



PRIMO PIANO

È uscito Insurance Review #19

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

Ottobre e novembre sono stati mesi intensi per Insurance Connect perché, oltre alle regolari attività editoriali, ci sono stati i due convegni autunnali dedicati all'intermediazione e al mercato dell'Rc auto. Proprio su questo numero di Insurance Review è possibile ritrovare tutti i temi, gli interventi e i dibattiti del convegno *Intermediari 2014: obiettivo consulenza*. Un appuntamento altamente partecipato, che ha richiamato tutti i principali protagonisti dell'intermediazione tradizionale (agenti e broker) a confronto con le compagnie, l'Ania e le istituzioni (Ivass e Antitrust).

Nella rivista grande spazio alle strategie future delle imprese, con un ampio Speciale sui nuovi modelli basati sulla proattività nelle comunicazioni ai clienti, nell'ottica di dare nuovi servizi a valore aggiunto.

Per ricevere il mensile è necessario abbonarsi, scrivendo ad abbonamenti@insuranceconnect.it, oppure accedendo alla pagina Abbonamenti di Insurancetrade.it, cliccando qui.

INTERMEDIARI

Il valore aggiunto dell'agente

Nel futuro si prospettano due tipi di agenzia: una monomandataria, snella e rivolta alla clientela retail; una plurimandataria, più complessa e con un target più ampio. È bene che gli agenti decidano ora quale scegliere. E capiscano che la sopravvivenza passa per la consulenza e i servizi al cliente. Questa la visione di Alberto Zoccatelli, rappresentante del gruppo agenti Antonveneta

Gli agenti sono l'anello debole nel sistema distributivo italiano e rischiano di perdere, in poco tempo, oltre il 50% del mercato Rc auto, se non sapranno dare al cliente ciò di cui ha bisogno. Anche se sostenuta da un grande entusiasmo per la professione assicurativa e il ruolo sociale che ne discende è una visione preoccupante quella di **Alberto Zoccatelli**. Figlio d'arte, agente da dieci anni, ha due agenzie e due sub-agenzie, per un totale di 23 dipendenti. Una storia di successo, che lo porta a dichiarare, malgrado la crisi che attanaglia questa categoria che, a settembre 2014, ha contabilizzato incrementi utili del 20%, e provvigioni dell'8%.

Monomandatario convinto (gestisce anche il mandato di **Antonveneta Assicurazioni**, già 100% **Allianz**, prima della fusione), è rappresentante degli agenti divisione Antonveneta ed è stato, per cinque anni, vice presidente della Provinciale **Sna**).



Alberto Zoccatelli, gruppo agenti Antonveneta

I principali gruppi assicurativi sostengono, in ogni occasione pubblica, il concetto di voler investire concretamente sull'intermediario con vocazione nella digitalizzazione. Come valuta la situazione alla luce dei nuovi competitor che avanzano, ultima Ikea? Sarà veritiero quanto dichiarano le imprese o è solo un modo per prendere tempo e non farvi organizzare?

Alle imprese conviene che gli assicurati siano intermediati dagli agenti perché il cliente gestito è assai più remunerativo per la compagnia. Il mondo cambia velocemente e i nuovi ingressi di clienti dal mondo digitale devono essere affidati agli agenti, per garantire gli assicurati stessi sull'adeguatezza dei prodotti acquistati e supportare lo sviluppo commerciale delle compagnie. Anche noi dovremmo fare la nostra parte, non avendo paura a investire in formazione e tecnologia per essere pronti e al passo con i tempi.

Lei è il rappresentante del gruppo agenti Antonveneta, facente funzione di presidente di gruppo, alla guida di una ventina di agenti, oggi acquisita da Allianz Italia. L'entrata nel colosso tedesco di un nuovo management, con una visione strategica/commerciale certamente diversa e maggiormente esigente, la preoccupano? A suo parere, il nuovo brand assicura un futuro migliore?

Sono molto preoccupato. Siamo già tutti agenti Allianz, e la compagnia ci ha imposto di rimettere tutte le polizze in portafoglio, con il rischio concreto di perdere clienti, convenzioni e il rapporto con i broker, che era la peculiarità di Antonveneta Assicurazioni. C'è la concreta possibilità che, per mancanza di interesse da parte di Allianz, venga disperso un patrimonio profittabile per la compagnia e gli agenti, costruito in vent'anni.

(continua a pag. 2)



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



(continua da pag. 1) Il Fondo di garanzia vittima della strada viene alimentato da un balzello che incide sul premio di polizza Rc auto, per il 2,5%. In sintesi, gli automobilisti corretti si accollano i costi di coloro che non lo sono. Da anni, l'Ania promette la messa in atto di correttivi ma, tenuto conto dell'enorme cifra che si accumula anno dopo anno, a oggi il sistema resta invariato. Come gruppi aziendali non ipotizzate iniziative ad hoc?

Il concetto di mutualità è la peculiarità dell'assicurazione. In linea di principio, il meccanismo è corretto, ma, come troppo spesso avviene in Italia, la sua applicazione è lacunosa. L'utilizzo delle nuove tecnologie può ridurre il ricorso al fondo, e diminuirne il costo di alimentazione; quando il veicolo non assicurato viene intercettato, per una multa o anche per l'accesso in una Ztl o in autostrada, un sistema potrebbe segnalarlo all'autorità affinché intervenga per i controlli, ed eventualmente impedirne la circolazione.



La collaborazione tra intermediari (A con A) ha suscitato nella categoria agenziale grande interesse: l'85% se ne è dichiarata entusiasta, ma c'è chi sottolinea il solo interesse utilitaristico per non perdere il cliente. Il sistema aiuta a non esporsi con l'impresa rappresentata richiedendo il plurimandato. Prudenza e quieto vivere? Qual'è il suo pensiero?

Il ruolo dell'agente sta cambiando velocemente, spinto dalle innovazioni tecnologiche. Nell'immediato futuro, vedo due tipi di agenzie: una monomandataria, snella con target la clientela retail, che si affida in toto alla mandante, ed è da questa supportata in caso di necessità; una plurimandataria, con un'organizzazione più complessa, con un target più ampio, che definirei dal retail alle Pmi, fino quasi a sovrapporsi alla clientela dei brokers di prima fascia. È bene scegliere subito il modello organizzativo di agenzia: se si punta al primo si resta monomandatari, attivando qualche accordo A con A per sporadici casi; se si sceglie il secondo, ci

si organizza subito con altri mandati puntando a costruire un'agenzia con un portafoglio diretto importante, pur di diverse compagnie.

Banche e comparatori registrano incrementi e risultati di tutto rispetto. Come difende il portafoglio della sua impresa/agenzia, per fronteggiare la concorrenza?

Dobbiamo avere la consapevolezza che gli agenti sono l'anello debole nel sistema distributivo italiano. Credo che la rete agenziale perderà più del 50% del mercato Rc auto in pochissimi anni. Si può difendere incrementando il cross selling nei rami vari e puntando sulla consulenza. Nel mio caso, ho trasformato anche il personale di front line in personale commerciale, ho spostato tutte le sedi delle agenzie al piano terra e fronte strada, per aumentare il traffico in agenzia e sto valutando un progetto che porti tutti i nostri uffici a rimanere aperti con orario continuato. Il cliente comincia a percepire il nostro servizio, che è anche di consulenza, e ne apprezza il valore aggiunto rispetto a un computer o a un operatore non qualificato.

Carla Barin

www.economiafinanza2014.ilsolo24ore.com

11° ANNUAL ECONOMIA & FINANZA

IL RUOLO DELL'IMPRESA NEL RITORNO ALLA CRESCITA

MILANO, 26 NOVEMBRE 2014 (ORE 9.00 - 15.00)
SEDE GRUPPO 24 ORE - VIA MONTE ROSA, 91

RELATORI

Giovanni Bossi Amministratore Delegato Banca IFIS	Giovanni Castellucci Amministratore Delegato Autostrade per l'Italia	Wolf Michael Kühne Country Managing Partner DLA Piper Italia	Ugo Loser Amministratore Delegato Arca SGR	Alessandra Parrazzelli Country Manager Barclays Italy
Giuseppe Castagna Consigliere Delegato e Direttore Generale BPM	Francesco Favotto Presidente Veneto Banca	Giuseppa Latorre Partner Responsabile Corporate Finance KPMG	Ian McMillan President & CEO DTCC Derivatives Repository Ltd	Mario Perrelli CEO HSBC Italy
Alessandro Castellano Amministratore Delegato SACE	Paolo Federici Managing Director Southern Europe and Latin America Fidelity Worldwide Investment	Morga Longo Giornalista Il Sole 24 ORE	Riccardo Monti Presidente ICE - Agenzia	Alessandro Piatrotti Vice Direttore Il Sole 24 ORE
				Gianluca Venturini Guerrini Executive Chairman AON Benfield Italia

IN COLLABORAZIONE CON

SPONSOR UFFICIALE

SPONSOR TECNICO

FORNITORE UFFICIALE

La partecipazione all'evento è libera e gratuita fino ad esaurimento posti. Per informazioni e iscrizioni: www.economiafinanza2014.ilsolo24ore.com

Servizio Clienti
Tel. 02 5660.1887
Fax 02 7004.8601
info@formazione.ilsolo24ore.com

GRUPPO 24 ORE

Il Sole 24 ORE Formazione ed Eventi
Milano - via Monte Rosa, 91
Roma - piazza dell'Indipendenza, 23 b/c
ORGANIZZAZIONE CON SISTEMA DI QUALITÀ CERTIFICATO ISO 9001:2008



COMPAGNIE

UnipolSai, nei nove mesi utile a 593 milioni di euro

Sale del 7,8% la raccolta diretta, trainata dal vita. Concluso il procedimento di inottemperanza avviato dall'Agcm



Carlo Cimbri, ad di UnipolSai

UnipolSai ha chiuso i primi nove mesi del 2014 con un utile netto consolidato di 593 milioni di euro, che riflette un andamento positivo sia in termini economici, sia patrimoniali, “grazie alla conferma anche nel terzo trimestre – spiega una nota della compagnia – di un favorevole trend della sinistralità danni, della raccolta vita e del

positivo andamento dei mercati finanziari”. La raccolta diretta assicurativa ammonta a 11.879 milioni di euro, in crescita del 7,8% rispetto allo stesso periodo del 2013.

Stabile il portafoglio complessivo danni

Nel settore danni la raccolta premi “continua a risentire del contesto di mercato fortemente competitivo”, a fronte del quale UnipolSai “ha intrapreso importanti iniziative commerciali finalizzate alla difesa del portafoglio”, soprattutto nel ramo Rc auto, come il pagamento rateale del premio tramite finanziamento a tasso zero. Questa iniziativa, rivela la compagnia, “ha consentito di mantenere stabile il portafoglio complessivo”. La raccolta del lavoro diretto si attesta a 6.052 milioni di euro (-8,6% rispetto ai primi nove mesi 2013), di cui 3.791 milioni (-11,5%) relativa ai rami auto e 2.261 milioni (-3,3%) ai rami non auto. Il dato della raccolta risente, a decorrere dal terzo trimestre, degli effetti del passaggio di 725 agenzie ex **Milano Assicurazioni** ad **Allianz Italia**. Il trasferimento dell'attività di distribuzione di prodotti assicurativi ha contribuito a incrementare la flessione dei premi rilevata nei rami danni per circa due punti percentuali (escludendo l'effetto del ramo ceduto il calo della raccolta premi è del 6,8%). In merito all'andamento tecnico del comparto, i primi nove mesi registrano un *combined ratio* pari a 93,2%.

Raccolta vita +32%, bene la bancassicurazione

Nel settore vita si registra una raccolta diretta pari a 5.827 milioni di euro (+32,5% rispetto ai primi nove mesi del 2013). “Il significativo incremento – sottolinea UnipolSai – riflette la prosecuzione del trend di crescita dei prodotti tradizionali, già riscontrato nel 2013, favorito da un contesto di mercato caratterizzato da bassi tassi di interesse e ridotta propensione al rischio da parte degli assicurati”. In particolare, una crescita significativa della raccolta arriva dal canale di bancassicurazione rappresentato principalmente dalle compagnie del gruppo **Popolare Vita** che hanno raccolto complessivamente 3.107 milioni di euro (+66,4% rispetto ai primi nove mesi 2013). Positivo anche il contributo di UnipolSai che registra una raccolta di 2.583 milioni di euro, in crescita del 7,1% nonostante il non ripetersi di alcuni incassi di importo rilevante non ricorrente, che avevano caratterizzato la prima parte del 2013. Il risultato ante imposte del settore è positivo per 190 milioni di euro.

Il margine di solvibilità consolidato al 30 settembre 2014 si è attestato al 173% del minimo richiesto, in miglioramento rispetto al 165% al 30 giugno 2014. Per quanto concerne le previsioni rispetto al prosieguo dell'anno, UnipolSai non si attende variazioni di rilievo nel comparto assicurativo danni, mentre la raccolta vita, che continua a beneficiare dall'andamento dei mercati finanziari che nel mese di luglio hanno segnato rendimenti dei titoli sovrani molto contenuti, si mantiene in sensibile crescita.

L'Antitrust chiude formalmente il procedimento

UnipolSai comunica inoltre la definitiva conclusione del procedimento di inottemperanza che l'**Antitrust** aveva avviato lo scorso 19 febbraio. “L'Agcm – precisa UnipolSai – ha trasmesso il 4 novembre al gruppo Unipol il provvedimento di conclusione del procedimento”, al termine del quale “ha ritenuto non sussistenti i presupposti per l'erogazione di alcuna sanzione”.

Beniamino Musto

ACE MIDDLE
MARKET SOLUTIONS

Ti aiuta a far crescere i tuoi affari.
Scopri di più ►

 insured.



INTERMEDIARI

Imd2: vantaggio per i clienti, praticabile per gli assicuratori

Insurance Europe plaude all'approccio generale adottato dal Consiglio europeo sulla direttiva sull'intermediazione assicurativa

Il testo finale riveduto della direttiva **Imd2** sull'intermediazione assicurativa dovrebbe portare a una soluzione tale da "apportare vantaggi per gli assicurati senza però risultare inutilmente onerosa per il settore assicurativo". Lo afferma **Insurance Europe**, la federazione europea degli assicuratori e riassicuratori.

A seguito dell'adozione da parte del *Consiglio europeo* dell'approccio generale di **Imd2**, la scorsa settimana, la direttiva probabilmente entrerà in discussione al *trilogo* tra le istituzioni europee, verso la fine di questo mese.

"L'adozione da parte del Consiglio dell'approccio generale di **Imd2** è un importante passo avanti nello sviluppo della direttiva", ha spiegato **William Vidonja**, head of single market and social affairs di **Insurance Europe**, sottolineando quanto sia "importante che dalle discussioni trilaterali emerga una soluzione che risulti essere sia praticabile per l'industria assicurativa, sia che garantisca protezione agli assicurati".

Insurance Europe plaude a diversi aspetti dell'approccio del Consiglio a **Imd2**, in particolare la posizione sugli obblighi per gli assicuratori di divulgare informazioni in materia di remunerazioni. "Insurance Europe - ha osservato Vidonja - sostiene pienamente l'offerta di migliori e più significative informazioni in grado di aiutare i consumatori a prendere decisioni informate relativamente all'acquisto di prodotti assicurativi, e si compiace del fatto che il Consiglio abbia optato per un approccio adeguatamente equilibrato alla *disclosure* della remunerazione, che consenta di ottenere questo obiettivo senza distrarre i consumatori da altre informazioni pertinenti, quali la copertura e le esclusioni delle loro polizze".

Insurance Europe, inoltre, reputa positivamente anche l'approccio adottato dal Consiglio in materia di *cross selling*, che, secondo l'associazione, "garantisce la coerenza con altre normative Ue sui servizi finanziari", dove è previsto che gli assicuratori che vendono prodotti assicurativi insieme ad altri prodotti e servizi debbano informare gli assicurati sulla possibilità di acquistare separatamente i diversi prodotti.

Tuttavia, l'associazione si dice delusa da come in Consiglio non sia riuscito a garantire un corretto allineamento di **Imd2** con la regolamentazione della vendita di prodotti *Priips*: secondo **Insurance Europe**, questo si potrebbe tradurre "in un'inutile duplicazione degli obblighi per gli assicuratori e per gli assicurati" che potrebbero presentare informazioni incoerenti.

B.M.

COMPAGNIE

Vittoria Assicurazioni, terzo trimestre in crescita

Al 30 settembre, utile netto a 54,7 milioni di euro, +2,9%



Nel terzo trimestre 2014 **Vittoria Assicurazioni** ha registrato un utile netto di gruppo pari a 54,7 milioni di euro, in crescita del 2,9% rispetto ai 53,1 milioni registrati nello stesso periodo del 2013. A concorrere a questo positivo risultato, spiega la compagnia in una nota, è stato soprattutto

l'apporto dei rami danni, il cui *combined ratio* è passato da 90,7% del 30 settembre 2013 all'attuale 90,3%.

I premi contabilizzati al 30 settembre 2014 ammontano a 929,6 milioni di euro (814,2 milioni al 30 settembre 2013), con un incremento del 14,2%. I premi del lavoro diretto dei rami vita, (che non comprendono i contratti considerati come strumenti finanziari) rilevano un incremento del 59,6% rispetto a quelli dell'analogo periodo dell'esercizio precedente.

I premi del lavoro diretto dei rami danni si sono incrementati complessivamente del 6,3%: in particolare, nei rami auto hanno fatto segnare un +4,8%; nei rami elementari +11,7% e nei rami speciali +4%. Il rapporto sinistri a premi conservati dei rami danni si attesta 64,5% (65,9% al 30 settembre 2013).

Il patrimonio netto di gruppo ammonta a 603,1 milioni di euro, con un incremento del 19,1% rispetto all'importo di 506,4 milioni di euro rilevato al 31 dicembre 2013, per effetto degli utili conseguiti nel periodo e dell'incremento della riserva di utili/(perdite) su attività finanziarie disponibili per la vendita.

Il risultato del terzo trimestre "in linea con il piano strategico - sottolinea la nota di Vittoria - consente di confermare un incremento annuo del 5% del monte dividendi, a fronte di un costante rafforzamento patrimoniale in preparazione delle emanande normative *Solvency II*".

Riguardo alla sola capogruppo, al 30 settembre 2014 ha registrato un utile netto civilistico pari a 61,4 milioni di euro, +3,7% rispetto all'utile di 59,2 milioni di euro registrato nel terzo trimestre 2013.

B.M.

Insurance Daily

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio alaggio@insuranceconnect.it

Editore e Redazione: Insurance Connect Srl, Via Montepulciano 21, 20124 Milano 02.36768000 redazione@insuranceconnect.it

Per inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.it

Supplemento al 14 novembre di www.insurancetrade.it

Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 - ISSN 2385-2577