



PRIMO PIANO

## Mediazione, l'ennesimo inizio

Da domani, 21 settembre, riparte la mediazione obbligatoria. Dopo lo stop imposto dalla Consulta nel 2012, causa un eccesso di delega al decreto legge del 2010, la procedura, che nelle intenzioni dovrebbe alleggerire il peso dei processi civili in capo ai tribunali, prende il via con alcune importanti novità. Per quanto riguarda il settore assicurativo, esce dall'elenco dei procedimenti per cui è obbligatoria la mediazione, l'Rc auto, ma viene aggiunta alla responsabilità medica anche quella sanitaria. Per la prima resta in piedi la conciliazione paritetica, istituto ben visto sia da Ania sia dai consumatori.

Le altre materie oggetto del mediatore sono condominio, diritti reali, divisioni, successioni ereditarie, patti di famiglia, locazioni, comodato, affitto di aziende, diffamazione a mezzo stampa o con altro mezzo di pubblicità, contratti assicurativi (salvo quelli esclusi), bancari e finanziari. La nuova mediazione dovrebbe essere più semplice ed economica: il primo incontro tra le parti sarà gratuito, la durata massima del procedimento sarà di tre mesi (non più quattro) e la competenza è ancorata al territorio. L'obbligo di mediare sarà in vigore per quattro anni: poi il ministero della Giustizia verificherà i risultati e deciderà se sarà il caso di continuare.

Fabrizio Aurilia

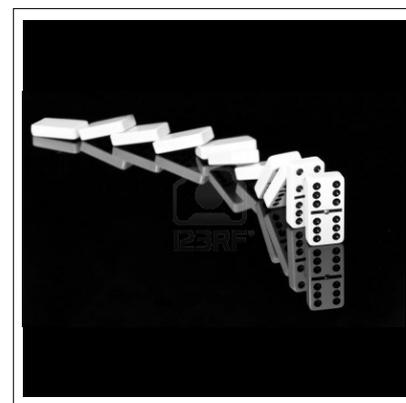
RISK MANAGEMENT

## Aziende, il rischio più complicato da gestire è quello reputazionale

È quanto emerge da uno studio pubblicato dal gruppo Ace e realizzato su un campione di 650 imprese dell'area Emea

Il rischio più complesso da gestire per un'azienda è quello reputazionale. È questo il dato più lampante che emerge da una ricerca realizzata da **Longitude Research** per conto del gruppo **Ace**. È addirittura pari al 92% la percentuale di coloro che individuano nel *reputational risk* la minaccia più difficile da fronteggiare. La propria reputazione, del resto, è ritenuta dall'81% del campione come uno dei principali *asset* di cui l'azienda dispone.

L'indagine è stata realizzata tra aprile e giugno interpellando più di 650 tra *risk manager*, cro, cfo, coo e altri membri dell'*executive management* di aziende che hanno acquistato coperture assicurative per un totale di oltre 250 milioni di dollari in 15 Paesi dell'area Emea (Europa, Medio Oriente, e Africa).



### SCARSA PROTEZIONE DALLE COPERTURE ASSICURATIVE

Sono molte le aziende che ammettono di portare avanti una vera e propria lotta quotidiana per difendere la propria reputazione: il 77% degli intervistati ha riferito di avere difficoltà a quantificare l'impatto finanziario che il reputational risk può avere sul proprio business, trattandosi di un tipo di rischio difficilmente misurabile. Il 68% degli intervistati, inoltre, ritiene che le informazioni e la consulenza relative alla gestione di questo rischio siano difficili da reperire, e ciò non fa che aumentare la sensazione di incertezza e confusione su come gestirlo nel miglior modo possibile.

(continua a pag.2)

NEWS DA WWW.INSURANCETRADE.IT

## Ivass e consumatori, sul tavolo Rc auto e forniture di energia

Discutere dei problemi del tacito rinnovo delle polizze abbinate ai contratti Rc auto e di quelle collegate alle forniture di energia e gas: questo l'obiettivo dell'incontro che l'**Ivass** ha voluto avere con Adiconsum, Assoconsum, Assoutenti, Centro tutela consumatori e utenti, e Federconsumatori. Alle associazioni dei consumatori, l'Ivass ha parlato del tavolo tecnico con **Agcm** e **Mise** per affrontare i temi legati alla Rc auto, per rafforzare la cooperazione tra le Autorità e affrontare profili di criticità nel mercato della Responsabilità civile.

“Resta alta l'attenzione sulle polizze connesse a mutui e finanziamenti”, spiega in una nota l'Ivass che, per quanto riguarda le polizze collegate ai contratti di fornitura di energia e gas, ha fatto presente “di aver ricevuto segnalazioni dalle quali emerge che il consumatore spesso ignora l'esistenza delle coperture”, e di star avviando un'indagine conoscitiva sul tema.



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



(continua da pag. 1)

Emerge poi l'aspetto di una insufficiente protezione: il 66% degli interpellati rivela di non sentirsi sufficientemente tutelato dalle coperture assicurative stipulate per fronteggiare questo specifico rischio. Problema che, negli ultimi anni, è andato ampliandosi a dismisura secondo il 56% del campione, soprattutto per via dell'ascesa dei *social media*.

### ALCUNE SOLUZIONI POSSIBILI

La ricerca individua alcune possibili soluzioni che le aziende potrebbero adottare. Tra queste, quella di prevedere una maggiore strutturazione interna relativamente alla gestione del rischio reputazionale, avviando un vero e proprio cambio culturale, a partire innanzitutto da un'efficace gestione dei rischi tradizionali, così da ridurre la possibilità di danni alla reputazione dell'azienda. Le aziende, inoltre, dovrebbero mettere maggiore impegno nel misurare la percezione della propria reputazione, nonché affinare i propri piani di *crisis management* per tenere il passo con la mutabilità dell'ambiente all'interno del quale operano: un obiettivo, quest'ultimo, raggiungibile anche attraverso regolari revisioni e test delle procedure interne (anche includendo i *social media*), per consentire risposte più rapide ed efficaci in caso di crisi.

### IL MONDO ASSICURATIVO PUÒ FARE DI PIÙ

Secondo Ace, il mercato assicurativo può fare di più per aiutare le aziende nella gestione del rischio reputazionale, ad esempio attraverso la fornitura di soluzioni assicurative più *olistiche* che comprendono assistenza nel reagire a una crisi reputazionale. Ciò significa aiutare le aziende a indossare quella che Ace definisce una "lente reputazionale" nell'osservazione

dei rischi tradizionali per valutare gli effetti sulla propria reputazione di ciascun eventuale sinistro. "Il rischio reputazionale - spiega **Orazio Rossi**, country president Italia di Ace - può essere difficile da prevedere. Tuttavia in questo senso, alcuni importanti punti fermi emergono dalla nostra ricerca relativamente ai principali motivi di preoccupazione delle aziende". Rossi individua uno di questi nella globalizzazione del business, che "rende la catena di distribuzione sempre più complessa, così come l'espansione verso nuovi mercati e la conseguente sfida in termini di coerenza degli *standard* quando si attraversano più confini. Un altro importante aspetto - aggiunge Rossi - è la regolamentazione. Nel post crisi, la *compliance* ha assunto un nuovo e più decisivo peso e le aziende, di qualsiasi dimensione e tipo di business, sono maggiormente consapevoli della stretta relazione della stessa con la reputazione aziendale".

*Beniamino Musto*

NEWS DA WWW.INSURANCETRADE.IT

## Fonsai, Giulia Ligresti torna in libertà

**Giulia Ligresti** ora può varcare la soglia del proprio appartamento di Milano e vivere da persona libera. Il tribunale di Torino ha accolto la richiesta degli avvocati, dopo che la secondogenita dell'ingegnere di Paternò, il 3 settembre scorso aveva patteggiato la pena a due anni e otto mesi di reclusione più la confisca di beni per oltre 30 milioni di euro.

Giulia era stata arrestata il 17 luglio scorso ed era ai domiciliari a Milano dal 28 agosto, con l'accusa di falso in bilancio aggravato e manipolazione del mercato.

Quando la sentenza diventerà definitiva, possibile ancora un passaggio in Cassazione, l'ex presidente di **Premafin**, potrà anche essere affidata ai servizi sociali perché la pena da scontare è sotto i tre anni. Giulia è l'unica della famiglia Ligresti, e dei manager indagati nell'*affaire Fonsai*, ad aver scelto la via del patteggiamento.



Giulia Ligresti



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



NORMATIVA

## L'adeguata verifica della clientela nel settore bancario e assicurativo

**Il decreto Antiriciclaggio carica i soggetti destinatari della norma della responsabilità di verificare l'integrità del cliente anche prima dell'avvio del rapporto: Ivass e Banca d'Italia hanno recentemente emesso i provvedimenti in merito per le rispettive categorie**

L'obbligo di adeguata verifica della clientela rappresenta un punto cruciale nell'ambito della legislazione antiriciclaggio di cui al d.lgs. 231/2007 (da ora anche il *decreto*), il quale ha dato attuazione nel nostro ordinamento alla direttiva 2005/60/CE, concernente la prevenzione dell'utilizzo del sistema finanziario a scopo di riciclaggio dei proventi di attività criminose e di finanziamento del terrorismo.

Ricordiamo, infatti, che i numerosi soggetti destinatari della norma, tra i quali, ad esempio, le banche, le società finanziarie, gli agenti in attività finanziaria e i mediatori creditizi e nel comparto assicurativo, limitatamente ai rami vita, le imprese di assicurazione, i broker e gli agenti, sono tenuti, nei casi previsti dal *decreto*, a identificare il cliente e verificarne l'identità sulla base di documenti dati o informazioni ottenuti da una fonte affidabile e indipendente, identificare l'eventuale titolare effettivo e verificarne l'identità, ottenere informazioni sullo scopo e sulla natura prevista del rapporto continuativo o della prestazione professionale e svolgere un controllo costante nel corso del rapporto continuativo o della prestazione professionale.

Il tutto (mi si perdoni l'eccessiva semplificazione) nell'ottica di conoscere il proprio cliente (il concetto è efficacemente reso dall'acronimo inglese *Kyc - Know your customer*) e impedire, quando ne ricorrano i presupposti, l'instaurazione di un rapporto o l'assunzione di un incarico che abbia come controparte un soggetto che potrebbe utilizzare il sistema finanziario (e quello assicurativo), quale canale per riciclare denaro proveniente da attività delittuose.

Ebbene, il tema dell'adeguata verifica della clientela, come sopra sommariamente sintetizzato, si trova attualmente al centro di due interessanti provvedimenti rispettivamente della Banca d'Italia (Provvedimento 3 aprile 2013 recante *disposizioni attuative in materia di adeguata verifica della clientela, ai sensi dell'art. 7, comma 2, del Decreto Legislativo 21 novembre 2007, n. 231*, che entrerà in vigore il primo gennaio 2014) e dell'Ivass (in questo caso si tratta dello *Schema di Regolamento concernente disposizioni attuative in tema di adempimento degli obblighi di adeguata verifica della clientela e di registrazione da parte delle imprese di assicurazione e degli intermediari assicurativi, ai sensi dell'articolo 7, comma 2, del decreto legislativo 21 novembre 2007, n. 231*).

Considerato che le disposizioni da ultimo richiamate contengono una disciplina dell'attività di adeguata verifica più dettagliata rispetto a quella contenuta nel *decreto* (che ne costituisce comunque sempre la fonte), sarà interessante seguire il loro impatto sull'attività quotidiana degli operatori, non dimenticando le pesanti sanzioni previste in caso di mancata osservanza.

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

PRODOTTI

## Cattolica, una polizza dedicata ai piccoli negozi

**Cattolica&Impresa negozio offre la copertura Guasti meccanici ed elettrici automaticamente inclusa nella garanzia base Incendio**

*Cattolica&Impresa negozio* è il nome del nuovo prodotto lanciato da **Cattolica** e rivolto ai gestori di negozi di dimensioni medio-piccole. Al suo interno sono presenti caratteristiche ancora inedite per il mercato italiano. La polizza è stata studiata per tutelare gli esercizi con una superficie commerciale inferiore a 200 metri quadrati, e con non più di cinque addetti complessivi. Oltre ai punti vendita, vengono poi assicurati i depositi e l'abitazione del titolare, purché siano entrambi ubicati nell'area di pertinenza dell'esercizio. L'obiettivo è quello di salvaguardare l'azienda commerciale per tutti i principali rischi ai quali può essere esposta: *Incendio e altri danni ai beni, Furto e rapina, Responsabilità civile (rct e rco)*; è inoltre inclusa la garanzia *Assistenza*.

Il nuovo prodotto di Cattolica presenta una novità per il mercato italiano: la copertura *Guasti meccanici ed elettrici* automaticamente inclusa nella garanzia base incendio, con una somma assicurata variabile in funzione della dimensione dell'esercizio, ma a costi il più possibile contenuti: questa garanzia permette di indennizzare le spese necessarie per la riparazione di apparecchiature elettroniche, o di impianti, che hanno subito un guasto.

Inoltre, grazie alla forma di assicurazione a primo rischio assoluto, il cliente non corre il pericolo di vedersi contestare parte del danno in caso di inadeguatezza delle somme assicurate. Per quanto riguarda la responsabilità civile verso i dipendenti, è prevista una franchigia fissa (anziché percentuale): in pratica il risarcimento sarà maggiore in caso di gravi invalidità permanenti. È poi contemplato il risarcimento dei danni cagionati a terzi durante l'esecuzione dei lavori di installazione e posa in opera delle merci vendute.

**B.M.**





insurance Trade®  
WWW.INSURANCETRADE.IT

INSURANCE  
REVIEW®

## INTERMEDIAZIONE ASSICURATIVA: *gli intermediari oltre la crisi*

Milano, 3 ottobre 2013

9.00 - 17.00

StarHotel Business Palace,  
Via Gaggia 3

**Iscriviti su [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it)**

*La partecipazione è riservata ad agenti, broker e compagnie*

**Scarica il programma completo**



**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 20 settembre di [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it)

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