

PRIMO PIANO

Eiopa, nuovi stress test

Nel 2017, Eiopa lancerà il secondo stress test sulle pensioni per analizzare gli effetti delle prolungate condizioni di mercato: in primis per capire meglio i problemi che stanno ponendo i bassi tassi d'interesse. Questo scenario pone sfide significative ai benefit corrisposti dagli enti pensionistici aziendali e professionali: sono possibili, quindi, conseguenze negative per la stabilità finanziaria degli enti, e riflessi critici sull'economia reale.

Questo è quanto ha sottolineato il presidente dell'Autorità europea per le assicurazioni e i fondi pensione, Gabriel Bernardino, nel corso di un'audizione presso la commissione. Affari economici e monetari del Parlamento Europeo.

Sempre sul tema previdenziale, Bernardino ha aggiunto che il Pepp, ovvero il prodotto pensionistico personale paneuropeo, potrà contribuire alla costruzione del mercato unico dei capitali nell'Unione Europea, e che l'advise della Commissione Europea "sullo sviluppo di un prodotto che sia semplice, standardizzato e trasparente" è condivisibile. L'ultimo richiamo del presidente di Eiopa va al documento informativo chiave (Kid) e agli standard normativi tecnici dei Piiips, recentemente bocciati dal Parlamento Europeo: Bernardino considera entrambi fondamentali per la tutela dei consumatori.

Fabrizio Aurilia

RICERCHE

Banche, il futuro passa dal Fintech

Il mercato premia gli istituti che rinnovano il modello di business. È quanto emerge da una ricerca di Excellence Consulting

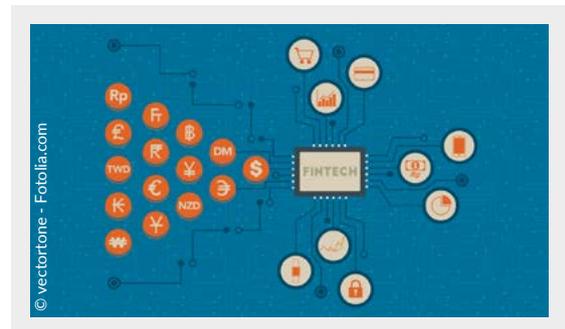
Il modello di banca generalista, cosiddetta universale, sembra non essere più adeguato per competere nel nuovo scenario di mercato. Questa fisionomia è troppo spesso legata ad architetture organizzative e sistemi informatici obsoleti, con conseguenti costi di manutenzione elevati, e difficoltà a innovare una gamma prodotti che, solo per una porzione limitata, contribuisce a generare ricavi. Ciò premesso, gli istituti di credito che investono maggiormente in innovazione del modello di business attraverso l'attivazione o la partecipazione a iniziative Fintech sono anche quelli più premiati dai mercati. Gli investitori, infatti, privilegiano le banche più orientate al rinnovamento del loro modello di business, principalmente quelle che investono in iniziative tecnologiche. È l'istantanea che emerge da una ricerca di Excellence Consulting che ha analizzato i driver di valutazione di un campione di circa 20 tra le più importanti banche europee con riferimento all'anno 2015.

Quasi la metà delle banche che hanno dedicato a investimenti Fintech una percentuale dei ricavi superiore alla mediana del campione, ha anche ottenuto una migliore valorizzazione da parte del mercato nel rapporto tra prezzo di Borsa e utile netto per azione. Meno significativi i risultati ottenuti applicando la stessa analisi ad altri driver di valore, quali: la dimensione dei ricavi (solo il 18% delle banche più grandi ha migliore valorizzazione); la qualità dei crediti (solo il 18% delle banche con migliore *Npl ratio* ha migliore valorizzazione); la composizione dei ricavi (solo il 23% delle banche con maggiore incidenza dei ricavi da collocamento prodotti ha migliore valorizzazione); la crescita dei ricavi (solo il 30% delle banche con più elevati tassi di crescita ha migliore valorizzazione).

TRA START UP E CROWDFUNDING

I risultati della ricerca sono altrettanto rilevanti perché si inseriscono in un quadro di progressiva disintermediazione delle banche da parte di numerose start up Fintech che stanno acquisendo quote di mercato in ciascuna delle tradizionali aree di affari delle istituzioni creditizie. D'altra parte anche lo *shadow banking* è in costante crescita: fondi pensione e asset management stanno sostituendo le banche nel finanziamento alle aziende più grandi e, in parallelo, stanno nascendo nuove iniziative di finanziamento per le piccole e medie aziende. Da ultimo il *crowdfunding* e il *p2p lending* è previsto che crescano a ritmi significativi e, anch'essi, tenderanno a disintermediare le banche.

(continua a pag.2)



INSURANCE REVIEW su LINKEDIN
Seguici sulla pagina cliccando qui

(continua da pag.1)

CREDITI DETERIORATI

La corsa agli interventi di eliminazione dai bilanci dei crediti deteriorati, seppur rilevante per assicurare un'adeguata solidità patrimoniale anche in contesti macroeconomici molto sfavorevoli, non rappresenta una soluzione definitiva per risolvere i problemi delle banche. La generazione di perdite in conto economico, variabile in base al prezzo di cessione dei crediti deteriorati, non è detto che sia controbilanciata da un più che proporzionale miglioramento del moltiplicatore prezzo/utigli; quest'ultimo sembra invece essere maggiormente correlato agli investimenti in innovazione del modello di business.

IL TEMPO GIOCA A FAVORE DELLE START UP

Stando alla survey, le start up Fintech, oltre a essere caratterizzate da strutture organizzative e sistemi più agili, tendono a specializzarsi su singole aree di business nell'ambito delle quali, spesso, riescono a costruire modelli di servizio innovativi, capaci di erogare ai clienti una *customer experience* superiore. Questi player innovativi, al momento ancora carenti di adeguata scala dimensionale e con un livello di *trust* dei clienti non paragonabile a quello di cui godono le banche, non hanno ancora sostituito totalmente le istituzioni creditizie, ma il tempo sembra giocare a loro favore: il 38% dei consumatori fidelizzati a una compagnia Fintech consiglia di abbandonare la banca tradizionale, e circa un terzo dei volumi di business dei servizi bancari e di pagamento sono considerati a forte rischio per il 2020.

SERVE UN APPROCCIO "BIFOCAL"

In definitiva, a parere di Excellence Consulting, è necessario che le banche adottino un approccio gestionale *bifocale*, in grado di combinare alla gestione ordinaria, finalizzata all'ottimizzazione dei risultati di breve termine del business attuale, anche un sistema di interventi orientati alla creazione del nuovo modello di business. Tali interventi dovranno prevedere l'attivazione o la partecipazione a iniziative Fintech per ciascuna delle aree di business rilevanti per la banca. I nuovi paradigmi gestionali delle istituzioni finanziarie saranno, secondo la ricerca, quelli che caratterizzano le attuali aziende Fintech. In altre parole, spiega **Maurizio Primanni**, ceo di Excellence Consulting, "specializzazione e verticalizzazione di più aziende su specifiche aree di business (come ad esempio servizi bancari e pagamenti, wealth management, financial advisory e trading, corporate banking e alternative financing, personal finance); erogazione di una *customer experience* a elevata personalizzazione sulle esigenze dei clienti; outsourcing delle attività e dei sistemi informatici di back-office a ridotto valore aggiunto, investimento sullo sviluppo di nuove piattaforme agili, modulari e flessibili, architettura di prodotto aperta che ricomprende sia prodotti propri sia di partner commerciali". I mercati, cioè, suggeriscono che questa è la via per coniugare basso assorbimento di capitale, servizio al cliente d'eccellenza, costi d'esercizio sostenibili e, conseguentemente, buona profittabilità.



Renato Agalliu

NEWS DA WWW.INSURANCETRADE.IT

Generali Italia sconta del 50% la copertura dal rischio terremoto

Oltre a un team dedicato che si attiva in caso di calamità naturali, Generali Italia ha deciso di scontare della metà la copertura del rischio terremoto. È partito, infatti, il nuovo modello di servizio per assistere tempestivamente i clienti danneggiati dal sisma.

In primis, la compagnia ha deciso di co-partecipare alla copertura dal rischio sismico sostenendo il 50% del premio, sia a favore dei suoi assicurati sia dei nuovi, per tutti i contratti perfezionati entro il 31 dicembre 2016. In seconda battuta, con una nuova proposta assicurativa dedicata agli eventi catastrofali (che sarà lanciata a inizio 2017) e che prevede, al verificarsi di un grave evento naturale, l'attivazione immediata di un team dedicato e un numero verde sempre a disposizione degli assicurati. In caso di inagibilità delle agenzie e dei punti operativi, le unità mobili assicurano la piena operatività della squadra sull'area dell'evento.



RICERCHE

Identikit di chi innova in Italia

Gli imprenditori sono intelligenti e ottimisti: secondo un Rapporto di CheBanca, il nostro Paese si distingue nel potenziale innovativo. Un tema su cui le diverse città hanno un approccio diverso



L'Italia non è seconda a nessuno in fatto di invenzioni tecnologiche. A ribadirlo, l'ultimo rapporto sull'innovazione realizzato da **CheBanca! - Cotec**, curato dal **Censis**, e consegnato recentemente al Presidente della Repubblica, **Sergio Mattarella**.

Nella classifica globale dei Paesi più all'avanguardia, dominata dagli Stati Uniti, l'Italia si aggiudica il quinto posto, in Europa è seconda dopo la Germania. Per oltre tre italiani su dieci, il Bel Paese è tra le prime dieci nazioni per capacità di innovare.

Tra le invenzioni, le più apprezzate sono quelle legate all'ambito della salute farmaceutico (87,2%) con i nuovi farmaci, l'ingegneria genetica e cellule staminali, sia in quello della diagnostica (76,1%), e a quello delle tecnologie per la comunicazione applicate all'automotive (82,6%) e alla vita di tutti i giorni (77,9%).

L'aria che tira a Milano, Roma e Napoli

In ogni città, l'innovazione viene percepita in modo diverso. Milano crede che gli innovatori debbano avere grande curiosità (34,6% vs 30% media nazionale), attitudine ad assumere dei rischi (24% vs 20% media nazionale) e uno sguardo rivolto al futuro, per individuare e adottare tecnologie che possano ridurre l'impatto sugli ecosistemi e rendere più efficiente e produttivo l'uso delle risorse (65,2%). La città è anche la più attenta all'innovazione digitale: i servizi di home banking, i pagamenti elettronici e l'e-commerce trovano una platea più ampia rispetto al resto del Paese.

Diversa l'opinione di Roma, che vede nell'intelligenza superiore alla media, il segreto del successo dell'innovatore (21,6%) ed è convinta che, per risolvere i problemi di oggi, sia necessa-

rio prendere spunto dal passato (38,7% contro una media del 35,4%): meno tecnologia, quindi e più attenzione alla riduzione dei consumi, allo sfruttamento delle risorse e al ripensamento dei processi produttivi. E, quando si parla di tecnologia applicata alla vita quotidiana, a prevalere sono le commodity: antifurti elettronici (37% vs 31,6%) e abbonamenti alla pay tv (48,2% vs 39,4%); tuttavia, per valutare un'innovazione, blog e social network risultano fra le fonti più credibili (+0,7% rispetto alla media del Paese).

Viceversa, a Napoli, le invenzioni tecnologiche vengono valutate ascoltando l'opinione di amici e conoscenti (+1,8% rispetto alla media nazionale), tuttavia la città guarda al futuro e, come a Milano, si pensa che bisogna innovare (69,5% vs 63,7%).

Più creatività, meno istruzione

Guardando in senso generale, gli italiani sono convinti che l'innovazione debba presupporre creatività (48,4%), intuito (31%), curiosità (30,1%), disponibilità a rischiare (19,9%), ottimismo/fiducia nel futuro (19,6%) e intelligenza superiore alla media (18,6%). Contano meno le abilità manuali (3,7%), l'istruzione universitaria (9,7%), le conoscenze informatiche (9,9%) e l'esperienza (12,6%). Infine, per affrontare i problemi odierni, i cittadini del Bel Paese ritengono fondamentale andare oltre: quasi due terzi degli intervistati (63,7%) pensa che bisognerebbe guardare avanti, individuando e adottando tecnologie che possano ridurre l'impatto sugli ecosistemi.

Laura Servidio

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

Supplemento al 27 settembre di www.insurancetrade.it - Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 - ISSN 2385-2577

Convegno

COSÌ CAMBIA LA DISTRIBUZIONE ASSICURATIVA

5 OTTOBRE 2016

MILANO

Palazzo delle Stelline,
Corso Magenta, 61

9.00 - 17.30

Sponsor:

PROGRAMMA

Chairman Maria Rosa Alaggio *Direttore di Insurance Review e Insurance Daily*

09.00 - 09.30 - Registrazione

09.30 - 09.50 - Presentazione dell'Osservatorio sulla distribuzione assicurativa
Compagnie e intermediari, insieme per le sfide future della distribuzione assicurativa
Marco Lanzoni, responsabile divisione finance Scs Consulting
Giorgio Lolli, manager mercato finanza Scs Consulting

09.50 - 10.10 - **IDD2: così cambia la distribuzione assicurativa**
Chiara Cimorelli, legal director Dla Piper Studio legale e tributario

10.10 - 10.30 - **La centralità degli agenti (secondo Aviva Italia)**
Video - Phil Willcock, ceo Aviva Italia
Andrea Amadei, chief operating officer & retail director Aviva Italia
Pierangelo Colombo, presidente Gruppo agenti Aviva

10.30 - 10.50 - **Crescere con gli intermediari**

10.50 - 11.10 - **Il nostro punto di vista sull'assistenza, tutela legale e assicurazione viaggio per intermediari**
Stéphane Coulot, ceo AXA Assistance Italia

11.10 - 11.30 - Coffee break

11.30 - 13.00 - TAVOLA ROTONDA: **Obblighi, opportunità e prospettive della rete agenziale**
Maurizio Capiello, presidente Commissione Distribuzione Ania
Maria Luisa Cavina, responsabile servizi intermediari Ivass
Vincenzo Cirasola, presidente Anapa Rete ImpresAgenzia
Claudio Demozzi, presidente Sna
Stefano Gentili, chief marketing e distribution officer Generali Italia
Vittorio Verdone, direttore affari istituzionali gruppo Unipol e responsabile gestione normativa reti distributive UnipolSai

13.00 - 13.10 - Q&A

13.10 - 14.00 - Pranzo

14.00 - 15.00 - TAVOLA ROTONDA: **Gli intermediari tra direttive, tecnologia e proposte assicurative**
Alessandro De Felice, presidente Anra
Luca Franzini de Luca, presidente Aiba
Fabrizio Premuti, presidente Konsumer Italia
Luigi Viganotti, presidente Acb

15.00 - 15.20 - **Sinistri: come gestire l'emergenza e la fase di risanamento**
Stefano Sala, amministratore delegato gruppo per

15.20 - 15.40 - TAVOLA ROTONDA: **Creare valore per le agenzie: il ruolo dei gruppi agenti**
Umberto D'Andrea, presidente Associazione Agenti Allianz
Dario Piana, presidente comitato gruppi aziendali Sna
Enrico Ulivieri, presidente Gruppo agenti Zurich e vice presidente Anapa Rete ImpresAgenzia

15.40 - 16.00 - **L'importanza della specializzazione**
Antonio Sacchi, country manager per l'Italia di Liberty Specialty Markets

16.00 - 17.15 - TAVOLA ROTONDA: **Come sviluppare nuovo business per compagnie e canale agenziale**
Marco Lamola, direttore distribuzione e marketing gruppo Cattolica
Jean François Mossino, presidente Commissione agenti europei al Bipar
Marco Oddone, responsabile marketing & distribution Alleanza Assicurazioni
Marco Rossi, head of sales & marketing di Das
Federico Serrao, vice presidente Ga.Gi
Sergio Sorgi, vice presidente Progetica



IN CHIUSURA DEL CONVEGNO I PIÙ FORTUNATI TRA IL PUBBLICO VERRANNO SORTEGGIATI E RICEVERANNO UN PRESTIGIOSO PREMIO: UN RINGRAZIAMENTO PER LA COSTANTE ATTENZIONE CHE IL MONDO DEGLI INTERMEDIARI RISERVA ALL'ATTIVITÀ DI INSURANCE CONNECT

Iscriviti su www.insurancetrade.it
Scarica il programma completo