

## PRIMO PIANO

### Vita, quattro mesi in calo

Nei primi quattro mesi dell'anno, i numeri del settore vita risultano ancora in diminuzione rispetto allo stesso periodo del 2018. Si tratta di un calo del 2,8%, pari a 33,1 miliardi di euro: il dato si riferisce alla nuova produzione di polizze vita individuali raccolte dalle imprese italiane, dalle rappresentanze di imprese extra Ue e dalle rappresentanze di quelle Ue.

Ad aprile, l'ultimo riferimento fornito da Ania, la raccolta complessiva del mese si è attestata a 8,1 miliardi (+5,7% rispetto allo stesso mese del 2018), composta dai 7 miliardi delle imprese italiane ed extra Ue, in aumento per il secondo mese consecutivo, e dal miliardo e 100 milioni delle europee, dato in calo del 14,3% rispetto ad aprile 2018.

Relativamente alle imprese italiane ed extra Ue, nel mese di aprile i nuovi premi di ramo I sono stati pari a 4,9 miliardi (il 70% dell'intera nuova produzione), l'ammontare mensile più basso da inizio anno. Da gennaio i premi di ramo I hanno raggiunto 22,3 miliardi, +20% rispetto ai primi quattro mesi del 2018.

Il ramo III, con un ammontare di due miliardi è ancora in calo (-9,5%) rispetto allo stesso mese dell'anno scorso, e nei primi quattro mesi dell'anno la raccolta del new business di quel settore è stata pari a 7,2 miliardi, in diminuzione del 25,3% su base annua.

F.A.

## INTERMEDIARI

### Cambio al vertice degli agenti Axa

**Gaspare Menduni è il nuovo presidente dell'Unione agenti Axa. Questa la decisione dell'assemblea del gruppo che si è conclusa sabato scorso a Napoli, dove sono emerse le preoccupazioni per la trasformazione digitale, le remunerazioni e il rischio disintermediazione. A cui la mandante risponde ribadendo la centralità dell'agente e invitando a mantenere l'unità**

Al termine della quarta assemblea dell'Unione agenti Axa (Uaa), che si è svolta a Napoli dal 6 all'8 giugno, **Gaspare Menduni** è stato eletto, con 501 voti, nuovo presidente della rappresentanza, in sostituzione di **Loretta Credaro**, che ora svolgerà le funzioni di vice presidente. I componenti della nuova giunta sono: **Nicola Angelo Salvati, Salvatore Palermo, Andrea Sgarzani, Luigi Tesi, Francesco Bovio, Giuseppe Enrico Crespi, Amerigo Colarusso.**

Il lungo week end napoletano si è aperto giovedì scorso con il saluto di **Sna** e **Anapa Rete ImpresAgenzia** e il dibattito sulle modifiche allo statuto.

La giornata di venerdì ha visto protagonisti i rappresentanti della compagnia e della presidente uscente. L'assemblea si è poi conclusa sabato con la proclamazione del nuovo direttivo e l'approvazione della mozione congressuale, che ha riaffermato la tutela e la crescita della remunerazione e un modello digitale agente-centrico da realizzarsi in piena autonomia e integrazione con le piattaforme di **Axa**.

#### UNITÀ E CRESCITA

Momento clou dei lavori congressuali è stata la parte ordinaria, durante la quale è giunto, da più parti, l'invito all'unità, ribadito anche dalla presidente uscente Credaro. Esiste un legame forte tra la mandante e gli agenti che "fa da collante e ci rende diversi", ha ricordato **Domenico Martiello**, direttore distribuzione di Axa Italia, sottolineando che la compagnia sta vivendo un "momento magico di crescita, sviluppo e armonia" che va preservato.

Il piano strategico 2018-2020 mira a rendere più forti, specializzati e digital gli agenti Axa che, oggi, sono cresciuti da 940 a 965 unità, con un portafoglio medio di 2,5 milioni di euro (era 2,2 nel 2016) e una crescita delle provvigioni del 6%. Martiello ha sottolineato la volontà della compagnia di restare vicina alle "agenzie che vogliono mettersi in gioco", evidenziando che le realtà fragili sono oggi scese a 92 contro le 150 del 2013.

Il confronto con la mandante è continuato nel corso di una tavola rotonda moderata da **Maria Rosa Alaggio**, direttore di *Insurance Daily*, che ha affrontato i punti chiave della trasformazione, ma anche le principali preoccupazioni degli agenti. Il dibattito ha coinvolto **Renè Gazet**, direttore danni, **Michele Spagnuolo**, direttore vita, **Massimo Agrò**, direttore rete agenti, **Giacomo Gigantiello**, chief transformation officer, e **Nicola Bellome**, direttore commerciale agenti.

#### DIGITAL, CROCE E DELIZIA PER GLI AGENTI

Il principale driver di questa trasformazione è la digitalizzazione che preoccupa non poco la rete, nonostante i numerosi vantaggi prospettati: l'utilizzo dell'Otp (firma digitale) porterà un risparmio fra i 20 e i 30mila euro, e sono già 130 le agenzie che stanno sperimentando con successo la chat al posto del ticket, per un'interazione più veloce.

(continua a pag. 2)



(continua da pag. 1) Un cambiamento epocale che ha richiesto lo sforzo di tutti, in primis della rete agenziale e che oggi, ha affermato Gigantiello, continuerà con una forte focalizzazione su tre elementi: il miglioramento del nuovo sistema danni, Daol; lo sviluppo della mobilità nel motor e nelle commercial lines; e il pagamento dei premi mediante area riservata. Sul digital, Axa ha predisposto un team specializzato con l'obiettivo di facilitare la digitalizzazione della rete in modo personalizzato attraverso un kit che renderà le agenzie "più leggere e commercialmente efficaci", ha spiegato Bellome, ricordando che "la trasformazione non deve essere fine a se stessa", ma "a supporto del business e della crescita".

## L'IMPEGNO SULLA REMUNERAZIONE

A preoccupare gli agenti, nonostante le rassicurazioni dell'ad, **Patrick Cohen**, sono soprattutto le remunerazioni. Il complesso della parte variabile è cresciuto complessivamente del 17% negli ultimi tre anni, ha sottolineato Agrò, con un importante consolidamento della base agenzie premiata: infatti ben l'85% di quelle che partecipano al programma *Ambition* accede all'incentivazione, e le realtà premiate sul rappel sono aumentate del 10%. L'impegno è quello di "continuare sulla semplificazione" dei differenti sistemi incentivanti e su interventi che possano migliorare l'efficacia delle leve a disposizione delle agenzie.

## L'EVOLUZIONE DELL'OFFERTA VITA

Molte le novità in arrivo, come ha illustrato Spagnuolo. Sul fronte vita saranno rilasciate a breve nuove modalità di controllo delle posizioni dei clienti, un cruscotto portafoglio vita per le agenzie, e preventivatori mobili da usare in remoto. Su questo comparto Axa è passata dal settimo al sesto posto, con un product mix diverso rispetto al mercato che vede una buona crescita del multiramo e della protection, dove, nei prossimi mesi, saranno lanciati nuovi prodotti per ampliare la base clienti e fare cross selling.

## SOSTENERE CHI CRESCE

L'altro punto caro agli agenti è il comparto auto. Su questo è intervenuto Gazet, che è partito dai risultati: roll out del nuovo applicativo Daol nel 2018 in soli cinque mesi e una crescita della nuova produzione fino al 40% nei primi mesi del 2019, su retail e flotte. Sul monte sconti richiesto a gran voce dagli agenti, Gazet ha confermato che sarà mantenuto se servirà per la difesa del portafoglio, sottolineando però che questo "non è l'unico strumento per crescere". E ha ribadito che "chi cresce in modo profittevole va sostenuto", chi lo fa in modo non controllato è bene che metta in atto le misure consigliate.

Sul danni le sfide riguardano ora il rinnovo dell'offerta sui mezzi pesanti, con moduli di emissioni polizze più snelli; il reinserimento del comportamento di guida attraverso una formula telematica più moderna ed efficiente; ma anche la spinta legata all'integrazione con **Axa XL**, che consentirà di integrare l'offerta Rc professionale, cyber e rischi specialty che, ha spiegato il direttore danni, "supporterà la specializzazione agli agenti" e una crescita importante sulle commercial lines, sul cyber e sulle professional dove sono in arrivo nuovi prodotti.

## LA SFIDA DEI CANALI

A chiudere gli interventi del management della compagnia è stato l'ad Patrick Cohen, che ha sintetizzato il triennio di crescita. "Siamo una grande compagnia e voi siete una grande rete", ha ribadito con convinzione stilando i numeri più significativi: una crescita danni sei volte superiore a quella del mercato agenti nel biennio 2016-2018, con due posizioni guadagnate nel danni (dal settimo al quinto posto) e un forte incremento nei business strategici confermato in questi primi mesi con un +30% sul salute.

Fatta salva la centralità di questa figura, su cui la compagnia ha previsto un investimento di 110 milioni di euro fino al 2020, Cohen ha sottolineato che la preoccupazione della rete non deve essere la digitalizzazione, ma l'avanzare di bancassicurazione e broker, cresciuti del 4% su salute e casa. È su questo che si gioca la partita del digital che serve ad attrezzarsi "per andare contro chi davvero sta prendendo quote di mercato".

## VERSO UN DIGITAL AGENTE-CENTRICO

Tirando le somme, si è riconfermata la partnership forte fra rete e compagnia. A patto però che il ruolo dell'agente/consulente diventi sempre più "centrale nella strategia distributiva della mandante, in particolare nella customer experience digitale", ha affermato Loretta Credaro a conclusione del suo mandato. La grande sfida sarà "costruire una vera esperienza digitale agente-centrica dirottando gli investimenti dell'azienda verso la costruzione di strumenti e architetture che supportino l'iniziativa del consulente senza subirla come invece avviene oggi".



Un momento dell'assemblea



Loretta Credaro e Patrick Cohen

## COMPAGNIE

### Arag Italia archivia un buon 2018

La branch italiana del gruppo tedesco registra una crescita del 5,5% nella raccolta premi complessiva

Risultato positivo nel 2018 per **Arag Italia**, branch italiana dell'omonimo gruppo tedesco specializzato nella tutela legale. La compagnia, con sede a Verona, ha chiuso l'esercizio con una raccolta premi complessiva di 130,5 milioni di euro (+5,5% sul 2017). I premi del lavoro diretto hanno raggiunto i 35,1 milioni (nel 2017 erano 33,5 milioni di euro: + 4,7%). Il canale indiretto ha messo a segno una crescita del 5,8%, con premi saliti a 95 milioni di euro (nel 2017: 90 milioni). Il *combined ratio* della compagnia si è attestato al 95%, mentre l'utile prima delle imposte è stato pari a 9,4 milioni di euro.



Andrea Andreta

Arag, in una nota, spiega che i primi mesi del 2019 evidenziano una continuità dell'andamento positivo, "ancora caratterizzato da premi in crescita e risultato tecnico migliore delle attese, tale da confermare il buon posizionamento della compagnia per il superamento dei target di fine anno".

Per **Andrea Andreta**, ceo e rappresentante generale per l'Italia della compagnia, il 2018 "è stato un anno particolarmente intenso e proficuo. Oltre alle attività core – ha detto – ci siamo focalizzati sull'allargamento dell'offerta attraverso la costituzione di una *Mga*, sull'adeguamento alle novità regolamentari, in particolare *Idd* e *Gdpr*, e sulla trasformazione digitale del business. Stiamo continuando la trasformazione tecnologica: firma digitale, strumenti di digital marketing per gli intermediari, consolidamento della nostra presenza sui social, efficientamento dei processi anche attraverso la robotica, l'ampliamento dell'offerta ai nostri clienti. Stiamo agendo su metodi di lavoro e cultura aziendale: lo *smart working* oggi è utilizzato dal 46% del nostro staff e a breve la frequenza verrà aumentata a un giorno alla settimana. Tutto questo – conclude –, insieme all'appartenenza a un gruppo solido, indipendente e specializzato e all'ampiezza della nostra rete distributiva, ci pone in posizione ideale per cogliere le opportunità di un mercato competitivo e in forte cambiamento".

Beniamino Musto

## COMPAGNIE

### Crédit Agricole, il nuovo piano strategico al 2022

Il segmento assicurativo è tra le principali linee di crescita. Il contributo dell'Italia all'utile netto del gruppo passerà dal 13% al 17%

Il gruppo **Crédit Agricole** ha presentato il suo piano strategico al 2022, con ambiziosi obiettivi di sviluppo e una *vision* sintetizzata nella nuova ragion d'essere: *Agire ogni giorno nell'interesse dei nostri clienti e della società*. Il gruppo conta di crescere in tutti mercati e di essere primo nell'acquisizione clienti; raggiungere sinergie di ricavi a 10 miliardi di euro; conseguire una completa trasformazione tecnologica per una maggiore efficienza, con un budget dedicato di 15 miliardi in quattro anni.

Le sinergie tra le entità sono alla base del nuovo piano: "il modello di banca universale – si legge nella nota – offre un potenziale di crescita organica che consente a tutte le linee di business di raggiungere la quota di mercato del gruppo nel retail banking. Il gruppo mira a ottenere un aumento delle sinergie di ricavi di +1,3 miliardi di euro, per raggiungere 10 miliardi di euro nel 2022. L'assicurazione (+800 milioni di euro) e i servizi finanziari specializzati (300 milioni di euro nel credito al consumo e nel leasing) sono le due principali leve di crescita".

In Italia, **Crédit Agricole** si concentrerà su tre temi chiave: clienti, sinergie e innovazione. Dopo aver generato nel 2018 circa 800 milioni di utile netto, di cui 600 di pertinenza del gruppo, l'obiettivo dichiarato è di raggiungere nel 2022 un miliardo di ricavi da sinergie, con una crescita media annua del +5% lungo tutto l'arco del piano, soprattutto grazie all'ulteriore sviluppo del *cross selling* e all'offerta integrata di servizi. Il contributo dell'Italia all'utile netto di pertinenza del gruppo è previsto in crescita a 800 milioni, cosa che permetterà di aumentare il peso dell'Italia sul totale dal 13% al 17%.

Il gruppo punta a ottenere un aumento di 20 punti percentuali del numero di clienti che utilizzano i suoi applicativi digitali in Francia e in Italia. Al centro della strategia c'è il miglioramento della customer experience digitale attraverso i *big data*, e una customer journey interamente digitale.

In Italia saranno lanciate nuove piattaforme digitali mobile; saranno digitalizzati i principali processi core con obiettivo di recuperare il 15/20% del tempo commerciale. Parallelamente, nascerà un'accademia digitale dedicata alla formazione dei dipendenti e per il 50% del personale (escluso quello di rete) sarà attivato lo *smart working*.

Per quanto riguarda, infine, i progetti destinati all'innovazione e alla sostenibilità, sarà lanciata una piattaforma di *crowdfunding* a supporto di iniziative sociali; sarà creato un centro di competenza dedicato all'economia sociale e allo sviluppo di progetti di economia circolare. Infine, dopo l'apertura di Milano dello spazio per le start up, chiamato *Le Village*, sarà la volta di Parma, Venezia e Napoli.

Fabrizio Aurilia

#65  
giugno 2019

## INSURANCE REVIEW

Strategie e innovazione per  
il settore assicurativo

WELFARE C  
IN S

L'INTERVISTA

24 ATTUALITÀ

*L'incontro tra  
il mondo analogico e digitale  
di Roberto Cappiello, dg di  
Poste e ad di Poste*

*Unipol, obiettivi  
e nuove evoluzioni*

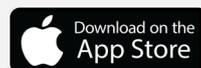
# Insurance Review

## Strategie e innovazione per il settore assicurativo

La rivista che rende l'informazione specialistica  
dinamica e immediata.  
Uno strumento di aggiornamento e approfondimento  
dedicato ai professionisti del settore.

Abbonati su [www.insurancereview.it](http://www.insurancereview.it)  
Abbonamento annuale € 80,00 (10 numeri)

oppure scarica l'app Insurance Review



Puoi sottoscrivere l'abbonamento annuale nelle seguenti modalità:

- Compilando il form on line all'indirizzo [www.insurancetrade.it/abbonamenti](http://www.insurancetrade.it/abbonamenti)
- Inviando un'email a [abbonamenti@insuranceconnect.it](mailto:abbonamenti@insuranceconnect.it)

Modalità di pagamento:

- On line con Carta di Credito all'indirizzo [www.insurancetrade.it/abbonamenti](http://www.insurancetrade.it/abbonamenti)
- Bonifico bancario Antonveneta IBAN IT 94 U 01030 12301 0000 0158 0865

### Insurance Daily

**Direttore responsabile:** Maria Rosa Alaggio [alaggio@insuranceconnect.it](mailto:alaggio@insuranceconnect.it)

**Editore e Redazione:** Insurance Connect Srl – Via Montepulciano 21 – 20124 Milano

**T:** 02.36768000 **E-mail:** [redazione@insuranceconnect.it](mailto:redazione@insuranceconnect.it)

Per inserzioni pubblicitarie contattare [info@insuranceconnect.it](mailto:info@insuranceconnect.it)

Supplemento al 10 giugno di [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it) – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577