



EDITORIALE

Crisi e soluzioni per la disabilità

La scure della crisi colpisce Comuni e Asl e, in un'ottica di riorganizzazione delle politiche sociali, conduce a nuovi assetti assistenziali anche per i disabili, con ripercussioni sui singoli e relative famiglie. E così, ultimata la recente tornata elettorale, si moltiplicano i provvedimenti che richiedono interventi sui Centri di assistenza alla disabilità, che in molti casi rischiano la chiusura o, in alternativa, ulteriori percorsi di forte precarietà. Il problema non sfugge al settore assicurativo, che potrebbe ricoprire un ruolo importante in termini di coperture assicurative per la disabilità, in particolare nell'ambito della salute e assistenza. Per poter fornire un contributo valido e utile, però, non è sufficiente ricercare forme di collaborazione tra assicurazioni e istituzioni, anche no profit, che contribuiscano ad "aggregare" la domanda. Servono infatti dati statistici mirati che aiutino a elaborare coperture rispondenti ai reali bisogni e a fissare costi assicurativi più equi. Una serie di incentivi pubblici, come la detraibilità o deducibilità dei versamenti, o la riduzione delle tassazioni sui premi, accrescerebbe certamente il numero di persone a cui rivolgere le coperture. Con la possibilità di ridurre un vuoto sociale che, in questo caso, risulta particolarmente drammatico.

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

COMPAGNIE

Vera concorrenza: possibile solo grazie alla rete vendita

Attività antifrode e introduzione della scatola nera sono due importanti novità delle liberalizzazioni. Ma la vera carta su cui puntare per distinguersi sul mercato, secondo Roberto Laganà, vice direttore generale di Groupama Assicurazioni, sono gli agenti

Qualità dell'offerta e capacità di proposta sono le armi per diffondere il valore dell'assicurazione e aumentare il livello di penetrazione del prodotto assicurativo sul territorio. Da qui parte l'analisi di **Roberto Laganà**, vice direttore generale di **Groupama Assicurazioni**, che non crede alla battaglia basata esclusivamente sul valore del prezzo e del risparmio economico. Laganà ritiene invece indispensabile stimolare la domanda di protezione del consumatore, agendo attraverso il sistema distributivo ma anche attraverso la leva fiscale, con strumenti di detrazione dei costi o la riduzione della tassazione sui premi.

Dottor Laganà, può darci il suo giudizio sulla cosiddetta legge sulle liberalizzazioni approvata di recente? Quali sono gli aspetti di negatività e di positività per lo sviluppo del mercato assicurativo?

La nuova legge ha indubbiamente luci e ombre per il mondo delle assicurazioni. L'aspetto migliore è quello che inerisce alla liquidazione dei sinistri per lesioni corporali di lieve entità: la legge stabilisce che non sono più risarcibili, se la natura del danno non è oggettivamente riscontrabile con accertamenti clinici.

Finalmente la legge fa chiarezza su un aspetto da tempo dibattuto e incerto, che implicava costi molto importanti per le compagnie assicurative. È una misura che sicuramente andrà a favore della compressione delle spese per l'Rc Auto e di conseguenza comporterà un'agevolazione per tutta la collettività. Relativamente alle ombre della legge sulle liberalizzazioni, direi che ci sono aspetti su cui attendiamo ancora chiarimenti dall'istituto di vigilanza per capire quale comportamento tenere. Ci sono poi altri aspetti sui quali riteniamo sia invece difficilmente applicabile la legge così com'è attualmente scritta. Tra questi ad esempio il riferimento sul premio unico nazionale per le classi di minor rischio che, facendo cenno generico ai "criteri soggettivi e oggettivi dei parametri tariffari" dice in realtà molto poco. *(continua a p. 2)*



Roberto Laganà

NEWS DA WWW.INSURANCETRADE.IT

Ania, comparto danni stabile nei primi tre mesi del 2012

Nei primi tre mesi di quest'anno, le imprese di assicurazione con sede legale in Italia hanno raccolto premi nel comparto danni per circa **8,7 miliardi** di euro, in lievissimo **aumento**, pari allo **0,3%** in valore nominale, rispetto allo stesso periodo del 2011. Il dato proviene dalla nuova rilevazione a cadenza trimestrale, attivata dall'Ania relativa alla raccolta premi del comparto danni che coinvolge la quasi totalità del mercato assicurativo di tale settore. Guardando al dettaglio dei diversi segmenti, le variazioni più significative interessano il ramo Rc auto e natanti, in crescita dell'1,4% con 4,4 miliardi di premi raccolti; e il ramo Corpi veicoli terrestri che con un volume premi di 0,7 miliardi registra una contrazione pari al 7% rispetto al 2011. Risultati in linea con il trimestre dello scorso anno per quanto riguarda il settore Auto - con premi pari a 5,1 miliardi - e tutti gli altri rami danni, che raccolgono i restanti 3,6 miliardi del totale, tranne il settore Trasporti (ossia Corpi di veicoli ferroviari, Corpi di veicoli marittimi, Corpi di veicoli aerei, Merci trasportate e Responsabilità civile aeromobili) in calo dell'0,8%.



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



(continua da p. 1)

Qui rientra in gioco il principio della mutualità: bisogna capire se va intesa su base nazionale, ovvero se rischiano di pagare di più i cittadini del Nord rispetto a quelli del Sud.

La mutualità è un concetto intrinseco nell'attività assicurativa ed è quindi ineliminabile.

È questo il motivo per cui riteniamo certi principi difficilmente applicabili, in quanto verrebbero a eliminare quasi del tutto il concetto della mutualità. In sintesi è questa l'opinione più diffusa tra gli operatori e concerne sia l'aspetto del premio per gli assicurati a minor rischio su tutto il territorio nazionale sia l'aspetto della variazione del premio relativamente alle persone che non hanno avuto sinistri.

Qual è la sua opinione sulla "Scatola nera", novità che è considerata uno dei vantaggi di questa legge?

La nuova legge ha finalmente chiarito a chi dovesse andare il costo dell'apparecchio che viene chiamato "scatola nera" e che in realtà è finalizzato a studiare il tipo di percorrenza dell'automobilista. Personalmente ritengo che la scelta di attribuire il costo alle compagnie sia una logica che sacrifica evidentemente il modello stesso della proposta assicurativa della scatola nera, perché comporta comunque per le imprese la necessità di coprire i costi sostenuti per lo strumento e la sua installazione. Ma diciamo che in qualche modo fa chiarezza su questo aspetto.

Lo strumento "scatola nera" è poi un'opportunità per gli operatori che ancora di più rispetto ad oggi vogliono profilare il rischio sulle esatte esposizioni dell'assicurato: con la "scatola nera" infatti è possibile desumere meglio quegli elementi che fanno tariffare in modo personalizzato il singolo cliente. Certamente il costo da supportare è importante, per cui vedremo come gestire questa novità.

Parliamo del cosiddetto ruolo sociale dell'assicurazione: perché in questi frangenti di crisi l'assicurazione è particolarmente importante e preziosa?

La copertura assicurativa diventa effettivamente preziosa perché nei momenti di crisi la disponibilità di spesa delle persone è chiaramente ridotta. Di conseguenza, nell'eventualità in cui si verificano circostanze non favorevoli - come ad esempio un danno alla casa - avere una copertura assicurativa significa non esporsi al rischio di dover affrontare una spesa importante.

L'esempio dell'abitazione non è casuale. In Italia su 27 milioni di abitazioni, di cui il 72% goduto dal proprietario, solo una piccola parte viene assicurata. Questo ci dà la percezione della poca propensione alla copertura assicurativa che c'è in Italia, anche quando si tratta di proteggere il bene principale della famiglia che è spesso proprio la casa in cui si vive.

Come possono le compagnie colmare questo gap valorizzando i canali distributivi? Cosa è necessario fare?

Ritengo che in Italia il canale agenziale sia l'elemento che fa la differenza nell'ambito della concorrenza.

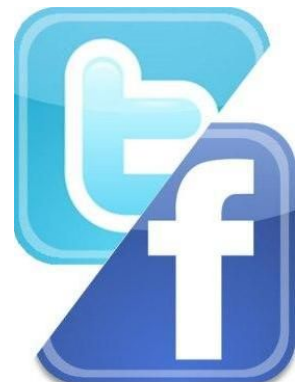
Noi attribuiamo molta forza a questo canale e al suo interno proponiamo dei prodotti in cui il prezzo non può essere il solo elemento con cui penetrare nel mercato: ciò andrebbe a sacrificio dei margini e un sistema economico che non produce margini non può esistere.

Purtroppo la scarsa propensione alla copertura assicurativa determina anche anti-selezione, ovvero fa sì che accedano alla copertura assicurativa solo coloro che sentono di averne maggiore esigenza, di solito i più sinistrosi. È necessario oggi uscire da questo circolo vizioso. Sarebbe utile che ci fosse un supporto da parte dello Stato, non un contributo passivo ma ad esempio una riduzione della tassazione dei premi oppure operare la detrazione di alcuni costi. Questo permetterebbe di diffondere le assicurazioni con una penetrazione maggiore rispetto all'attuale, di eliminare l'antiselezione e automaticamente di ridurre il costo delle coperture.

Maria Moro



La sede generale di Groupama a Roma



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**



INTERMEDIARI

Agenti Augusta, AlleanzaToro è un'opportunità



Federico Serrao, presidente gruppo agenti Augusta

E' la crisi certamente più grave dal dopoguerra. Il comparto assicurativo non fa eccezione: poca innovazione, progettualità scarsa, compagnie di assicurazione percepite come sostanzialmente immobili, in un mercato blindato anche dalle regole imposte dall'Isvap, alcune sostanzialmente diverse dalle europee, che costringono l'agente a non poter svolgere il suo ruolo di imprenditore-ausiliario, autentico valore aggiunto per il cliente. Si ha la percezione che l'intermediario, oggi, sia ridotto a un "passacarte". Senza sottovalutare eventuali errori che, in questo contesto, possono costare carissimi: Isvap docet. All'ombra di questa situazione, proseguiamo con la nostra inchiesta. I presidenti di gruppo rappresentano il motore di trasmissione tra la c.d. "base" e la direzione della compagnia rappresentata. Con tutti gli oneri e gli onori insiti nel ruolo.

Poniamo alcune domande a **Federico Serrao**, classe 1965, in Augusta dal 1987, agente a Moncalieri dal 1989. E' presidente del **Gruppo Agenti Augusta** dall'ottobre 2010 e sta gestendo con grande equilibrio e senso pratico la fusione della stessa Augusta in **AlleanzaToro**, godendo del sostegno e dell'apprezzamento delle circa 80 agenzie operanti sul mercato, concentrate essenzialmente al nord e rappresentate da 120 agenti. Ferma l'affezione che gli agenti continuano ad avere nei confronti del vecchio "marchio" Augusta, da nessuno viene sottovalutata la possibilità concreta di diventare Agenti AlleanzaToro, possibilità oggi solo burocraticamente realizzata sul registro Rui. Tutto quindi si modifica per questa "rete" e da questo passaggio obbligato, da questa fusione, possono nascere nuove concrete aspettative.

Abbiamo sentito parlare di fusione, migrazione degli agenti Augusta in AlleanzaToro. Ci può spiegare, in breve, cosa è già accaduto all'interno di questa realtà ma, soprattutto, cosa deve ancora accadere?

Augusta, come tutti sanno, a seguito della fusione di Toro con Alleanza, è divenuto un brand della nuova compagnia AlleanzaToro. Brand con pari dignità se rapportato agli altri marchi (Alleanza e Toro), che ci hanno anticipato nella fusione. Restano comunque vive le rispettive "linee" al fine di poterne identificare i relativi portafogli e la clientela.

Questo è ciò che è successo, ad oggi. Cosa succederà domani, è invece una diretta conseguenza, ovvero, stiamo per partire con il progetto di integrazione di Augusta in AlleanzaToro. Integrazione di reti e di portafoglio che, ovviamente, secondo i piani condivisi con la direzione generale della compagnia, avverrà per gradi, nei prossimi 24/36 mesi, salvaguardando ovviamente i clienti e il business di Augusta. Spero abbia notato che ho usato appositamente la parola integrazione e non "migrazione": si tratta infatti, a mio parere, di una vera integrazione in quanto Augusta, pur piccola, è in grado di apportare al nuovo gruppo grande valore, grazie alla rete agenziale e al suo background.

Al di là del diverso "peso" che il suo Gruppo rappresenta all'interno di quello storico di AlleanzaToro, quale è la sua valutazione politica "sull'operatività" dello stesso all'interno della fusione?

Il peso della rete Augusta, anche all'interno di un Gruppo storico e consolidato come quello di AlleanzaToro, è rilevante perché va molto al di là della semplice incidenza del numero di polizze. Non va dimenticato, infatti, che Augusta è storicamente "unica" nel panorama assicurativo nazionale, in funzione della specificità derivante dal rapporto e dalla gestione di un cliente importante come Fiat. E' ovviamente nostra ferma intenzione e nostro primo obiettivo, condiviso totalmente dalla Direzione di AlleanzaToro, quello di non disperdere questo rapporto privilegiato ma, anzi, di investire in esso dando continuità ed ampiezza di portafoglio in modo da portarlo ad essere uno dei valori forti all'interno di Alleanza Toro. *(continua a p. 4)*





(continua da p.3)

Quali i risultati oggettivi sono stati ottenuti all'ultimo congresso di Roma? Gli agenti che gestiscono portafogli medio-piccoli, con uno spaccato dello stesso che si aggira attorno all'85% di Rca, hanno compreso il "cambiamento" e la rivoluzione "copernichiana" che li aspetta?

Il Congresso di Roma ha segnato una svolta in quanto, di fronte anche al management della compagnia, sono stati discussi in modo chiaro e costruttivo tutti i temi relativi all'integrazione di Augusta in AllenzaToro. I miei colleghi ed associati, hanno ben compreso la grande opportunità che si prospetta.

Sono consapevoli delle difficoltà di adattamento che ci aspettano, ma altrettanto decisi nel costruire il proprio futuro, all'interno di un gruppo solido e prestigioso quale quello di Alleanza Toro. Quanto allo spaccato di portafoglio, "sbilanciato" nel ramo Rca, esso rappresenta un rischio maggiore per l'agente che non per la compagnia.

Se confortato da andamenti tecnici profittevoli, infatti, anche il solo ramo auto può portare valore, anche se rimane ovviamente un rischio per la volatilità del medesimo, in un mercato Rca a crescita zero, caratterizzato da una forte concorrenza. Certo è che le maggiori opportunità, di cui disporremo in seguito all'integrazione, dovranno essere sfruttate per riequilibrare il mix di portafoglio.

Quale il suo pensiero sul "nuovo" vertice Sna e sulle continue, inesauribili diatribe tra alcuni gruppi agenti che a molti, proprio queste ultime, appaiono senza costrutto e senza futuro Gli agenti sono in serie difficoltà (redditività in caduta libera, spese alle stelle). La pace non sarebbe un buon principio per iniziare la risalita?

Il tema dello Sna è oggi di una delicatezza senza precedenti. Allo stato attuale, non vedo purtroppo lo spazio per ricompattare la categoria, che avrebbe bisogno di un sostegno da parte del "Vertice", che non c'è. S

pero debba trattarsi di una libera scelta, e non di un vincolo legislativo; non credo che il vertice attuale di Sna possa presumere, come invece i comportamenti lasciano intendere, che una "siffatta rivoluzione" possa essere compiuta in una sola legislatura.

Da qui l'esigenza di lavorare a stretto contatto con i presidenti dei gruppi agenti, che rappresentano per l'85% agenti monomandatari, ascoltando ovviamente le istanze degli stessi.

Per costruire una "nuova" figura di intermediario, ci vorranno certamente anni, ma attenzione al rischio che tale nuova figura non venga in qualche modo designata da direttive comunitarie.

Proprio pensando a questa possibilità, ritengo importante che lo Sna trovi unità di obiettivi, muovendosi subito di concerto con i presidenti dei gruppi agenti, in modo da predisporre quella "nuova" figura, tale da poter essere applicata direttamente o che possa influenzare le strutture comunitarie in caso che queste ultime si muovano in anticipo.

Carla Barin

MERCATO

Il 5,5% delle famiglie italiane ha una polizza sanitaria

In due anni, dal 2008 al 2010, le famiglie italiane che hanno acquistato una polizza sanitaria sono passate dal 5% - equivalenti a 1,2 milioni di famiglie su 24,2 - al 5,5%, pari a 1,33 milioni su 24,1. Si tratta di un aumento contenuto, ma diffuso in tutto il Paese secondo quanto emerge dall'indagine sui bilanci effettuata dalla Banca d'Italia.

Ad ogni capofamiglia incluso nel campione è stato chiesto di dichiarare se uno o più membri del nucleo familiare siano in possesso di una polizza sanitaria - intesa come polizza malattia e infortuni - e l'ammontare speso nell'anno per acquistarla.

Le famiglie più assicurate si confermano quelle delle nord, salite dal 6,7% del 2008 al 7,6% nel 2010, ma anche quelle del centro e del sud fanno registrare un aumento, entrambe, dello 0,4%, passando rispettivamente dal 6,8% al 7,2% e dallo 0,9% all'1,3%. L'analisi rileva inoltre un incremento della propensione ad assicurarsi da parte di nuclei in cui il capofamiglia è un lavoratore dipendente, mentre si riscontra un leggero calo nella diffusione di prodotti di protezione sia nelle famiglie di lavoratori autonomi sia da parte di lavoratori in condizione non professionale.

Per quanto riguarda i lavoratori dipendenti - posto un calo degli stessi di circa 257 mila unità - la quota di famiglie assicurate è aumentata dal 4,2% nel 2008 al 5,8% nel 2010, pari, in valore assoluto, a circa 148 mila unità. Per le famiglie in condizione non professionale e per i lavoratori autonomi la quota assicurata si è ridotta rispettivamente dello 0,2% per le prime e dello 0,3% per i secondi. In particolare, la flessione inerente i lavoratori autonomi riflette l'aumento di circa 93 mila unità della categoria non compensato da un proporzionale aumento del numero di assicurati, rimasto pressoché invariato a circa 487 mila unità.

Nel 2010, infine, la percentuale dei nuclei familiari all'interno del V quintile della distribuzione del reddito che ha fatto ricorso a coperture private era del 16,3% con una variazione dello 0,2% rispetto al 2008; la crescita è stata lievemente più marcata all'interno del I, II e III quintile mentre è continuata la riduzione della diffusione di polizze sanitarie all'interno del IV quintile, passata dal 4,4% del 2008 al 4,2% del 2010.

D.P.

Insurance Daily

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio

Editore e Redazione: Insurance Connect Srl, Via Ripamonti 44, 20141 Milano 02.87069835 redazione@insuranceconnect.it

Pubblicità: Paola Della Torre dellatorre@insuranceconnect.it

Supplemento al 29 maggio di www.insurancetrade.it

Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/201