

PRIMO PIANO

Fiaso, polizze
obbligatorie
per ospedali

Copertura assicurativa obbligatoria per Asl e ospedali; azione disciplinare obbligatoria in caso di colpa grave del personale sanitario, fino al licenziamento nell'ipotesi di ripetuti casi di grave responsabilità; rapida approvazione delle tabelle ministeriali per la quantificazione del risarcimento danni derivanti dall'attività sanitaria. Il tutto facendo salvo il diritto di regresso dell'azienda nei confronti del personale con sentenza passata in giudicato per dolo e colpa grave. Sono queste, in sintesi, le proposte avanzate dal presidente della Fiaso (Federazione italiana aziende sanitarie ospedaliere), Valerio Fabio Alberti, nel corso dell'audizione parlamentare di ieri in commissione Affari sociali della Camera, sui disegni di legge in discussione sulla responsabilità professionale del personale sanitario. Proposte che, secondo Alberti, "è auspicabile giungano al più presto a conclusione del loro iter parlamentare perché gli oltre 31 mila esposti annui che sommergono la sanità fanno lievitare i costi assicurativi e generano il fenomeno della medicina difensiva". La Fiaso ha proposto il potenziamento del software nazionale Simes per consentire al ministero della Salute e Regioni di raccogliere sistematicamente tutti i dati relativi ai sinistri denunciati.

Beniamino Musto

RISK MANAGEMENT

Tutti i rischi, in Italia
e nel mondo

Tassazione elevata, perdita di clientela, cyber risk, costi di produzione, regolamentazione restrittiva e in continuo mutamento. Questi i pericoli, percepiti dalle aziende italiane e internazionali presentati nel corso del convegno organizzato a Roma dai Lloyd's in collaborazione con Anra

Dal *cyber risk* al calo della produzione, dai rischi regolamentari a quelli ambientali e di salute, fino alle calamità naturali. Per capire come cambia la percezione dei rischi e il livello di preparazione delle aziende mondiali, Lloyd's e Anra (l'associazione dei risk manager) hanno presentato, a Roma, i dati del *Lloyd's risk Index report*, realizzato da Ipsos tra aprile e maggio 2013.

Giunta alla sua terza edizione, la ricerca ha messo in rilievo come sia cambiata la percezione dei rischi emergenti tra i responsabili di aziende di Asia (31%), Europa (28%), Nord America (26%), America del Sud (10%) e Sud Africa (5%).

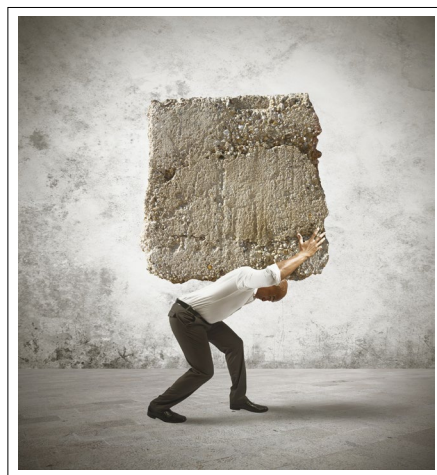
Se nel 2009 la percezione dei rischi e la capacità di rispondere a questi riguardava in modo equo le aziende, a prescindere dalla dimensione dell'impresa e dalla sua collocazione geografica, nel 2013, si registra una netta demarcazione tra mercati emergenti e tradizionali: nei primi, le piccole e medie imprese privilegiano la percezione rispetto alla preparazione; nei secondi avviene il contrario.

Il rischio più avvertito: la tassazione elevata, laddove l'aumento di tasse dirette e indirette hanno portato questo rischio dal 13° posto del 2011 al 1° del 2013, scavalcando il rischio di perdita della clientela che, nel 2011, era in *pole position*, mentre oggi è secondo in classifica; cresce anche la percezione del *cyber risk* che, se sottovalutato fino al 2011, oggi prende consistenza a causa dell'aumento dei furti di password nei siti professionali, quali LinkedIn e dell'interruzione dei siti informatici delle sei maggiori banche statunitensi, con un conseguente costo medio di violazioni informatiche, nel 2012, di 8,9 milioni di dollari per 56 organizzazioni. Sale nella classifica anche il rischio di un'eccessiva regolamentazione che, nel 2011, era al 10° posto e oggi al 5°.

Nel 2011, a considerarsi meglio preparati ai rischi di business rispetto ai precedenti due anni era il 70% degli intervistati, mentre nel 2013, la percentuale è scesa al 45%: in Europa si sente più preparato il 47% degli intervistati, contro il 30% dei nord americani, il 49% degli asiatici e il 62% dei latino americani.

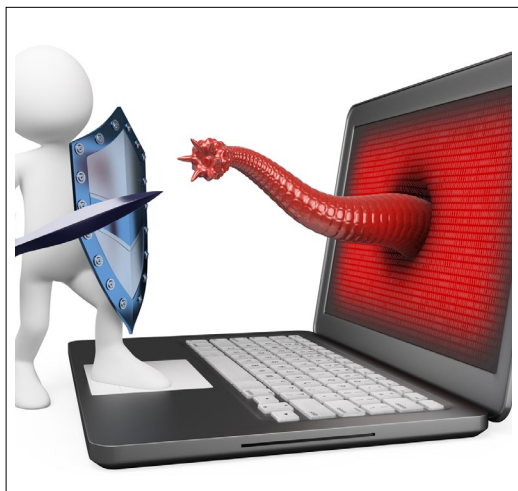
LA PERCEZIONE A LIVELLO EUROPEO

Anche a livello europeo, nella classifica dei cinque rischi più sentiti, al 1° e 2° posto troviamo la tassazione elevata (era al 6° posto nel 2011) e la perdita della clientela, a cui, in entrambi i casi, gli europei non si sentono preparati; al 3° posto si colloca la legislazione in continuo mutamento, che nella classifica globale figura al 6° posto, seguita dal costo e disponibilità di credito, laddove la diminuita fiducia nell'Europa porta ad un crescente pessimismo sulla possibilità di accedere al credito necessario, e dalla regolamentazione restrittiva dove, a farla da padrona, è l'incombente direttiva *Solvency II*. (continua a pag.2)



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

MERCOLEDÌ 20 NOVEMBRE 2013 N. 410



(continua da pag. 1)

I RISCHI PER LE AZIENDE ITALIANE

Nella classifica che riguarda l'Italia, ai primi tre posti troviamo ancora la tassazione elevata, la perdita di clientela (era al 7° posto nel 2011) e il costo e la disponibilità di credito; al 4° e 5° posto, rispettivamente, il rischio di insolvenza (era al 5° nel 2011) e il cambio di regolamentazione.

Discorso diverso, invece, quando si parla di preparazione ai rischi: al primo posto troviamo il rischio reputazionale seguito dai rischi industriali, dal cambio del tasso di interesse, dalla scarsità di talenti e competenze e dalla regolamentazione troppo stringente.

“In Italia – avverte **Andrea Corbino**, managing director di **Anv** (sindacato dei Lloyd's) – il vero problema è la sottovalutazione del cyber risk. Se ne parla ancora poco, nonostante il pericolo sia maggiore di quello che si percepisce: è il caso del cellulare clonato, dal quale possono partire messaggi minatori con tutte le evidenti ricadute penali e personali per il malcapitato o la clonazione della carta di credito”.

“I rischi digitali che le aziende devono affrontare – conferma **Benno Reischel**, Lloyd's Head of Europe – continueranno ad aumentare e a divenire più complessi: attacchi da diversi soggetti (criminali, attivisti, sponsorizzati da governi, ecc.) diverranno più frequenti, importanti e sofisticati e si registra una recente concentrazione di attacchi cibernetici da *hacker* (es. Sony, Citibank, Imf, GoogleMail). Generalmente le polizze di assicurazione tradizionali non coprono i rischi digitali, ma le coperture stanno aumentando, specialmente per la violazione dei dati”.

“È importante – sottolinea Corbino – condividere le informazioni: se non si fa divulgazione dei rischi, si continuerà a non vendere certe coperture, sulle quali è necessario fare cultura”.

IL BROKER CHE FA LA DIFFERENZA

Determinante è il ruolo del broker. “È necessario – avverte **Luigi Viganotti**, presidente **Acb** – lavorare sulle pmi, le quali, non avendo figure interne di risk manager, necessitano di quella cultura che solo il broker qualificato può fornirgli, soprattutto sui nuovi rischi. I broker non vendono polizze, ma consulenza: aiutano il cliente ad individuare il prodotto che meglio protegga l'azienda dai rischi emergenti, sulla base dell'attività svolta.

In questo senso – segnala – la crisi rappresenta un'opportunità: la minore disponibilità di spesa stimola il broker a venire incontro alle esigenze del cliente, insegnandogli ad analizzare e valutare i rischi in modo più appropriato, sviluppando concetti che ad oggi mancano all'interno delle pmi. Il nocciolo della questione è fare cultura assicurativa e questo può essere il valore aggiunto del broker, che diventa così una figura fondamentale”.

“Il problema, però – conclude **Carlo Marietti Andreani**, presidente **Aiba** – è anche la staticità del mercato domestico, ingessato sui rischi tradizionali; in questo senso, i Lloyd's sono stati uno stimolo, costringendo le assicurazioni ad uscire dai propri confini”.

La questione resta culturale: “le aziende – conclude **Paolo Rubini**, presidente Anra e risk manager **Te-lecom Italia** – hanno bisogno di nozioni di base di risk management, proposte da interlocutori che parlino un linguaggio semplice e che facciano rete per proporre tutti insieme un'attività di *risk management* più adeguata”.



Laura Servidio

**PER RICEVERE OGNI GIORNO “INSURANCE DAILY”,
IL PRIMO QUOTIDIANO DEL SETTORE ASSICURATIVO, ISCRIVITI
GRATUITAMENTE AL SITO WWW.INSURANCETRADE.IT**

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

DALLE AZIENDE

GutenbergNext: compagnie sempre più vicine ai Clienti



Affiancare
le Compagnie
sulla strada
della dema-
terializzazio-
ne,

innovare i processi di acquisizione dei contratti e assicurare, nel contempo, un servizio innovativo di gestione documentale in *cloud* anche ai clienti, questa è la *missione compiuta* di **GutenbergNext**, la soluzione che **Energent** propone per portare valore nell'*insurance*.

GutenbergNext è una soluzione di integrazione che avvicina la compagnia al cliente aumentando redditività e produttività attraverso un servizio di gestione documentale *cloud based* per gli assicurati, le imprese e la rete di vendita.

GutenbergNext è progettato e realizzato in architettura modulare e personalizzabile che permette, tramite funzioni specializzate, di rendere il servizio efficiente e di facile utilizzo in ogni sua fase (informativa, documentale, procedurale e legale), sfruttando anche le potenzialità della *mobility (tablet)* e della digitalizzazione della firma. L'interfacciamento e l'integrazione con i sistemi informativi è semplice, consentendo così di verificare tangibilmente la soluzione e apprezzare il sensibile risparmio dei costi inerenti l'ecosistema cartaceo del cliente.

GutenbergNext porta vantaggi alla compagnia, agli intermediari e ai clienti, in quanto la copia digitale mantiene la validità legale e fiscale, riduce i costi di generazione e conservazione della carta, è di facile e immediata consultazione, e tutta la documentazione contrattuale è sempre disponibile per la consultazione e la stampa da parte degli utenti autorizzati.

Si sottolinea la totale conformità con le funzioni per il cittadino contenute nel decreto Sviluppo bis e nel provvedimento Ivass numero 7 del 16 luglio 2013.

Per approfondire: www.gruppoenergent.it/soluzioni-servizi/gutenbergnext

www.gruppoenergent.it



SOLVENCY II - PILLOLE DI INFORMAZIONE

La diffusione della cultura del rischio

"Le due principali regole della vita stessa sono:

- 1. Il cambiamento è inevitabile*
- 2. Tutti cercano di resistere al cambiamento"*

La storia di **Solvency II** sembra rientrare in pieno nello schema proposto da **William Edwards Deming**, il luminare che ha posto la ricerca della qualità al centro dei sistemi produttivi. Infatti se da un lato era a tutti chiara la necessità di superare il precedente sistema di vigilanza prudenziale, dall'altro la fisiologica resistenza al cambiamento è stata alimentata dai continui slittamenti dell'entrata in vigore della direttiva. Le compagnie, che in questi anni hanno investito ingenti risorse nell'implementazione di Solvency II, hanno provato a dotarsi di strumenti che permettessero di mantenere alta, in azienda, l'attenzione sul tema, contribuendo così alla **diffusione della cultura al rischio** a tutti i livelli aziendali.

Il Regolatore, conscio della portata dei cambiamenti richiesti da Solvency II, ha identificato, infatti, nella diffusione della cultura del rischio il veicolo chiave per agevolare il processo di cambiamento. Questo non dovrà interessare solamente le *key functions* (risk management, compliance, audit e attuarial) ma dovrà essere esteso all'intero perimetro aziendale: solo così sarà possibile rispondere adeguatamente alla sfida lanciata dal regolatore. Oltre a garantire che il consiglio di amministrazione e l'alta direzione abbiano fatto proprie le logiche di Solvency II, occorre dunque assicurarsi che queste vengano assimilate anche ai livelli impiegatizi. Le compagnie hanno realizzato, il più delle volte, percorsi formativi specifici a seconda del ruolo ricoperto in azienda, con l'obiettivo di motivare e attivare tutta la popolazione aziendale nell'implementazione del nuovo sistema di vigilanza prudenziale.

Come già sottolineato, è importante che le compagnie continuino ad investire nella diffusione della cultura al rischio, anche utilizzando strumenti di riattivazione della conoscenza che permettano di mantenere alta l'attenzione nel tempo. Il successo del sistema produttivo giapponese, incentrato sul miglioramento continuo, non sarebbe stato possibile se uomini come Deming e **Kiichiro Toyoda** non avessero posto l'aspetto culturale al centro del nuovo paradigma produttivo. Nel caso di Solvency II, a dare forza al processo di cambiamento ci hanno pensato l'Europa e il **Trilogo** (Parlamento, Commissione e Consiglio Europeo) che, proprio in questi giorni, ha raggiunto il tanto atteso accordo politico per l'**entrata in vigore di Solvency II** a partire dal **1° gennaio 2016**. Tuttavia, se le compagnie vorranno sfruttare fino in fondo le opportunità offerte dal nuovo *framework* normativo, dovranno seguire l'esempio giapponese, facendo della gestione del rischio una questione di cultura.

Angelo Bianca,
senior consultant di Scs Consulting
Giacomo Tubiana,
consultant di Scs Consulting

¹ W.E. Deming (14/10/1900 - 20/12/1993) è stato un docente, saggista e consulente statunitense a cui viene riconosciuto il merito per gli studi sul miglioramento della produzione negli Stati Uniti d'America durante la Seconda guerra mondiale e soprattutto per il suo lavoro in Giappone (Ciclo di Deming).

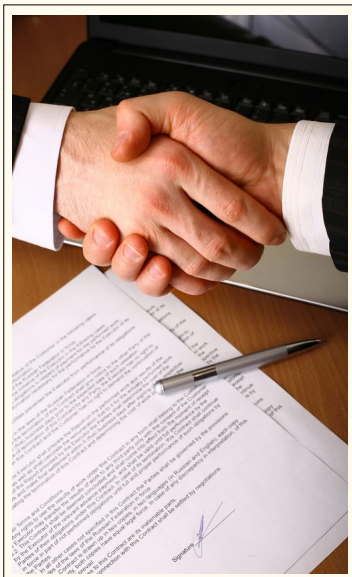


INTERMEDIARI

Collaborazioni

Risposte a domande frequenti su collaborazioni tra intermediari, ex art 22 l.221/2012

Le risposte pubblicate, raccolte da **Sna** anche durante il giro d'Italia *Collaboriamo*, si propongono di fornire chiarimenti, un contributo operativo e un supporto alla categoria, presentando il risultato di un confronto interno alla struttura (gruppo di lavoro, dipendenti) a seguito della valutazione dei consulenti legali del Sindacato.



D: È prevista qualche forma di comunicazione a Ivass per l'esercizio della collaborazione prevista dalla l. 221/2012? Esiste un registro apposito a tale scopo?

R: Non è previsto alcun Registro specifico per le collaborazioni in questione, né alcuna forma di comunicazione a Ivass.

D: Vi è obbligo di comunicare alle proprie compagnie mandanti i rapporti di collaborazione?

R: La legge non prevede alcun obbligo di comunicare alle proprie mandanti i rapporti di collaborazione instaurati.

D: Cosa accadrebbe se l'obbligo di comunicazione dei rapporti di collaborazione venisse previsto dai singoli mandati o da circolari specifiche delle compagnie mandanti?

R: Fermo restando quanto alla faq precedente, un simile obbligo sarebbe "suscettibile di configurare intesa restrittiva della concorrenza in violazione dell'articolo 101 del Tfu" (punto 27 e conclusioni Antitrust, delibera avvio istruttoria del 5/6/13). Come già accaduto, Sna vigilerà sui casi in cui le compagnie intendano introdurre tale adempimento intervenendo opportunamente al fine di preservare l'obiettivo di massima libertà e semplificazione.

D: Il modello 7B di un intermediario iscritto alla sezione A del RUI deve essere unico con indicazione anche di tutte le collaborazioni svolte con altri intermediari, o può essere diverso a seconda dei casi?

R: Come noto, Il modello 7b deve essere unico con riferimento ai

mandati diretti di un intermediario. Per quel che concerne le collaborazioni, riteniamo sufficiente che, ove un contratto sia concluso attraverso tale modalità, l'intermediario proponente (chi entra in contatto con il contraente), indichi nell'apposito spazio presente sul modello predisposto dal Sindacato: identità, sezione di appartenenza RUI, ruolo svolto dell'intermediario emittente.

D: Nel modello 7B l'informativa sulle modalità di adempimento agli obblighi di separazione patrimoniale/fideiussione va fornita con riferimento al proponente, all'emittente, a entrambi, o a chi incassa il premio?

R: Si premette che l'informativa/mod. 7B da consegnare al contraente è sempre quella relativa all'intermediario proponente che entra in contatto con il contraente. Ciò premesso, nel solo caso in cui il cliente effettuasse il pagamento direttamente all'intermediario emittente, il modello 7B consegnato dovrà contenere anche le informazioni riguardanti gli obblighi di separazione patrimoniale dello stesso.

D: In caso di collaborazione tra intermediari ex articolo 22, qualora a entrare in contatto con il contraente fosse un collaboratore iscritto in sez.E dell'agente proponente, è corretto/sufficiente, nel modello 7B identificare, tramite spunta, sia il soggetto che entra in contatto col cliente sia l'agente emittente coinvolto nel caso specifico?

R: Sì, in tal caso il collaboratore dell'intermediario proponente opererà non in maniera autonoma, ma esclusivamente in forza del rapporto di collaborazione che l'agente proponente ha sottoscritto con l'agente emittente, ai sensi della l. 221/2012, e sotto la sua responsabilità.

Occorre ricordare che collaborazioni dirette tra altre tipologie di intermediari che non siano quelli previsti dalla l. 221/2012 (cioè gli intermediari iscritti nelle sezioni A, B, D del RUI) non sono invece consentite.

(Si segnala che su alcuni aspetti potrebbero maturare in futuro interpretazioni diverse da quelle qui formulate, anche in virtù di eventuali evoluzioni normative. Per esigenze di sintesi, si omette di riportare annotazioni e riferimenti giuridici, su risposte a quesiti. Le risposte fornite vanno integrate con la modulistica presente nell'apposito dossier-guida, reperibile sul sito www.snaservice.it).

Insurance Daily

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio alaggio@insuranceconnect.itEditore e Redazione: Insurance Connect Srl, Via Montepulciano 21, 20124 Milano 02.36768000 redazione@insuranceconnect.itPer inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.itSupplemento al 20 novembre di www.insurancetrade.it

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