



## EDITORIALE

### Strategie per Pmi che non si arrendono alla crisi

Le Pmi sono al tracollo e gli imprenditori continuano a lavorare perché obbligati: volentieri ripiegherebbero verso un più sereno lavoro fisso, tassativamente da dipendente. Se solo riuscissero a trovarlo... Questa la voce del presidente Piccola Industria Abruzzo, Modesto Lolli, intervenuto giovedì scorso a un convegno organizzato a Tagliacozzo (AQ) in collaborazione con Anra e diverse compagnie di assicurazioni. Una posizione dura che, purtroppo, rispecchia molte realtà dei distretti economici del nostro Paese, dalla verde Brianza al più remoto paese del Sud. Arrendersi a questo dato di fatto, tra vane richieste di interventi legislativi a favore di un reale sostegno alle imprese, è però difficile. O, almeno, non rientra nella visione del settore assicurativo, che al target delle pmi continua a puntare con interesse. Le banche, insieme alle compagnie, potrebbero rappresentare un importante volano per la crescita. Se non fossero oppresse dai ripetuti downgrading e dai conti che non tornano e che impongono tagli di portata più o meno importante. Che fare allora? L'arduo compito di avvicinare le Pmi è lasciato agli intermediari, agenti e broker, ai quali vanno necessariamente dati strumenti di vendita validi, oltre che obiettivi di business da raggiungere. Strumenti che siano in grado di fare leva su quella parte di imprenditoria italiana che, nonostante le difficoltà, ha voglia di continuare a mettersi in gioco, di investire e di trovare, a tutti i costi, una via di uscita per sé e per il nostro Paese.

**Maria Rosa Alaggio,**  
direttore Insurance Magazine  
e Insurance Trade  
alaggio@insuranceconnect.it

## MERCATO

### Previsioni per l'immediato futuro

In una fase di rallentamento e di contrazione dell'economia mondiale, il settore RC auto in Italia presenta ancora valori positivi. In prospettiva da considerare il ruolo crescente dei canali on line e bancario, con i comparatori come possibile motore di sviluppo

La crisi nata dal 2008 continua a far sentire i suoi effetti sui Paesi industrializzati ed anche sui Paesi emergenti, che subiscono un rallentamento dei tassi di crescita. In modo particolare in Italia, Prometeia stima nel 2012 una contrazione del PIL superiore all'1% causata dalla diminuzione della domanda interna.

Focalizzando l'attenzione sul comparto RC auto, secondo **Federica Orsini**, senior manager di **Prometeia**, il 2011 ha chiuso con un -11% di immatricolazioni, trend che si conferma nella prima parte del 2012: "A tutto maggio siamo a -18%, con una dinamica negativa sia sul fronte delle auto di famiglia che sul fronte business, un settore che nel 2011 aveva tenuto grazie soprattutto ai comportamenti del comparto noleggio".

Neppure per le "2 ruote" le notizie sono confortanti: "Non esiste una sorta di compensazione tra 2 e 4 ruote; la differenza tra nuove iscrizioni e radiazioni è ancora positiva ma in riduzione: è preoccupante soprattutto la contrazione del parco delle nuove auto: secondo un'indagine campionaria di ANIA il trend è iniziato già nel 2009, peggiorando nel 2010 (-0.6%) e nel 2011 (-1.5%)".

Ad influenzare l'andamento delle immatricolazioni contribuisce la diminuzione dell'uso dell'auto negli ultimi anni da parte delle famiglie: "Tutto ciò ha portato ad una riduzione del numero dei sinistri" - continua Orsini - "Dal 2007 al 2011 si è assistito alla riduzione di frequenza dei sinistri che è passata dal 7.7 al 6.7%. Per contro, c'è un aumento del costo medio dei sinistri stessi, in parte dovuto all'aumento del prezzo medio dei pezzi di ricambio, in parte al fenomeno crescente della mancata denuncia degli incidenti di minore entità che porta all'incremento del costo medio dei sinistri nel loro complesso".

Un simile andamento, inatteso agli inizi della crisi, ha portato al peggioramento del livello di equilibrio tecnico per le compagnie che, secondo i dati di Prometeia, hanno avuto livelli di combine ratio pari al 107.7% nel 2009, via via migliorati a seguito di specifiche azioni. Precisa Orsini: "Per portare la marginalità in equilibrio le compagnie assicurative hanno adottato politiche di prezzo più attente, con una riduzione della flessibilità scontistica e una mutualità più selettiva che hanno condotto ad una fase di risanamento tecnico ormai avanzata ma che non può definirsi conclusa".

Il volume di raccolta dell'RC Auto vede un trend di crescita, con un +4.2% nel 2010, +5.2% nel 2011 e ancora un +1.4% nel primo trimestre del 2012 sul periodo corrispondente del 2011: sempre secondo Prometeia invece la raccolta del comparto CVT è in contrazione perché risente del calo delle immatricolazioni.

#### OPERATORI ON LINE MEGLIO DI ALTRI

Diverso l'andamento del mercato degli operatori assicurativi on line che cresce con tassi intorno al 20% sia nel 2010 che nel 2011: una positività dovuta a diversi fattori, non ultimo il fatto che si tratti di un settore ancora giovane. (continua a p.2)



Federica Orsini, senior manager di Prometeia



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



*(continua da p. 1)* Questo ha permesso un incremento significativo delle quote di mercato che passano dal 6.8 di fine 2011 al 7.3% dei primi tre mesi del 2012. Secondo Federica Orsini la crescita non è dovuta solo al settore auto: “Dalla RC auto l’offerta degli operatori on line si sta aprendo ad altri settori, soprattutto nei prodotti dedicati alla persona come salute, abitazione o viaggi; in alcuni casi polizze nel campo vita, limitate a prodotti di puro rischio come le temporanee in caso morte o prodotti rivalutabili. È chiaro che si tratta di una fase di esordio, ma ad oggi il comparto non-auto pesa per il 10% del volume complessivo per cui si prevede debba ancora rafforzarsi”.

Si sta allargando anche la base dei clienti on line: “Circa il 80% di chi acquista polizze on line è uomo, relativamente giovane, (anche se aumentano i clienti di fasce di età più elevata), persone di istruzione medio - alta che praticano il web. Più che all’inizio è una tendenza che si vede anche al centro-sud Italia. In genere la motivazione è sempre di tipo economico”. Anche gli operatori on line in questa fase si trovano nella necessità di riposizionare gli equilibri tecnici. Ci dice ancora Orsini: “Mentre possiamo dire che attualmente le compagnie tradizionali hanno quasi compiuto questo passaggio, parlando con gli operatori on line abbiamo visto che qualcuno sente la necessità di rivedere la mutualità e le politiche di pricing. Il risultato inciderà sul gap di prezzo tra i due canali distributivi, anche se permane un chiaro vantaggio di costo che caratterizza i prodotti venduti su web rispetto ai canali tradizionali”. Certo è che questa necessità di risanamento tecnico va ad impattare sulle previsioni evolutive per il canale.

Un altro ambito che va ad impattare sul mercato assicurativo RC Auto riguarda la distribuzione nel canale bancario: “Oggi i volumi sono molto contenuti ma, a giudicare dalle dichiarazioni d’intenti di importanti operatori, ci si sta rivolgendo in modo crescente, con strategie mirate e con la volontà di incrementare questa strategia di business”.

## LE PROSPETTIVE DEI COMPARATORI

I comparatori sono sistemi nati nel comparto auto ma attualmente qualcuno di questi opera anche su una gamma di prodotti più ampia e Prometeia ritiene possano avere un ruolo di rilievo nello sviluppo della vendita di prodotti diversi dal settore Auto: “I comparatori hanno la capacità di diventare elemento di forte sviluppo del mercato, perché aiutano il consumatore a confrontare in maniera più facile e diretta alcuni prodotti tra loro. Attualmente però in Italia tali sistemi sono identificati quasi come broker on line, che privilegiano il confronto tra le compagnie con cui hanno stabilito un accordo commerciale e di conseguenza non sempre garantiscono equità del confronto tra tutti gli operatori presenti sul mercato. Se così non fosse, il loro ruolo di diffusione e informazione potrebbe diventare importantissimo”.

In conclusione secondo le analisi di Prometeia, possiamo aspettarci ancora una crescita del comparto assicurativo, in modo particolare la RC Auto avrà valori positivi anche nel 2012, pur con dinamica più contenuta rispetto al biennio precedente Secondo Federica Orsini “è possibile che successivamente la RCA si porti su valori negativi, o su tassi più contenuti, dipenderà in buona parte dall’articolo 34 della Legge sulle Liberalizzazioni”.

*Maria Moro*

**RISK  
MANAGER** Master

**LOSS  
ADJUSTER** Master

 **CINEAS**  
PER UNA CULTURA DEL RISCHIO

> approfondisci su [www.cineas.it](http://www.cineas.it)



## Un confronto sul plurimandato

In occasione dei festeggiamenti per i suoi ottanta anni di attività, Uca Assicurazione ha organizzato una tavola rotonda che, attraverso la voce diretta degli agenti, affronta i temi più caldi dell'intermediazione del nostro Paese

Indipendenza, plurimandato, collaborazione A con A. Parole chiave del mondo assicurativo di oggi, anche perché continuamente soggette alle evoluzioni normative che, dall'articolo 34 del Decreto Liberalizzazioni al Regolamento 49 dell'Isvap, ne stanno in vario modo cambiando o ampliando il significato. "Il Decreto Crescita sembrerebbe reintrodurre il plurimandato, se non per legge, almeno di fatto perché contempla espressamente forme di collaborazione tra agenti". Sulla scorta di questa indiscrezione trapelata dal pre-Consiglio dei Ministri dell'11 settembre si è aperta pochi giorni dopo la tavola rotonda "Intermediari Uca: indipendenza e plurimandato". Un tema che ha suscitato un dibattito ampiamente partecipato dalle tante persone - agenti, collaboratori e dipendenti Uca - intervenute per festeggiare gli ottant'anni della compagnia torinese specializzata in tutela legale. In particolare, il moderatore dell'incontro, l'avvocato **Rudi Floreani**, ha chiamato gli intervenuti a confrontarsi sul senso del plurimandato, sulla sua effettiva realizzabilità e sulle soluzioni avanzate in materia dall'attuale Governo. Ne è emerso un quadro articolato e complesso che ben rappresenta le preoccupazioni e gli interessi che in questo momento animano il panorama assicurativo e agenziale. **Sergio Rovera**, presidente gruppi agenti **Axa**, ad esempio ha posto l'attenzione sul plurimandato specialistico "questo solo capace di creare vera concorrenza e incrementare la professionalizzazione del settore", mentre l'ipotesi della collaborazione A con A avrebbe il solo effetto di far nascere "una guerra tra poveri" sollevando problematiche inerenti le questioni dei subagenti, della proprietà dei dati e di quella dei clienti una volta raggiunto il periodo di quiescenza. Preoccupazioni reali, avvertite dalla categoria, ma che secondo **Tiziana Belotti**, responsabile **Sna** di Milano, occorre superare per rimanere sul mercato: "la collaborazione A con A non è certo la soluzione ottimale, ma è l'estremo rimedio. Può comportare delle perdite provvisorie - ha ammesso - ma ci consente di non perdere clienti e dunque potenzialmente di addivenire a guadagni futuri".



"Introdurre de facto o de iure il plurimandato è inutile se prima non si eliminano gli impedimenti concreti che ne ostacolano la fattibilità - ha invece sottolineato **Pietro Melis**, presidente gruppi agenti **Agit** - come fa un agente ad essere davvero plurimandatario se poi il contratto d'affitto dell'agenzia e l'utenza telefonica sono intestate ad una compagnia, se del suo fondo di assistenza e della liquidazione del suo portafoglio se ne occupa una compagnia?".

Le direttive europee chiedono alle assicurazioni italiane di mettere la centro l'interesse del consumatore, di far ruotare il loro business attorno a due concetti: best practice e best advice.

### COMPAGNIE GENERALISTE E BISOGNO DI SPECIALIZZAZIONE

"Ma non esiste nessuna compagnia generalista in grado di soddisfare al meglio tutti i bisogni di protezione di diverse tipologie di individui e imprese - fa notare **Roberto Conforti**, vicepresidente **Uea** - è ovvio che molto spesso il prodotto migliore è quello offerto da una compagnia specializzata". Una risposta che mette davvero al primo posto le esigenze di qualità e risparmio dei consumatori viene dall'Irlanda, suggerisce Conforti, dove è stata creata una piattaforma informatica in cui tutte le compagnie sono obbligate per legge a indicare "la loro offerta di prodotto in modo che l'intermediario possa davvero scegliere in modo trasparente ed esaustivo la copertura più efficace per il proprio cliente". E in tema di nuove tecnologie, l'ultimo intervento è stato quello di **Roberto Pietramala**, presidente gruppi agenti **Navale**, che ha sostenuto la necessità di ripensare il sistema agenziale a partire dall'adeguamento dei mezzi e degli strumenti informatici. "Internet, i social media e i comparatori hanno cambiato le modalità di fruizione del servizio assicurativo, il legislatore deve intervenire a normare anche questi aspetti e gli agenti devono pensare a come e dove vogliono stare nel futuro".

### ULTIM'ORA

## Fitch conferma l'outlook negativo per le assicurazioni in Italia

Faro acceso dall'agenzia di rating sulla maggior parte delle compagnie in vista di un declassamento entro i prossimi due anni. Per leggere la notizia completa collegati a questo link <http://bit.ly/U3AOHr> su [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it)

*Diana Pastarini*



## LIBERE PROFESSIONI

### Ricominciare da zero, anzi da tre



Il libero professionista deve assolutamente mettere in cascina del fieno per poter far fronte ai momenti di magra. In questo periodo è difficile trovare consulenze, le aziende sono molto attente ai costi, la concorrenza è sempre più agguerrita e l'offerta estremamente varia e completa.

Oggi più che mai bisogna darsi da fare per crearsi nuove opportunità. Ma come si fa?

Le regole sono sempre le stesse. In un mondo dove vige la globalizzazione l'uomo non può essere solo, il professionista deve aggredire il mercato trovando delle piccole opportunità, cercando di portare un reale valore aggiunto in termini consulenziali. Vanno necessariamente sfruttate le economie di scala attraverso forme associative finalizzate a competere con le aziende di grandi dimensioni. Stiamo praticamente assistendo a quanto avvenuto nei beni di largo consumo, dove la grande distribuzione ha cancellato definitivamente i piccoli negozi di quartiere.

Associazioni, alta specializzazione, compensi ridotti e innovazione sono e restano gli ingredienti per avere ancora successo in un mercato in forte crisi economica.

Dedichiamo il nostro tempo a costruire qualcosa che sia veramente differenziante, perché oggi chi esce dal mondo del lavoro a tempo indeterminato non può che riciclarsi nel mercato della consulenza.

Dei 12.000 dirigenti a spasso nel 2010, la gran parte di loro oggi vende consulenza. L'offerta è abbondantemente superiore alla richiesta. Si sgomitano per accaparrarsi gli stessi clienti, proponendo le stesse cose alle stesse persone.

Ergo: Ricominciamo da tre!

- Troisi: Lello ch'è stato è stato... basta, ricomincio da tre...

- Arena: Da zero!...

- Troisi: Eh?...

- Arena: Da zero: ricomincio da zero.

- Troisi: Nossignore, ricomincio da... cioè... tre cose me so' riuscite dint'a vita, peccché aggia perdere pure chelle? Aggia ricomincià da zero? Da tre!

Conserviamo la nostra esperienza (1), i successi ottenuti (2), la voglia di vincere (3), tutto il resto deve essere novità.

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

## MERCATO

### Nuovi obblighi informativi in tema di antifrode

#### Le nuove normative Isvap dal primo novembre

L'Isvap ha diramato la lettera di regolamentazione sugli obblighi informativi derivanti dall'applicazione dell'art. 148, comma 2-bis del Codice delle assicurazioni, dopo le novità in ambito di antifrode e banche dati contenute nella legge sulle liberalizzazioni.

La norma prevede la possibilità per le imprese di non formulare offerta di risarcimento qualora, a seguito della consultazione della banca dati sinistri, emergano almeno due parametri che potrebbero configurare un tentativo di truffa ai danni della compagnia. A seguito delle verifiche sarà possibile effettuare ulteriori approfondimenti in relazione al sinistro, ai fini dell'eventuale decisione di presentare querela.

La disposizione dell'Isvap subordina la possibilità di avvalersi di questa facoltà all'assolvimento di specifici obblighi di comunicazione, al fine di contemperare le esigenze di tutela dei diritti del danneggiato. A questo proposito l'Isvap fornisce due serie di istruzioni operative: una per la comunicazione al danneggiato, e un'altra alla stessa Autorità.

L'impresa deve comunicare al danneggiato l'intenzione di non formulare l'offerta in questi termini: entro gli stessi termini previsti per la formulazione dell'offerta di risarcimento, indicando la norma di legge che riconosce all'impresa tale facoltà, motivando con la necessità di condurre ulteriori approfondimenti in relazione al sinistro; indicare inoltre il termine di trenta giorni, decorrenti dalla comunicazione stessa, entro il quale l'impresa comunicherà al danneggiato le sue determinazioni conclusive in merito alla richiesta di risarcimento.

Le compagnie poi dovranno inoltrare all'Isvap le comunicazioni per il danneggiato; la documentazione del sinistro; la dichiarazione di insussistenza di duplicazioni con riferimento ai sinistri generanti i parametri di significatività; e la descrizione delle attività effettuate e degli accertamenti svolti in funzione antifrode (controperizia sul veicolo del responsabile, accertamenti investigativi etc.)

Si parte dal primo novembre: le imprese avranno a disposizione sette giorni dal trentesimo giorno dalla data della comunicazione conclusiva, inviata al danneggiato, per inoltrare tutti i documenti all'Isvap.

F.A.