

PRIMO PIANO

Ooss e Ania, trattativa complessa

È una trattativa "complessa e difficile" per la delicatezza delle tematiche da affrontare, quella tra le organizzazioni sindacali e l'Ania sul rinnovo del contratto. Lo scorso 14 maggio le rappresentanze di Fiba Cisl, Fisac Cgil, Fna, Snfia e Uilca hanno incontrato l'associazione delle compagnie per confrontarsi sulle risposte alla presentazione della piattaforma rivendicativa, consegnata lo scorso 13 aprile.

L'Ania ha illustrato alcuni dati relativi al quadro macro economico, all'andamento di settore, e a produttività e redditività, fornendo una lettura e una interpretazione che le organizzazioni sindacali considerano contrastante con quella da loro evidenziata. "L'Ania, sulla base della lettura data allo scenario di settore e ai profondi cambiamenti intervenuti nell'organizzazione del lavoro - si legge in una nota comune delle Ooss - ha riproposto le richieste, sostenute già nella scorsa tornata contrattuale, in tema di flessibilità, fungibilità, orari di lavoro e contenimento dei costi". I sindacati si sono detti contrari a questa impostazione e hanno voluto "riaffermare i valori e gli obiettivi della piattaforma presentata, auspicando una trattativa avanzata e concreta". Nei prossimi giorni i sindacati faranno un'ulteriore valutazione sulle posizioni dell'Ania, per poi concordare la data del prossimo incontro.

B.M.

RICERCHE

Imprese a rischio dopo Expo 2015

La grande esposizione di Milano rappresenta un'opportunità per dare slancio all'economia italiana. Ma secondo Euler Hermes, nei prossimi due anni il 40% delle aziende create per la manifestazione rischia di chiudere

Le grandi esposizioni universali, a partire dall'inaugurazione della Tour Eiffel per l'esposizione parigina del 1900, fino alle kermesse più recenti, sono sempre state un volano del motore economico dei Paesi ospitanti. Uno scenario che dovrebbe ripetersi anche quest'anno in Italia con l'**Expo Milano 2015**. Il contributo generale al Pil dovrebbe essere positivo: nel 2015 inciderà in maniera limitata per lo 0,1%. Ma in totale, compresi i primissimi effetti, l'esposizione universale potrà apportare fino allo 0,4% di Pil nel triennio 2012-2015, attraverso una serie di fattori: turismo (15 milioni di visitatori), export (+10% in alcuni settori), produzione extra (6 miliardi di euro) e nuovi posti di lavoro (circa 100 mila). E nel dettaglio i fatturati delle imprese nei settori chiave godranno di un'auspicata, ma temporanea, spinta nel 2015: +0,4% per alberghi e ristoranti (era -0,5% nel 2014); +0,5% per ingrosso e distribuzione (era +0,1% nel 2014), e dopo il -1% fatto segnare lo scorso anno, torneranno in territorio positivo i servizi commerciali. L'altra faccia della medaglia, però, nasconde il rischio di un rimbalzo doloroso: secondo i calcoli dell'ufficio studi di **Euler Hermes**, società del gruppo **Allianz**, entro il 2017 un'impresa su quattro (40%) delle 10 mila nate in occasione della manifestazione sarà in pericolo di insolvenza. È quanto trapela dalla ricerca *Expo Milano 2015: Made in Italy alla grande?* Il contesto di congiuntura economica, nazionale e internazionale, non assicura infatti che le opportunità commerciali di oggi saranno garantite anche domani. Occorre, dunque, recuperare competitività, investendo in ricerca e qualità, per mettere a sistema gli impatti positivi in termini di scambi commerciali e di maggiore attrattività turistica derivanti dall'Expo. Dopo tre anni di contrazione, la manifestazione ospitata a Milano rappresenta uno dei principali acceleratori che consentiranno all'Italia una lieve ripresa. Il percorso di crescita del sistema Paese infatti passa da: una maggior presa di fiducia e conseguente recupero dei consumi privati; un euro più debole che apporterà 6 miliardi di maggiori esportazioni nel 2015; un alleggerimento dei vincoli finanziari con la conseguente discesa dei tassi di interesse reali sui prestiti alle Pmi, e una ripresa della domanda di credito; e infine, minori costi energetici e taglio dell'Irap spingeranno in alto i margini delle società.

(continua a pag. 2)



(continua da pag. 1)

UN EVENTO DRIVER PER L'INNOVAZIONE

Tra i principali aspetti positivi dell'Expo figura il rafforzamento del *Made in Italy*, attraverso l'importazione di innovazioni, il gettito extra del turismo e le nuove rotte per l'export. Di conseguenza, occorrerà aprire le porte all'innovazione, a partire da un percorso progettuale di sinergia fra imprese italiane e straniere. In quest'ottica, il tessile, l'energia e la meccanica saranno i settori che dovrebbero beneficiare dei maggiori vantaggi. Tuttavia, sul lungo termine, riportare i costi a un ambito di competitività continuerà a essere un fattore chiave. Anche aumentare la spesa in ricerca e sviluppo, attualmente attestata su un livello più basso rispetto ai principali competitor, sarà vitale per prolungare nel tempo i vantaggi dell'esposizione universale. In generale, l'attrazione esercitata dall'Italia aumenterà con il 30% dei partecipanti all'Expo provenienti dall'estero: specialmente da Cina, Usa, Argentina, Brasile, Turchia ed Emirati Arabi. In sostanza, quindi, i prodotti italiani beneficeranno di una visibilità maggiore e di una crescita della domanda grazie ai numerosi turisti. Un aspetto questo che può essere osservato anche da un'altra angolazione: l'offerta di nuovi mercati all'estero per i prodotti italiani, in quanto diversi partecipanti all'Expo potrebbero diventare importatori di prodotti italiani nei Paesi d'origine. La diversificazione e la crescita delle quote di mercato fuori dai confini dell'Europa giocheranno, in definitiva, un ruolo determinante.



IMPRESE A RISCHIO CHIUSURA

Tuttavia, avverte lo studio, quasi la metà delle nuove imprese potrebbe fallire negli anni immediatamente successivi all'Expo. Un effetto collaterale, nel post grande evento, è che al termine della manifestazione ci sia una caduta verticale delle attività che operano in quei settori che sembravano esserne i maggiori beneficiari nel 2015. Nel dettaglio, come evidenziato nell'indagine di Euler Hermes, un terzo delle nuove aziende nel settore edile (1500) potrebbero chiudere nel 2017, a causa dell'interruzione delle attività. Il settore, infatti, si trova già in una difficile situazione, con insolvenze a livelli record (3.500 all'anno: +12% nel 2014). La contrazione nel settore alberghiero e della ristorazione dovrebbe avere, invece, un impatto minore, in quanto è previsto un incremento del flusso turistico anche dopo la chiusura dell'Expo, legato alla maggiore attrazione esercitata dall'Italia. In questo settore, la stima di mortalità aziendale è di un decimo delle imprese nel 2017. In totale, nel peggiore dei casi ipotizzato, 2.500 imprese potrebbero chiudere nel 2017 (con un aumento del +14% rispetto al 2016) e 1.500 nel 2018 (+7%). In questa prospettiva, dunque, le iniziative di governo atte a far in modo che il territorio continui a vivere dopo l'Expo saranno fondamentali per le nuove imprese, create a partire dal 2013 (circa 10 mila). Queste attività diventano, rimarca la ricerca, "ancor più importanti adesso che l'Italia ha imboccato un percorso di ripresa economica", con le insolvenze fra le imprese che hanno iniziato, dopo sette anni consecutivi di aumenti, a scendere: -2% nel 2015 e -5% nel 2016.

Renato Agalliu



BMW 214d Active Tourer

Canone mensile

da **355 €** + IVA

Anticipo: 4.000 € + IVA

Durata: 48 mesi / 80.000 km

Libertà di movimento e Servizi a 360°

Solo con il Noleggio a Lungo Termine Alphabet

Servizi inclusi nell'offerta:

- Alphabet & Me
- Gestione sinistri
- Call Centre Conducenti
- Manutenzione
- Tassa di proprietà
- Soccorso stradale
- Veicolo sostitutivo
- Assicurazione PAI
- Assicurazione RCA
- Servizio ripristino danni
- Servizio perdita totale (furto-incendio)

Per maggiori informazioni visita il sito:

www.alphabet.com/it/car-showroom-leadbook



MERCATO

Ivass, premi in crescita del 20,6%

Elaborazione statistica dell'Autorità: continua il calo dei danni e il trend di crescita della vita, con un boom delle polizze unit linked. L'incidenza sul Pil sale all'8,9%



Nel corso del 2014 le imprese di assicurazione italiane e dalle rappresentanze in Italia di imprese extra europee hanno contabilizzato premi per 143,3 miliardi di euro, con una crescita del 20,6% rispetto al 2013. È quanto registrato dall'Ivass, che, sul proprio sito, ha pubblicato i dati statistici relativi alla raccolta complessiva realizzata. Come già avevano mostrato i dati diffusi dall'Ania, anche la statistica Ivass mette in evidenza una crescita dell'incidenza dei premi totali (vita e danni) sul prodotto interno lordo italiano, che raggiunge l'8,9%, in salita rispetto al 7,4% del 2013. Il dato complessivo cela andamenti differenziati tra i due comparti: al forte aumento della raccolta vita, pari a 110,5 miliardi di euro (+29,8% rispetto al 2013), si contrappone la diminuzione della raccolta danni, pari 32,8 miliardi di euro (-2,6% rispetto all'anno precedente).

Più vita e meno danni

I dati della rilevazione mostrano che la crescita del segmento vita interessa tutti i prodotti. In particolare, le polizze vita tradizionali contabilizzano oltre 82 miliardi di euro di premi (+27,1%), ma quelle *unit linked* e *index-linked* fanno registrare una significativa crescita (pari al +40,8%), contabilizzando quasi 22 miliardi di euro.

Nel dettaglio, l'incidenza della raccolta vita sul Pil passa dal 5,3% nel 2013 al 6,8% nel 2014. Per quanto riguarda, invece, la diminuzione della raccolta danni, l'Ivass sottolinea come il calo sia riconducibile prevalentemente al ramo Rc auto (in discesa del 6,5%); al contrario, gli altri rami (che rappresentano poco più della metà dei premi danni totali) registrano una moderata crescita pari all'1,3%: in questo caso, l'incidenza della raccolta danni sul Pil è pari al 2,0%, in lieve riduzione dal 2,1% del 2013.

Le imprese in libera prestazione di servizi

Le rappresentanze di imprese con sede legale in altri Stati europei, operanti in Italia in regime di stabilimento, mostrano (a perimetro di

imprese omogeneo) andamenti parzialmente difforni da quelli delle compagnie con sede in Italia, registrando un andamento positivo in entrambi i comparti, danni (4,7 miliardi, +1,7%) e vita (+34,8%): in quest'ultimo segmento l'Ivass osserva una raccolta pari a circa 4,6 miliardi di euro, largamente concentrata nelle polizze *linked* (3,6 miliardi, pari all'80% del portafoglio vita complessivo). Nei danni, un dato su cui la rilevazione dell'Autorità pone l'accento è quello che mostra l'intera raccolta italiana nel ramo credito quasi totalmente da ascrivere a tali imprese (90%); al contrario, risulta contenuta la quota di mercato Rc auto, che supera di poco il 5%, mentre sono assenti completamente dal mercato dei fondi pensione che, pertanto, registra la presenza delle sole imprese di assicurazione nazionali.

Beniamino Musto

EVENTI

Medicina e diritto: la sfida del cambiamento

In programma a Roma il XXIV congresso nazionale medico giuridico Associazione Melchiorre Gioia

Medicina e diritto assicurativo si trovano, oggi, di fronte alla sfida del cambiamento, tema al centro dell'agenda del XXIV congresso nazionale medico giuridico **Associazione Melchiorre Gioia**, in programma il 22 e il 23 maggio al Radisson Blu Hotel di Roma. L'evento è patrocinato dal Senato della Repubblica, dalla Presidenza del Consiglio, dal ministero della Giustizia e dal Fism - Federazione delle Società Medico Scientifiche Italiane.

La prima sessione di lavori, coordinati da **Maria Rosa Alaggio** (direttore delle testate **Insurance Connect**) affronterà i cambiamenti nel mondo assicurativo tra innovazione, nuovi servizi, nuovi prodotti e contrasto a inefficienza e frodi. Alla tavola rotonda parteciperanno **Giovanni Campus**, dg di **Msa-Multi Serass**, **Maurizio Monticelli**, direttore sinistri rami elementari e auto di **Vittoria Assicurazioni**, **Alessandro Santoliquido**, dg di **Sara Assicurazioni**, e **Vittorio Verdone**, direttore affari istituzionali e regolamentari di **UnipolSai**. *Le regole per la Rc medica e sanitaria dopo il decreto legge Balduzzi: responsabilità contrattuale o extracontrattuale, onere della prova e responsabilità del medico di base* saranno, invece, i temi in discussione nella seconda sessione, cui seguirà il dibattito sul risarcimento del danno alla persona, tra tabelle legislative e giurisprudenziali.

L'ultima sessione si focalizzerà sui giuristi under 40, *negoziante, mediazione, arbitrato: le Adr alla prova della pratica e della giurisprudenza*. In programma, successivamente, il face to face su: *risarcimento integrale e compensatio lucri cum damno. L'incidenza sul risarcimento della polizza infortuni e dell'assicurazione sociale* (cass. 13233/14 e 13537/14). Il congresso si chiuderà con il face to face sul danno aggravato delle condotte, e risarcimenti esemplari.

B.M.

MARKETING

In calo il livello di customer experience positiva

Solo tre clienti su dieci sono soddisfatti della propria compagnia assicurativa. È quanto emerge dall'ottavo World insurance report (Wir), realizzato da Capgemini ed Efma. Calo registrato anche in Italia

A livello mondiale, la valutazione positiva della *customer experience* è drasticamente diminuita. La fotografia arriva dall'ottavo *World insurance report (Wir)*, realizzato da **Capgemini** ed **Efma**, secondo cui solo tre clienti su dieci si dicono soddisfatti della propria compagnia di assicurazione. Nello specifico, nonostante gli sforzi profusi dalle aziende per rispondere alla crescente domanda dei clienti, la valutazione positiva della *customer experience* è diminuita del 3,7% (da un già basso 32,6% nel 2013) attestandosi al 28,9% nel 2014. Il calo maggiore è stato registrato in America settentrionale (-8,3%), seguita dall'America Latina (-5,3%) e dall'Europa (-3,4%). In Italia, tuttavia, il calo è stato minore rispetto a

elevato trasversalmente su tutti i canali di contatto. Evidenza empirica di questo fenomeno è l'analisi della *Voice of customer* che, nel 2014, ha rivelato un deciso calo del livello di *customer experience* positiva tra i clienti delle assicurazioni che appartengono alla Generazione Y. Il rischio implicito è che le compagnie se li lascino sfuggire a favore di competitor più agili. Intercettare le esigenze di questi clienti e coinvolgerli è la principale preoccupazione per i player assicurativi. In che modo è possibile farlo, considerato che gli assicuratori hanno dimostrato di non aver ancora sviluppato sufficienti *capabilities* per migliorare l'experience digitale dei clienti? Dal Wir emerge, infatti, un livello di maturità digitale an-



quello degli altri Paesi: (-2,9%), facendo registrare però un valore inferiore alla media europea (-27,4% contro il 30%). A giudicare dalle risposte degli *executive* delle compagnie italiane, l'impatto più grande sull'industria assicurativa è rappresentato dai cambiamenti normativi: il 50% degli intervistati li cita come il principale *disruptive* del mercato, seguita dalle applicazioni mobile (50%) e dai big data e analytics (42%), elemento principe invece a livello mondiale con il 78%. Altri fattori di discontinuità del mercato sono dati dai cambiamenti demografici (33%), dalle condizioni economiche finanziarie (25%), dalla concorrenza di nuovi entranti nel settore, come **Google** e **Amazon** (25%), dalle tecnologie avanzate quali la telematica e l'*internet delle cose* (25%).

Il ruolo chiave della Generazione Y

A giocare un ruolo decisivo è oggi la cosiddetta *Generazione Y*, ossia quei consumatori con un'età compresa tra i 18 e i 34 anni, che costituisce ormai un segmento di vitale importanza per le compagnie. Inoltre, i nativi digitali rappresentano ancora una grande sfida per gli assicuratori perché richiedono un livello di servizio

cora inadeguato, in special modo in quelle competenze *customer facing* (connessione e coinvolgimento continuo del cliente). Oggi la maggior parte delle compagnie è connessa ai propri clienti a un livello basico. Offrono servizi lungo un'ampia gamma di canali, ma in modo poco integrato e senza essere in grado di personalizzare i contenuti in funzione dei diversi segmenti di clientela. In Italia, in particolare, è stato evidenziato che le compagnie hanno non poche difficoltà nel raccogliere le informazioni necessarie ad avere una visione complessiva del cliente (e della relazione in essere): la maggior parte delle compagnie registra e immagazzina dati sui clienti senza avere poi la capacità di utilizzarli a dovere, a vantaggio proprio e del cliente stesso. In tale contesto, sarà fondamentale che le compagnie focalizzino la propria attenzione sullo sviluppo dei canali digitali, al fine di ingaggiare maggiormente, e meglio, i propri clienti. Dovranno, in definitiva, far sì che tutti i canali lavorino in modo armonico e integrato.

R.A.

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

AZIENDE, DAI RISCHI ALLA SICUREZZA DELLA POLIZZA

Milano, 10 giugno 2015 (9.00 - 17.00)
Palazzo delle Stelline, Corso Magenta 61

PROGRAMMA

Chairman Maria Rosa Alaggio, *Direttore di Insurance Review e Insurance Trade*

09.00 - 09.30 - Registrazione

09.30 - 10.10 - **L'assicurazione e i rischi per settore merceologico**

*Adolfo Bertani, presidente di Cineas
Claudia Costa, vice presidente di Anra
Carlo Marietti Andreani, presidente di Aiba
Luigi Viganotti, presidente di Acb*

10.10 - 10.30 - **L'assicurazione a supporto dello sviluppo delle aziende**

Vittorio Scala, country manager e rappresentante generale dei Lloyd's in Italia

10.30 - 10.50 - **Imprese e internazionalizzazione: come gestire le diversità tra sistemi giuridici**

Bruno Giuffrè, country managing partner di Dla Piper

10.50 - 11.10 - **Soluzioni per il rischio di credito commerciale**

Antonella Vona, direttore marketing e comunicazione di Coface Italia

11.10 - 11.30 - Coffee break

11.30 - 12.00 - **Garanzie assicurative per le Pmi: il ruolo di agenti e broker**

*Arnaldo Bergamasco, presidente di Brokers Italiani
Roberto Conforti, presidente di Uea*

12.00 - 12.30 - **Aziende e polizze assicurative: un rapporto soddisfacente?**

*Luigi Coghi, amministratore delegato di Molinari
Lorenzo De Pietri, direttore generale di SNT Technologies
Matteo Polo, amministratore delegato di Crai Supermercati - Ama Crai Ovest*

12.30 - 12.50 - **Servizi innovativi: un lavoro di squadra a vantaggio dell'azienda cliente**

Stefano Sala, amministratore delegato gruppo per

12.50 - 13.00 - Q&A

13.00 - 14.00 - Pranzo

14.00 - 14.20 - **Il peso delle catastrofi naturali**

Intervista a Roberto Manzato, direttore centrale vita, danni e servizi di Ania

14.20 - 14.40 - **Gestire il rischio ambientale**

Giovanni Faglia, responsabile Pool Inquinamento

14.40 - 15.00 - **Sinistri property e ambientali: formazione e disaster recovery come valore aggiunto della loss prevention**

Filippo Emanuelli, amministratore delegato di Belfor Italia

15.00 - 15.20 - **Cyber risk e Pmi: una polizza ad hoc con assistenza H24**

Maurizio Ghilosso, amministratore delegato di Dual Italia

15.20 - 16.30 - **TAVOLA ROTONDA: Gestione del rischio: gli ambiti di miglioramento e di valorizzazione del contratto assicurativo**

*Natale Castagna, managing director di Novatex Italia
Francesco Cincotti, presidente di Aipai
Paolo Lionetti, vice presidente di Anra e group insurance & claims manager di Autostrade per l'Italia
Angela Rebecchi, head of sales & market management di Allianz Global Corporate & Specialty SE
Marco Rossi, head of sales & marketing di Das
Stefano Tasso, director di Affiliated FM
Benoit Michel Verbrigghe, GI Product Director di Aviva
Massimiliano Zampieron, head of sales di Aig per l'Italia*

16.30 - Q&A

**Iscriviti su www.insurancetrade.it
Scarica il programma completo**

patrocinato da



* in attesa di conferma
sponsorizzato da

