



PRIMO PIANO

Scatola nera, fissate le caratteristiche

Con la pubblicazione di ieri sulla Gazzetta Ufficiale del decreto del 25 gennaio scorso sono state fissate le caratteristiche tecniche della scatola nera per auto. I dispositivi sigillati devono essere ancorati a elementi fissi del veicolo; devono monitorare in tempo reale la velocità e fornire una diagnostica da remoto, trasmettendo periodicamente tutte le informazioni immagazzinate. Per questo dovranno essere dotate di un localizzatore gps, un impianto di trasmissione gprs, un accelerometro triassiale, due tipi di memoria (flash e ram), una batteria ricaricabile, un'antenna wireless e una diagnosi remota, in modo da verificare che il dispositivo non sia manomesso. Secondo il legislatore così si avrà la determinazione continuativa di posizione e velocità del veicolo, e sarà garantita l'incorruttibilità del dato raccolto con una percentuale superiore al 99%. Il decreto appena licenziato è soltanto il primo di tre specifici provvedimenti. Le questioni ancora in sospeso riguardano principalmente gli aspetti legati alla privacy degli utenti e all'utilizzazione dei dati raccolti da parte delle compagnie. Sul provvedimento, infine, pende il ricorso presentato dall'Ania presso il Tar del Lazio contro l'obbligatorietà dell'offerta di un prodotto con scatola nera.

Beniamino Musto

NORMATIVA

Il fardello delle polizze poliennali sgradite: come liberarsene?

In un mercato sempre più in cerca di libertà da vincoli la reintroduzione delle polizze poliennali avvenuta a decorrere dal 15 agosto 2009 è apparsa come un vero tentativo di restaurazione a danno dei consumatori.

Soprattutto se si considera che l'art. 1899 Cod civ, com'è noto purtroppo, nel momento in cui subordina l'efficacia della polizza poliennale all'applicazione di uno sconto sulla tariffa frontale, non offre alcuna indicazione né sul fatto che di tale sconto debba essere data evidenza, né sul come, così come tace in merito all'entità dello sconto che, in quanto tale, potrebbe anche essere anche minimo, ai limiti della beffa, per i consumatori specie i più ingenui che di solito non sono agevolati dal vincolo poliennale quanto le compagnie.

Vediamo dunque se e come sia possibile liberarsi in qualche modo di tale fardello.

PROVA SCRITTA PER LO SCONTO PRATICATO SUL PREMIO

Quanto all'obbligo di evidenziare lo sconto e il suo ammontare, è stato autorevolmente sostenuto da taluno, che la compagnia debba darne per entrambi la prova scritta ai sensi dell'art. 1888 Cod. civ che impone per il contratto di assicurazione la prova scritta.

Personalmente, pur condividendo le evidenti ragioni di tutela del consumatore a cui è preposta, tale interpretazione, dal punto di vista strettamente giuridico, consegue alcune perplessità.

La prima: quando la prova scritta è richiesta solo quale mezzo di prova, come nel caso di specie, il contratto di per sé resta pienamente valido anche se venisse redatto in forma orale; se poi sorgessero contestazioni, sarà sempre possibile o la confessione o deferire il giuramento decisorio per provare l'esistenza dei suoi elementi controversi.

La seconda: anche volendo prescindere da quanto sopra, si dovrà riflettere sulla circostanza che il problema dell'evidenza dello sconto nasce non tanto alla stipula del contratto, quanto nella delicatissima fase precontrattuale, allorquando l'intermediario è obbligato a dare al contraente tutte le informazioni necessarie per determinare quel consenso che verrà poi manifestato con la sottoscrizione del contratto.
(continua a p.2)



NEWS DA WWW.INSURANCETRADE.IT

Fonsai, assemblea convocata il 13 e 14 marzo

Su richiesta del commissario ad acta, **Matteo Caratozzolo**, i cda di **Fonsai** e **Milano Assicurazioni** hanno convocato per il 13 e 14 marzo l'assemblea ordinaria per deliberare sulla proposta di azione di responsabilità nei confronti di alcuni amministratori e sindaci. Gli azionisti dovranno valutare, sulla base della relazione del commissario, tutte le operazioni che la compagnia ha effettuato con la famiglia **Ligresti**. Caratozzolo era stato nominato lo scorso settembre dall'allora Isvap dopo che a giugno, quest'ultima, aveva riscontrato la presenza di gravi irregolarità nella gestione della società nel corso dei passati esercizi, mettendo nel mirino in particolare alcune operazioni con parti correlate, anche per compensi a esponenti della famiglia Ligresti. L'iniziativa del commissario Caratozzolo sarà mossa nei confronti di Salvatore Ligresti e dei tre figli Jonella, Giulia e Paolo, quali "amministratori di fatto e di diritto di Fondiaria Sai e di Milano, indipendentemente dalle particolari cariche rivestite e quand'anche non formalmente in carica".



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



(continua da p. 1) Allora appare chiaro che il problema della evidenziazione dello sconto si riflette, non tanto sulla validità del contratto, quanto sul piano della responsabilità precontrattuale dell'intermediario assicurativo in modo del tutto analogo a quanto è già successo in tema di intermediazione finanziaria.

In mancanza di esplicitazioni scritte sullo sconto, l'intermediario potrebbe vedersi contestare dall'assicurato la violazione di quanto disposto dall'art. 120 C.d Ass. nonché degli artt.li. 47 e 49 reg. 5/06 Isvap nella parte in cui prescrivono che gli intermediari oltre a comportarsi con correttezza e trasparenza - prima della sottoscrizione devono fornire al cliente tutte le informazioni necessarie per compiere una scelta consapevole; a tal fine illustrano al contraente "le caratteristiche, la durata, i costi ed i limiti della copertura nonché ogni altro elemento utile a fornire una informazione completa e corretta"

A non diverse considerazioni si giunge laddove si tenga a mente che ai sensi dell'art 53 Reg. 5/06 Isvap, l'intermediario deve proporre o consigliare all'assicurato solo contratti adeguati alle esigenze di quest'ultimo.

SANZIONI IN CASO DI ERRORI

Dalle suddette considerazioni emerge con evidenza che l'interesse a che sia data evidenza scritta dell'entità dello sconto praticato sul premio ai fini della recedibilità delle polizze pluriennali, è anche dell'intermediario il quale in difetto potrà andare incontro a pesanti sanzioni disciplinari nonché a richieste di risarcimento dei danni da parte dell'assicurato, quando un domani, avendo trovato una polizza più conveniente, qualcuno gli faccia capire come stanno realmente le cose. Altra parte della dottrina ha sostenuto che la mancata evidenza dello sconto potrebbe portare all'annullamento del consumatore sarebbe stato indotto in errore sulla caratteristiche del contratto, applicando la disciplina di cui all'art 1428 e ssg del Cod civ.

In realtà occorre ricordare, a mio avviso, che la fattispecie non è nuova essendo già stata ampiamente sperimentata in materia di intermediazione finanziaria dove valgono, in gran parte, analoghi obblighi informativi a tutela del consumatore. sanciti inizialmente dalle lettere "a" dell'art. 6, l. legge 1/91, e poi dai successivi regolamenti Consob e in via generale dal Tuf.

In questi casi la maggior parte della giurisprudenza ha ritenuto non applicabile la disciplina dell'errore perché l'errore non incide tanto sugli elementi essenziali del contratto ma solo su alcuni elementi accidentali (quale i termine di durata e il premio) utili non tanto per individuare la natura del contratto quanto solo ai fini di valutarne la convenienza economica. (cfr per tutti Cass 5139/2003)

LE SOLUZIONI POSSIBILI

Se vero quanto sopra, vediamo se ci sono altre strade per liberarsi di polizze poliennali sgradite; una delle più promettenti sembra essere quella della disciplina della novazione laddove, come spesso accade, ci si trovi in presenza di una polizza stipulata prima del 15 agosto 2009 che sia stata però rinnovata in qualche suo particolare successivamente e con l'occasione prorogata nella scadenza in senso poliennale limitandosi a segnalare nella appendice che tale polizza gode del famoso sconto di cui all'art 1899 Cod. civ.

Si dovrà ben considerare che ai sensi dell'art. 1231 del Cod. civ. il rilascio di un documento o la sua rinnovazione, l'apposizione o l'eliminazione di un termine e ogni altra modificazione accessoria dell'obbligazione non producono novazione .

Sotto tale profilo la Cassazione ha ritenuto in un caso di compravendita che "Perché possa verificarsi novazione oggettiva di una precedente obbligazione occorre che vi sia un mutamento sostanziale dell'obbligazione e, cioè, che con la seconda obbligazione siano apportati alla prima cambiamenti riguardanti l'oggetto della prestazione o la natura giuridica dell'obbligazione che trasformino questa in una nuova obbligazione incompatibile con la prima. *(continua a p.3)*



INSIEME A VOI
IL FUTURO CHE ABBIAMO PENSATO!



NOI SAPPIAMO
COSA VOGLIONO GLI AGENTI

vieni a scoprirci su
www.anapaweb.it



(continua da p.2) Conseguo che non sussiste novazione nel caso in cui in un contratto di vendita vi sia la semplice modificazione del prezzo, fermi restando gli altri elementi". (Cassazione Civile sez. II 12 settembre 2000 n. 12039).

In sostanza, secondo l'insegnamento della Cassazione, perché sussista novazione oggettiva devono concorrere entrambi gli elementi: uno soggettivo (*animus novandi*) consistente nella volontà manifesta di estinguere il primo rapporto giuridico e di sostituirlo con un altro; il secondo elemento (*aliquid novi*) consistente nell'effettiva costituzione di un rapporto giuridico obiettivamente diverso dal primo. In mancanza di uno dei due elementi la novazione non può dirsi conclusa.

In concreto, allora, per accertare se la novazione è avvenuta nei casi di cui sopra occorre tenere d'occhio alcuni indicatori che possono essere di aiuto. Il primo attiene al numero della polizza, che spesso rimane invariato. Si osserva che se veramente le parti avessero voluto novare il contratto la seconda polizza avrebbe necessariamente dovuto riportare un numero di polizza diverso.

Il secondo elemento consiste nel verificare se l'appendice di polizza successivamente sottoscritta riporta o meno la stessa data d'inizio della polizza originaria. Anche qui, se veramente l'appendice avesse carattere novativo dovrebbe riportare una nuova data d'effetto.

Aliquid novi. anche le modifiche introdotte nella seconda appendice devono essere abbastanza significative, tali da essere incompatibili con il primo. Infatti la semplice proroga della scadenza di un contratto non importa un mutamento sostanziale dell'obbligazione relativamente alla sua natura giuridica e all'oggetto della prestazione ma si limita a regolare delle modalità accessorie che, a norma dell'art 1231 Cod. civ., non producono novazione bensì confermano la volontà di mantenere in vita il precedente contratto (Cass 11/6/69 n.2069 in *Giust. civ.* 1969,1071 in materia di proroga del termine in contratto di mutuo). Né l'introduzione di piccole modifiche nelle garanzie accessorie o nei massimali nell'ambito di quella che, a tutti gli effetti, rimane di fatto la stessa polizza avente lo stesso oggetto fra le stesse parti può determinare significativi cambiamenti degli elementi essenziali del contratto precedentemente in essere.

In conclusione: nell'ipotesi di rinnovo di polizze pregresse, tutte le volte in cui sarà esclusa l'efficacia novativa della eventuale appendice sottoscritta dopo il 15 agosto 2009, appare evidente che il contratto in corso fra le parti è quello originario che sarà recedibile ai sensi della lg 40/07 nei termini ivi indicati.

Avv. Paolo de Angelis



RICERCHE

Rc Auto, aumenti diffusi e grandi differenze tra nord e sud

Secondo un'indagine dell'Ivass, le tariffe hanno fatto registrare fino a un +12% per gli scooter a Napoli e oltre 1.000 euro per assicurare una moto 200 cc

Tra ottobre e novembre 2012 ci sono stati aumenti tariffari diffusi nel settore Rc Auto. È quanto emerge dall'ultima indagine svolta dall'Ivass e pubblicata ieri sul sito dell'istituto di vigilanza. La ricerca ha coinvolto tutte le imprese sottoposte alla vigilanza dell'authority sul mercato assicurativo e ha preso in esame i prezzi praticati in 21 province per 11 tipologie standard di assicurati, sia automobilisti sia motociclisti, dei due sessi.

A livello locale, si osserva una forte differenziazione tra nord e sud: gli incrementi risultano più elevati nel blocco delle province meridionali (a Napoli fino a oltre 1.000 euro per un 200 cc) e più contenuti nelle province settentrionali.

Le differenze tra i due estremi della Penisola sono stridenti. L'Ivass evidenzia per un quarantenne che assicura un'autovettura di piccola cilindrata in classe di massimo sconto, nella provincia di Napoli, aumenti del 9% nel prezzo medio, che lo porta a superare i 1.200 euro. Per contro, il medesimo assicurato pagherebbe a Bolzano e Trento prezzi medi inferiori a 400 euro, con aumenti che non raggiungono l'1%. Parimenti, un cinquantacinquenne nella provincia di Napoli subisce incrementi medi del 10%, sia per le vetture a benzina (prezzo medio pari a 1.217) sia a gasolio (1.573), a fronte di aumenti dell'ordine dell'1% a Bolzano e Trento (tariffe inferiori a 500).

Nel settore delle due ruote, per i motocicli di 200 cc, i prezzi medi, abbastanza allineati per uomini e donne quarantenni, risultano in crescita, maggiormente per gli assicurati di sesso femminile, con punte nelle province di Napoli (1.009 euro, +10,4% rispetto all'anno precedente), Campobasso (291 euro, +12%), Bari (628 euro, +10,5%) e Palermo (569 euro, +11,4%).

Infine, pur permanendo delle differenze tra le tariffe per i ciclomotori guidati dai diciottenni dei due sessi, si osserva che i prezzi per gli assicurati di sesso femminile tendono a livellarsi al rialzo verso quelli degli uomini.

B.M.





MERCATO

Munich Re, utile netto quadruplicato nel 2012

Il gruppo tedesco della riassicurazione ha chiuso l'esercizio 2012 a 3,2 miliardi di euro, annunciando un aumento del dividendo per gli azionisti

Il gruppo **Munich Re**, tra i maggiori player nell'area della riassicurazione, ha chiuso il 2012 con un utile netto di 3,2 miliardi di euro, quadruplicando il proprio risultato rispetto ai 710 milioni con cui aveva chiuso l'esercizio 2011. Il gruppo ha quindi annunciato un aumento del dividendo a 7 euro per azione dai 6,25 precedenti. I risultati beneficiano del calo dei costi legati alle catastrofi naturali, che nel 2011 erano stati molto elevati, sebbene, nel quarto trimestre, l'utile sia sceso del 24% annuo, a 480 milioni.

“Questo risultato molto positivo - ha spiegato il Cfo, **Jörg Schneider** - si fonda sulla nostra rigorosa gestione del rischio, sulla disciplinata politica di sottoscrizione e sulla realizzazione di opportunità di business redditizio. I buoni progressi del 2012 - sottolinea - ci permetteranno di rafforzare ulteriormente le nostre risorse di capitale”.

Nel 2012, il gruppo ha registrato un risultato operativo di 5,4 miliardi di euro (contro gli 1,2 miliardi del 2011). Grazie soprattutto al profitto massimo annuale, il patrimonio netto di gruppo è aumentato di circa 4,1 miliardi, arrivando a 27,4 miliardi contro i 23,3 dell'anno precedente. I premi lordi contabilizzati dal gruppo nel corso dell'esercizio 2012 sono aumentati in modo significativo di oltre il 5%, portandosi a 52 miliardi, contro i 49,5 del 2011. Il totale degli investimenti al 31 dicembre 2012 è di 213,8 miliardi di euro (224,5 miliardi al valore di mercato, in aumento rispetto alla fine del 2011, quando chiuse a 201,7).

Nella sua attività di assicurazione diretta, Munich Re ha mostrato un utile di 250 milioni di euro (160 nel 2011) sulla base di dati preliminari. Una perdita di 90 milioni (70 nel 2011) è stata registrata nel quarto trimestre del 2012 a causa delle spese di ristrutturazione contabilizzate in quel periodo per il programma di riorganizzazione commerciale di Ergo, che ha influito negativamente sul risultato finale per circa 130 milioni.

Il risultato operativo è cresciuto del 54,3%, portandosi a 900 milioni. I premi lordi contabilizzati nell'esercizio finanziario 2012 sono scesi del 2,1%, a 17,1 miliardi (17,4 nel 2011). Il *combined ratio* del ramo danni è stato del 98,7% (99,1%) per l'anno nel suo complesso.

Il comparto riassicurazione ha contribuito per 3,1 miliardi di euro (contro i 500 milioni del 2011) al risultato consolidato, con un risultato operativo in aumento di 3,9 miliardi di euro, che si porta a 4,3 miliardi. Rispetto all'anno precedente, la raccolta è cresciuta di oltre l'8%, arrivando a 28,2 miliardi (26 nel 2011). Il *combined ratio* per la riassicurazione nel ramo infortuni è stato del 91% (113,8% nel 2011) di premi netti per l'anno nel suo complesso, e del 83,2% (101,8%) per il quarto trimestre.

Beniamino Musto

MANAGEMENT

Start up quinquennale

Con il termine *start up* si identifica l'operazione e il periodo durante il quale si avvia un'impresa. Nello startup possono avvenire operazioni di acquisizione delle risorse tecniche correnti, di definizione delle gerarchie e dei metodi di produzione, di ricerca di personale, ma anche studi di mercato con i quali si cerca di definire le attività e gli indirizzi aziendali (da *Wikipedia*, l'enciclopedia libera).

Quando si pensa allo *start up* si pensa a qualcosa di grande, con grossi investimenti alle spalle e un piano di business complesso. In realtà nel mondo delle assicurazioni gli intermediari ogni cinque anni dovrebbero ripartire da zero, come se la loro realtà fosse una sorta di *start up*.

Questo perché la routine ammazza il lavoro e riduce i redditi. Ecco che allora lo *start up* quinquennale ci viene in aiuto attraverso una rivitalizzazione delle nostre realtà e una migliore allocazione delle risorse, sia economiche che umane.

Ripianificare tutto come se fosse la partenza di un nuovo progetto ha il grosso vantaggio che tutto il superfluo viene eliminato, le risorse economiche (che scarseggiano quasi sempre) recuperano la dignità che si meritano e l'innovazione diventa la base su cui costruire la nuova azienda.

In realtà, però, seguire questa strada costa molta fatica, anche perché si deve rimettere tutto in discussione. Ecco che allora è opportuno affidarsi a qualcuno di esterno, che partendo da un'analisi approfondita della nostra impresa tracci le linee della "rifondazione" secondo delle logiche di mercato che non sono e non possono essere le stesse dei cinque anni precedenti.

La cosa funziona molto bene, si passa da una azienda vecchia con margini ridotti a una azienda moderna dove l'innovazione e la redditività sono gli elementi distintivi rispetto ai *competitors*.

L'operazione dovrebbe essere fatta, in termini di studio, verso settembre del quinto anno, per trovare il momento di partenza con il primo gennaio dell'anno successivo.

Attenzione però a non ricostituire un'azienda esattamente identica a quella dei cinque anni precedenti, poiché sarebbe un esercizio faticoso e completamente inutile. Lavorate sull'idea di realizzare un'azienda che trovi uno spazio di prestigio in un mercato che, per fortuna di chi la possiede, è totalmente mancante dell'innovazione.

*Leonardo Alberti,
trainer scuola di Palo Alto,
consulente di direzione strategica in ambito assicurativo,
docente vendite e management*