

PRIMO PIANO

È uscito Insurance Review #25

È in distribuzione il numero di giugno di Insurance Review, la rivista mensile dedicata al settore assicurativo e a tutto ciò che ruota intorno alla gestione dei rischi.

Tanti i temi affrontati questo mese: dall'evoluzione delle responsabilità, con le intuibili ricadute sui contratti assicurativi, ai nuovi progetti per la distribuzione e il marketing. La copertina del nuovo numero è dedicata proprio all'evoluzione delle agenzie e dei modelli distributivi: le compagnie confermano e anzi rilanciano il modello agenziale come perno della propria strategia mentre, contemporaneamente, l'intermediario deve dimostrare di poter essere competitivo anche tra dieci anni, riducendo i costi e aumentando i ricavi.

In questo contesto, negli ultimi tre anni, la tecnologia ha condizionato le scelte di business del settore, che è riuscito a coniugare tradizione e innovazione, come racconta Patrick Dixneuf, ceo di Aviva in Italia, intervistato da Maria Rosa Alaggio.

Ma Review è ancora molto altro. L'attualità, le rubriche, uno speciale sulla tutela legale e le iniziative "alternative" di Generali e Axa.

Per ricevere il mensile è necessario abbonarsi, scrivendo ad abbonamenti@insurance-connect.it, oppure accedendo alla pagina Abbonamenti di Insurancetrade.it, cliccando [qui](#).

MERCATO

Risultati e crescite attese

La prospettiva conferma un segnale di rallentamento dei prodotti tradizionali del ramo vita, in via di conversione verso prodotti più remunerativi, mentre si prevede ancora una restrizione nell'andamento dell'Rc auto

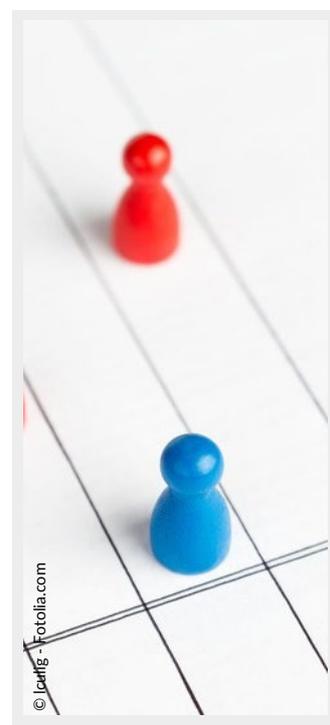
I dati recenti pubblicati da Ivass sul mercato assicurativo vita confermano la crescita eccezionale registrata dal comparto nel 2014 (+29.8% considerando anche le compagnie *cross border* monitorate da Ania), in accelerazione rispetto all'ottimo risultato già conseguito nel 2013 (+23.8%).

Tale vivace tendenza risulta confermata anche negli andamenti della nuova produzione vita rilevata da Ania a tutto il primo trimestre 2015 (+27,6% rispetto al corrispondente periodo del 2014).

A ben vedere, però, qualche segnale di rallentamento c'è e, come nelle attese, caratterizza in modo particolare i prodotti di tipo tradizionale, gli stessi che avevano trainato il mercato nel biennio passato. Nel primo trimestre di quest'anno, il ramo I ha registrato una crescita pari all'1,5% (contro il +65,4% del primo quarto del 2014) e il solo mese di marzo ha evidenziato un calo pari a -7,3% concentrato nei canali bancario e delle reti di promozione finanziaria. Di converso, a partire dalla seconda parte dell'anno scorso, hanno cominciato a crescere in modo sostenuto le polizze *unit linked*, che nel primo trimestre hanno raggiunto +94,3% rispetto al corrispondente periodo 2014.

Questa componente, unitamente alla soluzione ibrida delle cosiddette polizze multiramo, dovrebbe continuare a sostenere la dinamica del mercato anche nei prossimi anni, in un contesto di domanda in cui lo scenario prolungato di bassi tassi di interesse e il graduale ritorno della propensione al risparmio delle famiglie comporteranno una crescente attenzione alle opportunità di rendimento offerte dai mercati finanziari, anche in logica di reinvestimento e/o conversione dei portafogli da attività *risk free* a rendimenti marginali o nulli. Inoltre il *vestito assicurativo* gode di alcuni privilegi fiscali (differimento del pagamento delle imposte alla fase di realizzo, esenzione dall'imposta di bollo della componente investita in gestione separata delle polizze multiramo, esclusione dal pagamento di imposte successorie da parte dei beneficiari) che, unitamente alle marginalità offerte agli operatori (componenti commissionali e scarso assorbimento di capitale), lo rendono particolarmente gradito sia alla domanda sia all'offerta.

(continua a pag. 2)



INSURANCE CONNECT su FACEBOOK

Seguici sulla pagina cliccando qui





(continua da pag. 1)

PRODOTTI NUOVI NEL MULTIRAMO

Dal punto di vista dell'innovazione di prodotto, il primo trimestre 2015 sta evidenziando interventi di revisione generalizzati, ma relativamente marginali, sulla gamma dei prodotti rivalutabili. Le nuove emissioni di prodotto, soprattutto da parte del canale bancario, si stanno invece concentrando, coerentemente con le tendenze sopra indicate, sulle polizze unit linked e multiramo. Se da un lato i nuovi prodotti unit non mostrano caratteristiche particolarmente innovative, una maggiore varietà di proposte la si riscontra invece sui multiramo, laddove la percentuale di investimento minimo in fondi e le opzioni collegate all'investimento costituiscono due elementi di forte differenziazione tra le nuove soluzioni messe a disposizione della clientela.

In prospettiva, l'evoluzione attesa sulle diverse categorie di prodotti continuerà a sostenere l'andamento del mercato vita, che risulterà ancora vivace per quest'anno ma su dinamiche relativamente distanti da quelle del recente passato, e dovrebbe progressivamente ritornare su andamenti più in linea con la crescita fisiologica del mercato nel prossimo biennio.

I DANNI NON COMPENSANO LA RC AUTO

Se poniamo, invece, l'attenzione al segmento danni notiamo come l'anno appena trascorso sia stato caratterizzato da una raccolta premi pari a 37 miliardi di euro e da una contrazione del 2,7% rispetto al 2013. A tale andamento ha contribuito principalmente la forte diminuzione dei premi del settore auto (-6,2%), solo in parte controbilanciata dalla più contenuta crescita dei premi degli altri rami danni (+1,1%).

Anche le prime evidenze sul trimestre 2015 pubblicate da Ania confermano, ancora una volta, un segno negativo per la dinamica della raccolta Rca (-6,7%): si tratta dell'undicesima variazione tendenziale negativa (a livello trimestrale) e di un trend che non si era mai registrato in questo ramo, per lo meno con variazioni negative così prolungate e così pronunciate. Su questo settore sono ancora molto forti le politiche concorrenziali sui premi praticati, favorite anche da una diminuzione della frequenza sinistri che ha consentito significative riduzioni tariffarie. Tuttavia, le attese per l'anno in corso dovrebbero vedere ancora una riduzione del premio medio, seppur su livelli più contenuti.

Sul fronte Cvt, il dato sul trimestre (leggera crescita dello 0,6%), interrompe un trend di contrazione avviatosi nel 2008: l'incremento della vendita di nuove autovetture nei primi tre mesi dell'anno ha certamente contribuito all'inversione del trend, anche se non ancora in maniera così incisiva.

Segnali positivi anche sugli altri rami, che nel complesso evidenziano una crescita della raccolta premi pari al 2,5%; la distribuzione della raccolta passa principalmente per il canale agenziale ma procede la crescita di quota degli sportelli bancari e postali. Questo segmento di mercato è indubbiamente interessato da una vivace innovazione, sia di prodotto sia di servizio: si cerca di parlare un linguaggio nuovo, più vicino ai nuovi target, alle nuove esigenze, ai nuovi strumenti comunicativi.

In prospettiva la ripresa del mercato non auto sarà ancora modesta, condizionata dai rami più legati al ciclo economico; più vivace, invece, la dinamica del segmento Personal line.



Federica Orsini
senior manager di Prometeia
Lucia Valentini
senior consultant di Prometeia

TECNOLOGIA & RISK MANAGEMENT

La rivoluzione dell'internet delle cose

In un futuro (forse non troppo lontano) circoleranno auto senza pilota che potremo controllare attraverso lo smartwatch; le potenzialità dell'internet of things, l'evoluzione dei dispositivi digitali connessi agli oggetti e le implicazioni assicurative che questo nuovo scenario determinerà sono stati i temi protagonisti di un evento organizzato da Aig Italia

Farsi venire a prendere dalla propria automobile (senza pilota), senza dover andare a recuperarla al parcheggio. Cambiare il colore delle tende di casa toccando lo smartwatch. Potrebbero apparire esagerazioni fantascientifiche, ma sono azioni che presto potranno diventare abitudini quotidiane. D'altronde basta fare solo un piccolo salto indietro nel tempo per ricordarsi di quanto fossero diverse le nostre abitudini solo dieci anni fa. Siamo nel mezzo di una rivoluzione digitale il cui fulcro si chiama internet delle cose, espressione con cui si sintetizza l'utilizzo sempre più diffuso di macchinari e sensori connessi a internet. Per parlare a tutto tondo di questo tema, il gruppo Aig (in collaborazione con Anra e Cunningham Lindsey Lercari) ha organizzato ieri a Milano un evento nel corso del quale sono state illustrate potenzialità e rischi di queste nuove tecnologie.

Il tangibile converge verso il digitale

Un panel di prestigio, quello chiamato a discutere del tema, che si è avvalso, tra gli altri, dell'apporto di **Carlo Ratti**, professore presso il prestigioso Massachusetts institute of technology (Mit) di Boston (dove dirige il *Seanseable City Lab*), nonché ideatore e curatore dell'avveniristico padiglione sul Future Food, allestito all'Expo di Milano. Secondo Ratti, "l'umanità ha intrapreso un percorso dove tutto ciò che è tangibile sta a poco a poco convergendo verso il digitale": tutti gli oggetti che conosciamo potranno sempre di più essere connessi e controllati attraverso lo scambio di dati. Uno degli ambiti in cui questa convergenza si sta verificando in modo più rapido è quello dei trasporti: l'avvento delle automobili senza pilota, ad esempio, si appresterà a rivoluzionare completamente il concetto di mobilità (e quello di assicurazione). C'è addirittura chi, come la città-Stato di Singapore, intende bruciare tutti sul tempo nello sviluppo di questo sistema. "Chiaramente tutto questo comporta anche un cambio radicale del concetto di rischio", ammette Ratti che, sempre nel campo della mobilità, cita un'altra innovazione, questa volta legata al mondo dell'agricoltura: i trattori senza operatore. "Si potrà ottimizzare la produzione superando i limiti della monocultura, grazie alla capacità di piantare i semi millimetricamente", afferma il professore dell'Mit.

E, per restare in tema di cibo, presto cambierà anche il nostro approccio al consumo alimentare. "Non significa che mangeremo pillole, come qualche bizzarro scrittore di fantascienza pronosticava negli anni '60. Del futuro non occorre parlare, ma bisogna contribuire a costruirlo, provando a capire quali innovazioni funzionano e quali no". Nel caso del cibo, "tutti noi sappiamo che le persone amano avere un contatto fisico con ciò che mangiano. Per questo con il Future Food district di Expo Milano abbiamo pensato di presentare il cibo offrendo al consumatore anche quelle informazioni che non riescono a essere riportate nell'etichetta, e che possono essere reperite passando la mano sopra il prodotto e interagendo con esso".

L'era del self-internet

L'attuale sviluppo tecnologico consente innumerevoli applicazioni dell'internet delle cose alla nostra vita. "La domanda che ci dobbiamo porre non è cosa possiamo fare con la tecnologia, ma cosa ha senso realizzare". È questo l'assunto da cui parte **Shawn DuBravac**, chief economist della **Consumer Electronics Association** (Cea), e autore del volume *Digital destiny*. Come la nuova era dei dati trasformerà il modo in cui lavoriamo, viviamo e comunichiamo. Parlando della tendenza a digitalizzare tutto ciò che appartiene al nostro spazio fisico, DuBravac individua un passaggio storico fondamentale da un'epoca in cui l'uomo interloquiva con un computer statico all'attuale epoca in cui tutto è ibridizzato. La tendenza è all'autonomizzazione, processo che ci sta portando "alla terza fase dello sviluppo di internet: il self-internet", dove internet diventa parte degli oggetti intorno a noi, e dove siamo noi a decidere cosa usare e come farlo. Quali implicazioni porterà tutto ciò? "Cambierà non solo il modo in cui prendiamo le decisioni – avverte DuBravac – ma anche il prezzo che decideremo di dare al rischio".

Grandi opportunità, ma grandi rischi

Sintetizzando si può dunque affermare che, a nuove opportunità, si accompagnano (in misura ancora non quantificabile) nuove implicazioni (su tutte quella legata alla privacy) e nuovi rischi, tra quello più evidente riguarda il pericolo di attacchi informatici da parte di hacker a danno dei sistemi su cui verterà la nostra vita quotidiana. A ciò vanno aggiunti i risvolti legislativi: "probabilmente sorgeranno diverse problematiche cyber-fisiche per determinare dove finirà la responsabilità della macchina e dove inizia quella dell'uomo da cui è partito l'input". Motivo per cui, chiosa **Jane Tutoki**, global ceo di Cunningham Lindsey "il mercato futuro sarà destinato a sviluppare tipologie di polizze del tutto nuove".



Un momento del dibattito

 IL PUNTO SU...

Fino dove arriva il diritto di cronaca

Quali sono i limiti tra diritto all'informazione e diritto alla privacy? Una recente sentenza definisce con maggiore precisione gli ambiti entro i quali è possibile pubblicare immagini di persone senza il loro consenso

Ogni tanto, frugando negli archivi delle sentenze più recenti emanate dai tribunali dello Stato, ci imbattiamo in vicende curiose che approdano, come nel caso che ci apprestiamo a raccontare, in decisioni ove i principi giuridici di tutela della persona trovano piena applicazione pratica e giuridica, ad opera di una magistratura sempre più attenta alla persona ed ai suoi diritti soggettivi.

Così leggiamo questa bella sentenza (nel senso della chiara motivazione e della lineare applicazione degli istituti posti dal nostro ordinamento a tutela della privacy delle persone) depositata dal tribunale di Milano (sezione I, del 16 aprile 2015, estensore giudice Dott. **Patrizio Gattari**) che affronta una questione assai frequente nell'editoria a diffusione popolare: la pubblicazione di immagini fotografiche di personaggi famosi in situazioni private del tutto estranee al loro habitat professionale, ovvero al contesto sociale nel quale si esercita la loro popolarità.

Così un notissimo conduttore televisivo si duole, assieme alla consorte, della pubblicazione su un giornale a grande diffusione popolare delle foto che lo ritraggono in momenti di puro relax durante una vacanza alle Maldive, lamentando la lesione dei propri diritti della personalità, quali sono quello all'immagine, alla riservatezza ed alla sfera privata.

Il discrimine dell'autorizzazione

Si difendono in corte l'editore ed il direttore della testata giornalistica, riferendo che la pubblicazione delle dette immagini (non autorizzata) corrispondeva ad un legittimo esercizio del diritto di cronaca, ritenendo che avessero rilievo nel contesto dell'informazione alla collettività il luogo e le modalità in cui il personaggio pubblico in questione trascorresse il suo tempo libero.

In una sentenza che si articola in modo lineare e chiaro nei sistemi che regolano il difficile conflitto tra il diritto di cronaca e il libero esercizio della personalità di soggetti, ancorché famosi, il tribunale di Milano dà dunque ragione alla parte attrice, riconoscendo la violazione della privacy e la lesione dei diritti di immagine dei personaggi ripresi, condannando i convenuti al risarcimento dei danni patrimoniali e non patrimoniali.

Nel ripercorrere i presupposti dell'illecito commesso, il giudice estensore rammenta che la legge sul diritto di autore (n. 633 del 1941) vieta la pubblicazione di immagini di una persona per fini commerciali, senza il suo consenso, tranne il caso in cui tale riproduzione sia collegata alla stessa funzione pubblica esercitata dal soggetto.



Nel caso specifico, invece, le immagini ritraevano la coppia celebre in una località turistica in esercizio di vita quotidiana del tutto avulsa da un qualunque riferimento alla funzione pubblica del personaggio televisivo e, pertanto, tale da non giustificare il diritto alla divulgazione delle immagini nonostante il diniego di autorizzazione.

Il riconoscimento del danno

La sentenza è altresì interessante per le partite di danno riconosciute alle vittime dell'azione illecita dell'editore. Il tribunale di Milano infatti accoglie le domande di ristoro tanto del danno patrimoniale che del danno non patrimoniale.

Quanto al primo, il giudice ritiene che "l'illecita pubblicazione dell'immagine altrui obbliga al risarcimento anche dei danni patrimoniali, che consistono nel pregiudizio economico di cui la persona danneggiata abbia subito pregiudizio: in ogni caso la parte lesa può far valere il diritto al pagamento di una somma corrispondente al compenso che avrebbe presumibilmente richiesto per concedere il suo consenso alla pubblicazione".

Quanto invece al danno non patrimoniale, il tribunale ritiene che la lesione dei diritti della personalità (come l'immagine, la riservatezza e la sfera privata) determini una sofferenza psicologica nella parte lesa che vada compensata con moneta risarcitoria riferibile alla violenza subita con la captazione di momenti della vita privata e con la loro diffusione su scala nazionale.

Con motivazione ben articolata e condivisibile, dunque, il tribunale risarcisce agli attori (al conduttore famoso ed alla consorte) una somma complessiva di 25.000 euro oltre le spese legali, suddivise ed attribuite in ragione del numero degli scatti illecitamente pubblicati e della incidenza nella sfera emotiva del singolo sia come personaggio pubblico che come privato cittadino.

Filippo Martini,
Studio Mrv

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