

PRIMO PIANO

I celebri Lloyd's di Bruxelles

A un giorno dall'inizio ufficiale della procedura che porterà il Regno Unito a uscire dall'Unione Europea, i Lloyd's si attrezzano per non perdere preziose porzioni del proprio business. In occasione del disvelamento dei risultati dell'anno scorso, gli assicuratori di Londra hanno confermato che apriranno una filiale a Bruxelles e che sarà operativa entro il primo gennaio 2019. Non è ancora chiaro, tuttavia, quali saranno i reali rischi per le società del Regno Unito che hanno rapporti commerciali con l'Europa, e quali saranno le mosse migliori per salvaguardarli.

Fin dal giorno dopo il referendum che ha diviso le strade di Gran Bretagna e Unione Europea, i Lloyd's si sono affrettati a confermare, come disse il ceo Inga Baele, "che le attività di business potranno continuare senza interruzioni quando il Regno Unito lascerà la Ue".

Al di là delle iniziative delle singole imprese, i nodi principali dovranno essere sciolti nei negoziati: "l'attivazione dell'articolo 50 - ha ricordato Michaela Koller, dg di Insurance Europe - segna l'inizio di un processo complicato che potrebbe avere un impatto significativo sul futuro della crescita sia in Europa sia nel Regno Unito. È importante, quindi, che i prossimi negoziati siano al servizio dei cittadini e delle imprese".

Fabrizio Aurilia

COMPAGNIE

Amissima fissa i propri (ambiziosi) obiettivi

Ieri a Milano Alessandro Santoliquido e il top management del gruppo hanno illustrato alla rete i target che compagnia e agenti dovranno centrare nei prossimi anni: spostare il baricentro del business dall'Rca a rami elementari e protection, portando la compagnia a crescere nuovamente

Le avevamo lasciate con un altro nome, **Carige Assicurazioni** e **Carige Vita Nuova**, e truffate dagli stessi dirigenti: l'ex ad **Ferdinando Menconi**, e l'ex presidente di **Banca Carige, Giovanni Berneschi**, finiti entrambi in manette e condannati, con sentenza di primo grado, rispettivamente a sette e otto anni di reclusione. Le ritroviamo ora con il nome di **Amissima Assicurazioni** e **Amissima Vita**, sotto il controllo del fondo di private equity **Apollo**, che per il loro rilancio (o meglio, per l'avvio del nuovo cammino) ha deciso di ingaggiare, come direttore generale e ceo, uno dei più abili manager sulla piazza: l'ex dg di **Sara, Alessandro Santoliquido**.

L'ERA DI APOLLO

Ieri, a Milano, si è tenuto un grosso evento rivolto alla rete distributiva, nel corso del quale è stato presentato il nuovo management, ma soprattutto sono state illustrate le strategie e gli obiettivi del gruppo assicurativo per i prossimi anni: in platea, tutti gli intermediari Amissima, capitanati dal presidente del gruppo agenti **Letterio Munafò**. È stato il presidente di Amissima, **Andrea Moneta**, a presentare loro chi è Apollo e come opera nel mondo, passando in rassegna i principali investimenti in ambito finanziario, bancario e assicurativo che il fondo di private equity a messo a segno negli ultimi anni. "Apollo - ha detto - vede in Amissima un'importante piattaforma per la crescita in Italia, ed è pronta a investire per creare valore". Moneta ha anche fatto un accenno alla diatriba tra l'attuale management di Banca Carige, gli ex vertici dell'istituto e la stessa Apollo: "le accuse nei nostri confronti sono totalmente infondate e strumentali", ha affermato.

UNA COMPAGNIA NUOVA IN UNO SCENARIO NUOVO

Nonostante le nuove scaramucce giudiziarie, oggi il gruppo Amissima può finalmente archiviare il passato e dedicare tutte le proprie energie a scrivere una storia nuova. Il modo di fare business degli anni passati non esiste più, e gli agenti (non solo quelli Amissima) sanno bene quanto è difficile operare in un'epoca di cambio di paradigmi, dove il confine tra business tradizionale e digitale non è più netto. E dove, nel tessuto sociale, le certezze del passato stanno crollando, il che per gli agenti significa andare a intercettare nuovi bisogni da assicurare. Sarà proprio quello della protezione (ma non solo) uno dei principali ambiti da presidiare, anche alla luce della progressiva contrazione del business auto. (continua a pag. 2)



Andrea Moneta, presidente di Amissima



INSURANCE REVIEW su FACEBOOK

Seguici sulla pagina cliccando qui

(continua da pag. 1)

LE SFIDE PER I PROSSIMI ANNI

Il dg e ceo Santoliquido ha passato in rassegna, una per una tutte, le sfide che compagnia e agenti avranno di fronte nei prossimi anni: “in primis, quella di compensare il calo dei premi auto aumentando i proventi dagli altri rami danni”. Ma sono davvero tanti i fronti caldi: maggiore concorrenza sul mercato, aumento della confrontabilità dell'offerta da parte dei clienti, digitalizzazione dei canali, pressione su costi e margini, regolamentazione sempre più pressante, bassi tassi di interesse. C'è poi un punto su cui il dg pone l'accento: quello delle dimensioni, sia delle compagnie, sia delle agenzie. “Molti agenti si stanno aggregando, e ciò avverrà anche per le compagnie, perché con Solvency II è improbabile che i player di piccole dimensioni potranno sopravvivere da soli”.

UNA LEARNING ORGANIZATION

Sarà possibile vincere queste sfide se compagnia e agenti saranno in grado di differenziare le performance, “attraverso una maggiore fluidità delle quote di mercato. Abbiamo la necessità di migliorarci di continuo, perché solo chi saprà meglio adattarsi ai nuovi paradigmi potrà sopravvivere. In altre parole -ha sottolineato Santoliquido - dobbiamo diventare una learning organization”. Le agenzie vincenti saranno quelle che coniugheranno “un reale orientamento al cliente a una sana gestione dei costi. Tra compagnie e agenzie - ha evidenziato - è necessario un approccio di partnership”.

I TARGET PER I PROSSIMI ANNI

Santoliquido ha poi tracciato gli obiettivi del gruppo per i prossimi anni, prendendo come punto di partenza i dati dell'esercizio 2016. Per quanto riguarda i danni, Amissima Assicurazioni ha registrato un aumento dei premi (354 milioni di euro: +7,4%), ma una perdita netta di 7,8 milioni (-15,4%), con un combined ratio peggiorato a 106,8 punti (+4,5%). “I premi crescono anche grazie all'apporto delle agenzie - ha osservato il dg e ceo - mentre il cor è in aumento sia a causa del calo dei premi medi, sia per un run-off negativo di 33 milioni”. Per quanto riguarda Amissima Vita, i premi sono in calo (834,4 milioni: -14,9%), soprattutto nelle unit-linked, mentre l'utile è in aumento a 24,7 milioni di euro. Gli obiettivi chiave a breve termine sono quelli di sostenere la crescita dei premi già avviata, migliorare la profittabilità tecnica danni, rilanciando il segmento vita nelle agenzie, e rivedendo l'allocazione degli investimenti per migliorare i redditi finanziari.

Il gruppo Amissima vuole incrementare il numero di agenzie passando dalle 477 del 2016 alle 507 nel 2017, per arrivare a 522 nel 2019. Relativamente allo sviluppo dei premi agenziali, l'obiettivo è di crescere dello 0,9% nel 2017 (388 milioni nel danni; 50 nel vita), dell'1% nel 2018 (446 milioni danni, 60 vita), fino ad arrivare, nel 2021, a centrare un aumento della crescita dell'1,3%, con il danni a 591 milioni, e il vita a 90 milioni. Ma è nelle performance tecniche che il gruppo ha le più grandi ambizioni: si punta a far scendere il combined ratio a 97 punti già nel 2017, riducendolo ulteriormente a 94,7 nel 2018, fino a giungere, nel 2021, a 89,8. A questo risultato si dovrà arrivare lavorando soprattutto sull'expense ratio con questa tabella di marcia: nel 2017 a 28,2%, nel 2018 a 26,3%, nel 2021 a 24,4%. Ambiziosi sono anche i target finanziari: si punta a ridurre il rapporto spese generali/premi emessi dal 12,2% del 2016, al 10,9% del 2017, al 9,4% del 2018, fino al 7,6% del 2021. Infine, il risultato di esercizio: si dovrà passare dalla perdita di 7,8 milioni registrata nel 2016 a una crescita dello 0,6% del 2017, passando per un +9,3% nel 2018 fino al +41,5% nel 2021.

MIGLIORARE LA COMUNICAZIONE CON IL CLIENTE

Santoliquido ha quindi illustrato le azioni avviate in questa direzione: rilancio e ridisegno di programmi di formazione agenziale e animazione commerciale; decisa azione commerciale sui danni rami elementari preferiti (inclusi quelli auto) anche grazie al nuovo programma di incentivi commerciali; un focus specifico sulla vendita di prodotti rami elementari auto sulle nuove agenzie; una gestione più tecnica degli sconti per recuperare premio medio Rca, mantenendolo almeno ai livelli 2016; uno sviluppo del vita coinvolgendo un numero maggiore di agenzie, soprattutto sui prodotti tcm, risparmio e previdenza. Il dg e ceo di Amissima ha infine posto un particolare accento sulla “gestione dei sinistri gravi” che dovrà avvenire “in un'ottica più transattiva, avviando un ridisegno dei processi sinistri in ottica semplificazione, maggiore assistenza e comunicazione proattiva, per i clienti e le agenzie. Dobbiamo riflettere - ha sottolineato - sul fatto che, per ogni cliente che reclama, ce ne sono almeno altri 10 che hanno avuto un problema simile, ma non che lo hanno fatto sapere e hanno preferito distanziarsi dall'impresa. Un reclamo dà la possibilità di capire cosa non funziona nelle nostre imprese. Chi ci fa un reclamo ci sta aiutando a migliorare. Pertanto, un reclamo ben gestito migliora la soddisfazione il cliente, portandola spesso a livelli più elevati di chi non ha avuto problemi”.



Arriva la nuova Duo Assimoco

Restyling per la polizza multiramo di investimento: la compagnia punta su flessibilità e trasparenza

È passato un anno dalla presentazione di *Duo Assimoco*, la polizza multiramo pensata per la gestione degli investimenti. Un lasso di tempo che la compagnia deve aver considerato idoneo per un *restyling* del prodotto. Nasce così la nuova versione di Duo Assimoco, che punta adesso a garantire maggior flessibilità e trasparenza alla clientela. “Con questo prodotto, oggi parzialmente ripensato per rispondere alle mutevoli esigenze della popolazione italiana, il gruppo Assimoco ha voluto realizzare un unico prodotto capace di offrire un investimento equilibrato tra protezione e opportunità di mercato in base ai traguardi di vita delle persone”, ha spiegato **Ruggero Frecchiami**, direttore generale di Assimoco.

Gestione separata e fondi unit-linked

Come ogni prodotto della linea *Risparmio e Investimento* di Assimoco, la polizza è provvista di un vero e proprio bugiardino, che raccoglie, con un linguaggio semplice e accessibile, tutti i termini del contratto. La soluzione si conferma poi accessibile, con un premio unico minimo di 10 mila euro: sarà poi possibile, a discrezione del cliente, integrare il

capitale con versamenti aggiuntivi. Metà della somma verrà destinata nella *Gestione Separata Previcra*, che garantirà la necessaria protezione dell'investimento. La parte restante verrà invece investita in uno dei tre fondi *unit-linked* messi a disposizione dalla compagnia: *Fondo Prudente*, obbligazionario misto, *Fondo Equilibrato*, bilanciato obbligazionario, e *Fondo Dinamico*, azionario globale.

Garanzia di flessibilità

La combinazione degli investimenti viene stabilita al momento di sottoscrizione della polizza, con la possibilità di modificarla dopo 60 giorni dalla decorrenza del contratto. Confermato poi il servizio di ribilanciamento automatico: la compagnia controllerà, su base trimestrale, l'esposizione della componente unit-linked, in modo tale da evitare inutili esposizioni al rischio di oscillazione dei prezzi. Previsto, infine, un programma di decumulo, attivabile al momento della sottoscrizione o successivamente, che consente di ricevere ogni anno un importo predefinito dell'investimento.

Giacomo Corvi



Associazione Nazionale Agenti Professionisti di Assicurazione
ANAPA
Rete ImpresAgenzia

ENTRA IN ANAPA!

INSIEME POSSIAMO VOLARE LONTANO!

CLICCA QUI PER ISCRIVERTI

CLICCA QUI RINNOVARE

PRODOTTI

In arrivo due nuovi fondi per Old Mutual Wealth

Si amplia la collaborazione nelle unit-linked tra la compagnia e la società di gestione del risparmio Degroof Petercam



A partire da aprile, due nuovi fondi d'investimento saranno disponibili per le polizze *unit linked* di **Old Mutual Wealth Italy**. Si tratta di *Dpam L bonds emerging markets sustainable* e di *Dpam invest B equities agrivalue*. Entrambi sono messi a disposizione da **Degroof Petercam**, società di gestione del risparmio di Bank Degroof Petercam, con oltre 50 miliardi di euro in gestione e con strategie tradizionali, multi asset, total return, sistematiche attive e passive.

La società collabora dal 2015 con Old Mutual Wealth Italy, che a sua volta lavora con 25 reti di promotori, 30 banche territoriali, agenti e broker, che potranno così accedere a un ventaglio più ampio e diversificato di fondi comuni attraverso le polizze unit linked.

Entrando nello specifico dei diversi fondi, il primo, secondo quanto comunica Degroof Petercam, offre, tramite una gestione attiva del portafoglio, la possibilità di investire in obbligazioni governative dei Paesi emergenti in valuta locale, mentre il secondo è un fondo azionario tematico che permette di investire a livello globale su titoli di società quotate, attive in tutta la catena del valore nel settore agroalimentare. Quest'ultimo era stato inserito nell'annuario, *I 300 migliori fondi*, del 2015 di *Cfs Rating* nella categoria *Azionari agricoltura*.

“L'introduzione di nuovi fondi di Degroof Petercam all'interno delle nostre piattaforme – ha commentato **Gianroberto Ratti**, responsabile prodotti e investimenti di Old Mutual Wealth – risponde prontamente alla nostra idea di continua innovazione dell'offerta”.

F.A.

COMPAGNIE

Fast&Serious con Generali

Il Leone, in collaborazione con Sky, lancia un'iniziativa sulla guida responsabile: in occasione dell'avvio dei campionati di Formula1 e MotoGP, clip di edutainment e fanta-gioco on line

La scorsa domenica sono ripartiti i campionati di **Formula1** e **MotoGp**. E tanti sono stati gli spettatori rimasti incollati allo schermo per assistere all'attesa vittoria di Sebastian Vettel o all'inaspettata rimonta di Valentino Rossi. Come ogni anno, un emozionante mix di velocità estreme e sorpassi adrenalinici, che è bene, tuttavia, lasciare ai professionisti dello sport e alle controfigure dei film d'azione. Un consiglio che arriva anche da **Generali Italia**: la compagnia, proprio in occasione dell'inizio dei campionati, ha lanciato *Fast&Serious*, iniziativa sulla guida responsabile promossa in collaborazione con **Sky**. “La sicurezza proattiva e la sensibilizzazione degli utenti della strada a un uso più consapevole di auto e moto sono da sempre temi centrali per Generali Italia”, ha commentato **Stefano Gentili**, chief marketing e distribution officer della compagnia.

Consigli degli esperti

Prevista una serie di pillole di *edutainment* sulle migliori tecniche di guida in sicurezza, che saranno trasmesse sul sito dell'iniziativa e sui canali social e web di Generali Italia e Sky. A guidare i spettatori ci saranno due testimonial di eccezione, **Davide Valsecchi** e **Mauro Sanchini**, ex piloti prestati oggi al commento tecnico delle gare di Formula1 e MotoGP. Il tutto in pieno stile *Generali Sei in Auto con Stile*, il dispositivo a parabrezza che fornisce al guidatore, in tempo reale, informazioni sul suo stile di guida. “Vogliamo promuovere e premiare comportamenti virtuosi e sicuri. Questo porta benefici per i nostri clienti ma anche per l'intera comunità”, ha proseguito Gentili.

Arriva il FantaGp

Chiude l'iniziativa un gioco on line, sorta di fantacalcio trasportato nel mondo dei motori. Il gioco, denominato *GeneraliFantaGp*, è partito la scorsa settimana con l'avvio dei campionati, registrando già centinaia di adesioni. Per partecipare basta accedere al sito www.generalifantagp.sky.it e costruire la propria scuderia, gareggiando con gli altri concorrenti fino al termine della stagione. Tanti i premi in palio: dai premi di giornata (*smartbox Motori in Pista*) ai premi di metà classifica (ingressi per due persone al gran premio di Monza di Formula1 e per la gara di MotoGP al circuito di Misano). I riconoscimenti più ambiti, riservati per la classifica finale: una *Ducati Scrambler Icon* per la MotoGP, e una *Fiat 500* per la Formula1.

G.C.

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.itPer inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.it