per gestire in remoto la propria vita digitale. Dobbiamo tener presente quanto sia enorme la quantità di dati personali e sensibili che memorizziamo, e che porta a ipotetiche minacce quali l'hacking e il furto di dati", dice Marco Prada, managing director di Assurant Southern Europe, che sottolinea l'impegno del gruppo nella creazione di prodotti di protezione che permettono ai consumatori di utilizzare i propri device con maggiore fiducia.

A.G.P.

COMPAGNIE

Arriva Lion II di Generali, nuovo cat bond da 200 milioni di euro

Lo strumento scarica parte del rischio catastrofale derivante da alluvioni e tempeste in Europa, e terremoti in Italia

Generali si rafforza a livello patrimoniale contro gli shock delle perdite derivanti da catastrofi naturali con la sottoscrizione di un contratto di riassicurazione con *Lion II Re*, un veicolo irlandese che si assumerà parte del rischio catastrofale di Generali per un periodo di quattro anni.

Il *cat bond* emesso vale 200 milioni di euro, ha un premio annuo al 3% e, come detto, scarica parte del rischio derivante da alluvioni e tempeste in Europa e terremoti in Italia sugli investitori dello strumento finanziario.

Da Generali, attraverso una nota, fanno sapere che si tratta della prima transazione di questo tipo mai effettuata e "la prima a combinare la copertura di tre diversi rischi catastrofali europei". I titoli sono stati collocati tramite un'emissione conforme alla normativa americana 144A.

In questo modo, il Leone di Trieste, come già aveva fatto nel 2014 con *Lion I Re*, amplia lo spettro delle controparti, favorendo una mitigazione del rischio credito e un buon livello di flessibilità. "Per Generali - ha spiegato, in un comunicato, Luigi Lubelli, il direttore finanziario del gruppo - si tratta della terza obbligazione di tipo *Ils* (*Insurance-linked securities, ndr*) nell'arco degli ultimi tre anni e il successo riscosso fornisce un'ulteriore conferma della sua ormai consolidata presenza nel mercato *Ils*. Il ricorso a questo strumento, e più in generale a tecniche alternative per il trasferimento di rischi, anche con finalità di gestione efficiente del capitale, è parte integrante dell'approccio flessibile e innovativo con cui il gruppo intende implementare la propria strategia sul capitale".

Lion II arriva tre anni dopo Lion I, che però copriva soltanto la tempesta in Europa, e *Horse Capital I* del 2016 che forniva copertura sul business Rca. "L'operazione - precisa la nota - consente a Generali una copertura totalmente collateralizzata con attivi di alto merito creditizio per l'intero periodo di rischio. Il gruppo continuerà a monitorare attentamente questo mercato che ritiene rilevante per le proprie strategie di gestione del capitale e di trasferimento del rischio assicurativo".

F. A.

RICERCHE

Customer centricity, Allianz batte tutti

Secondo Kpmg Nunwood, il brand è primo fra le assicurazioni e secondo nel comparto dei servizi finanziari

Allianz è l'assicuratore preferito dagli italiani. Almeno secondo una ricerca di Kpmg Nunwood sulla *customer centricity*, dal titolo *L'era della customer experience*. Il marchio Allianz è risultato al primo posto nel settore assicurativo e al secondo se si considera il comparto dei servizi finanziari.

La ricerca è stata condotta tra 2.500 consumatori e svariati esponenti del top management d'importanti società attive in Italia, sulla base di sei parametri: la personalizzazione, l'integrità e la credibilità del marchio, la conoscenza e la gestione delle aspettative dei consumatori, il risparmio in termini di tempo e impegno per i clienti, la capacità di trasformare una semplice esperienza di acquisto in un'esperienza memorabile, e l'empatia verso le esigenze degli utenti.

Allianz ha raggiunto un punteggio complessivo pari a 7,33, rispetto al 6,92 della media dei servizi finanziari, migliorando anche nel confronto con il comparto assicurativo nelle singole voci: per esempio, nella personalizzazione Allianz ha ottenuto 7,54, contro il 7,4 del settore dei rischi; nelle aspettative dei consumatori, 7,13 contro 6,9; oppure nell'empatia, con 7,06 contro il 6,7 del comparto.

Secondo Kpmg Nunwood, Allianz sta affrontando le criticità dei player del mercato assicurativo, cioè un ristretto numero di momenti di contatto con il cliente, "attraverso la creazione di un ecosistema digitale, dove la compagnia costituisce una piattaforma unica che integra servizi e *touch point* in modo da massimizzare le occasioni d'interazione con il cliente".

La competizione, secondo la società di consulenza, non è su quanto digitale sia l'impresa, posto che questa debba essere una precondizione, ma su quanto la tecnologia permetta ai clienti di farsi sentire, creando maggiore interazione. I brand posizionati meglio hanno compreso come il vero valore del web sia la sua piena integrazione con gli altri canali. Inoltre, lo studio evidenzia una chiara correlazione tra le performance delle aziende in termini di eccellenza della customer experience e i loro risultati economici.

Roberto Felici, head of market management di Allianz Italia, ha espresso molta soddisfazione per i risultati della ricerca, proprio perché, si legge in una nota, "il prodotto assicurativo tradizionalmente non consente al cliente un'esperienza d'uso classica, e dunque è difficile creare soddisfazione. Ma la diffusione delle nuove tecnologie e dei comportamenti digitali ci consente di integrare nei nostri prodotti componenti di servizio più tangibili, e di semplificare il rapporto col cliente, che comincia a percepire e apprezzare i nostri sforzi. Allianz Italia, in sinergia con i propri agenti, ha saputo cogliere prima di altri le opportunità create dalla modernizzazione del settore".

Fabrizio Aurilia

INTERMEDIARI

L'Aau sigla il nuovo Patto UnipolSai

L'accordo, spiega il presidente Sivori, è "coerente con l'obiettivo comune di legare una parte della redditività delle agenzie all'andamento economico dell'impresa"

L'Associazione agenti UnipolSai ha firmato il nuovo *Patto UnipolSai*. La rappresentanza aveva già preannunciato, lo scorso 30 giugno, il proprio orientamento favorevole all'accordo con la mandante. La compagnia ha accettato le ultime richieste di modifica "a conclusione di una lunga e complicata trattativa durata circa nove mesi", ricorda una lettera del presidente **Enzo Sivori**, indirizzata a tutti gli iscritti.

Una trattativa che ha consentito di giungere alla configurazione di un impianto economico "molto diverso da quello inizialmente propostoci - si legge nella missiva - rispettoso delle aspettative di tutte le parti aziendali e coerente con l'obiettivo comune di legare una parte della redditività delle agenzie all'andamento economico dell'impresa".

L'Aau ritiene adeguato il complesso remunerativo in quanto in linea con i principi di sostenibilità, salvaguardia, solidarietà, che l'associazione ha più volte esplicitato nel corso dei tavoli di confronto. L'insieme degli istituti economici, spiega Sivori, consentirà: di trasferire risorse dal variabile al fisso; di aumentare le garanzie a salvaguardia di un livello sufficiente di redditività; di migliorare la chiarezza e trasparenza delle regole di ingaggio; di perseguire un aumento dei ricavi provvigionali delle agenzie.

"Il tutto - scrive il presidente dell'Aau - individuando un percorso di applicazione graduale che andrà a regime nell'anno 2020 e terminerà nel 2021 (con possibile proroga nel 2022).

Il mandato a continuare la trattativa relativa alla parte normativa e a siglare l'accordo economico di definizione del nuovo Patto".

Il via libera all'accordo è arrivato con il voto unanime del Consiglio nazionale delle regioni, riunitosi a Bologna il 5 e 6 luglio: l'organismo ha approvato la convocazione dell'assemblea congressuale elettiva, "conferendoci il mandato a verificare con gli altri gruppi agenti UnipolSai possibili percorsi semplificativi della rappresentanza (regolamentati con **GaSai** e **Gal** per la **Fau**), nonché ha ratificato la decisione della fuoriuscita della nostra associazione da **Anapa Rete ImpresAgenzia**", sottolinea Sivori.

Beniamino Musto

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

Supplemento al 11 luglio di www.insurancetrade.it - Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 - ISSN 2385-2577