



PRIMO PIANO

Zurich, svolta green

Il gruppo Zurich non assicurerà o investirà più in società che basano gran parte del proprio business su carbone, sabbie bituminose o altri combustibili fossili, generando un impatto ambientale eccessivo per la sostenibilità del pianeta. La svolta green, come specifica oggi una nota stampa, arriva in concomitanza con la firma dell'impegno delle Nazioni Unite a limitare l'aumento delle temperature a 1,5° C entro il 2030. "Possiamo vedere da vicino come i disastri naturali colpiscono popolazioni e comunità", ha commentato il group ceo, Mario Greco. "È per questo motivo – ha aggiunto – che stiamo incrementando il nostro impegno a contenere le minacce ambientali, lavorando sulle abitudini di società e individui, e a sostenere le persone più colpite". A tal proposito, il gruppo ha annunciato che coinvolgerà ora clienti e società partecipate in un percorso volto all'adozione di efficaci piani di transizione di lungo periodo. "È semplicemente la cosa giusta da fare", ha chiosato Greco.

In contemporanea, il gruppo ha assunto l'impegno di utilizzare soltanto energie rinnovabili entro il 2022, aderendo formalmente all'iniziativa globale RE100. In linea con il proposito di una migliore sostenibilità ambientale, Zurich si propone infine di eliminare al proprio interno la plastica usa e getta e di ridurre dell'80% l'utilizzo di carta.

Giacomo Corvi

INTERMEDIARI

Il futuro delle agenzie dopo la selezione competitiva

Dopo il lungo periodo in cui si è assistito alla progressiva contrazione delle reti di vendita delle compagnie, oggi si vive un momento di stallo che prelude a una possibile crescita. Per ripartire è necessario però rivedere i modelli organizzativi

Negli ultimi vent'anni le agenzie di assicurazione hanno vissuto una lunga fase di selezione competitiva. Dal 1997 al 2018 il sistema distributivo ha perso 8.000 unità, 1.800 dal 2013 e 350 nel solo 2018. È soprattutto l'effetto delle operazioni di fusione e acquisizione delle principali compagnie, per ultime quelle che hanno riguardato Allianz, Generali Italia e UnipolSai, la cui presenza sul territorio nel biennio si è ridotta complessivamente di quasi 1.000 agenzie, ma anche della crisi di redditività che il sistema agenziale ha dovuto affrontare in questi anni a causa del mutato contesto competitivo.

Gli ultimi sei mesi mostrano tuttavia un'impervia frenata, tant'è che il Registro unico degli intermediari evidenzia una sostanziale stabilità delle agenzie, in riduzione di sole 15 unità in un semestre. Ma quali sono stati gli effetti di questi anni sul sistema distributivo, e soprattutto quali sono le prospettive?

UN FRENO ALLA CONTRAZIONE DELLA REDDITIVITÀ

È evidente che la lunga fase di selezione competitiva abbia mutato profondamente il sistema agenziale, generando realtà mediamente più grandi con l'obiettivo di incrementarne l'efficienza. In dieci anni, il numero medio di agenti per agenzia è passato da 1,41 a 1,57 e la raccolta danni media per agenzia da due a 2,4 milioni di euro. Le agenzie hanno operato per ampliare le sottoreti (negli ultimi due anni, il 32,1% e il 25,2% delle agenzie dichiara di aver inserito subagenti o produttori) e ridurre i costi fissi (sempre negli ultimi due anni, la quota di agenzie con riduzione di organico amministrativo è del 13,8% e del 14,8%).

Uno degli effetti di questi interventi è che, dopo anni di forte difficoltà, sembra essersi placata la crisi di redditività che ha caratterizzato l'ultimo decennio: nel 2018, solo il 24,2% delle agenzie ha denunciato un calo di redditività rispetto all'anno precedente, un dato di gran lunga inferiore rispetto al 29% del 2017 e soprattutto al 64,7% del 2013.

(continua a pag. 2)



© DragonImages - Fotolia

INSURANCE REVIEW È SU LINKEDIN

Segui la pagina



PARABREZZA
ROTTO?

NON ASPETTARE



INSURANCE Daily

Oltre 160 centri
in tutta Italia.

Scopri quello
più vicino a te!

www.glassdrive.it

GLASSDRIVE®

● MARTEDÌ 25 GIUGNO 2019

N. 1571

(continua da pag. 1)

La domanda da porsi, a questo punto, è se l'evoluzione dei modelli distributivi di questi anni abbia effettivamente contribuito al rilancio delle agenzie, o se si sia trattato solo di mera sopravvivenza. Per rispondere citiamo due dati. Partiamo dalla raccolta: nei rami danni non auto, la raccolta 2018 degli agenti, poco meno di 13 miliardi, è di poco inferiore a quella del 2008; nell'auto invece è crollata di oltre cinque miliardi, passando dai 18,9 del 2008 ai 13,9 dell'ultimo anno. Poi, la quota di mercato: gli agenti rimangono di gran lunga il canale dominante, ma nell'auto in dieci anni sono passati dall'89,7% all'81,8%, nei danni non auto dal 70,3% al 62,4% (nel computo della quota di mercato degli agenti sono considerati anche gli affari generati da broker ma emessi in agenzia).

I FATTORI CHE ASSECONDANO LA CRISI

Il sistema agenziale, pur mantenendosi il primo canale distributivo, nell'ultimo decennio ha perso premi e quota di mercato, patendo la generalizzata contrazione dei premi auto e faticando a sviluppare i business non obbligatori. Fattori che si spiegano con alcuni nodi strutturali che, indipendentemente dal progressivo efficientamento in corso, caratterizzano storicamente il modello di business delle agenzie: in primo luogo, la presenza di sottoreti vaste ma poco gestite e focalizzate soprattutto sull'amministrazione del portafoglio auto. A conferma di questa affermazione, dalle nostre ricerche sui subagenti emerge che il 51% di essi dichiara di aver massima autonomia nell'organizzazione dell'attività e gestione del cliente, solo il 5% di seguire strettamente le disposizioni dell'agente. Il secondo nodo riguarda l'organizzazione agenziale focalizzata prevalentemente sul business auto, che a fronte di notevole volatilità di clienti e premi costantemente decrescenti si caratterizza per elevati oneri gestionali. Infine, una struttura di costi fissi pesante, che rende antieconomico lo sviluppo di massa su clientela con limitata capacità di spesa attraverso polizze a basso prezzo unitario.

PRODUTTIVITÀ E MARKETING PER CRESCERE

In questi anni, le agenzie sono quindi sopravvissute ponendo un freno all'aumento dei costi (anche grazie agli accorpamenti), combattendo per preservare i clienti auto pur con margini in riduzione e focalizzando l'attenzione e la cura su quel numero ristretto ma significativo di clienti pluriassicurati, che tuttavia rappresentano poco più del 30% delle famiglie italiane.

Il futuro passa quindi per alcuni snodi fondamentali: primo fra tutti, un effettivo e deciso recupero di efficienza attraverso un maggior sfruttamento della digitalizzazione dei processi di amministrazione e vendita, che consenta di liberare spazio per attività commerciali e di sviluppo. Va perseguito l'incremento di produttività delle sottoreti, che tuttavia difficilmente può realizzarsi mantenendo l'attuale modello che, come già si è detto, evidenzia un deficit di controllo e gestione che si traduce in scarsa capacità di indirizzo e di vendita, anche fra le nuove reti specialistiche implementate da alcune compagnie. È ipotizzabile che il futuro delle sottoreti preveda una maggior integrazione con le compagnie, condizione necessaria per un approccio di vendita più focalizzato e diretto. Infine, il rafforzamento delle capacità di marketing, superando l'annoso dibattito fra compagnie e rappresentanze agenziali sulla proprietà dei dati, per affrontare la sfida del loro utilizzo effettivo e focalizzare le politiche commerciali, supportare la capacità di analisi dei bisogni dei clienti e valorizzare il patrimonio di informazioni a disposizione nell'epoca dei big data.

Dall'efficientamento allo sviluppo: ecco, in sintesi, la sfida che attende le agenzie all'esaurirsi della lunga e sofferta fase di selezione competitiva.



Fabio Orsi,

partner di Innovation Team, gruppo Mbs Consulting



INSURANCE REVIEW
È SU TWITTER

Seguici cliccando qui



PARABREZZA
ROTTO?

NON ASPETTARE



INSURANCE
Daily

Oltre 160 centri
in tutta Italia.

Scopri quello
più vicino a te!

www.glassdrive.it **800 01 06 06**

GLASSDRIVE®
Un marchio Saint-Gobain

● MARTEDÌ 25 GIUGNO 2019

N. 1571

CYBER RISK

Baltimora, città contro hacker

Da più di un mese l'apparato amministrativo è vittima di un ransomware che ha paralizzato la macchina burocratica. Il sindaco non intende cedere al ricatto e ha avviato un piano alternativo con il supporto dell'Fbi. I danni e i disagi ai cittadini non sono al momento quantificabili

Facciamo un salto indietro. Il 7 maggio scorso un attacco ransomware ha bloccato i sistemi informatici di Baltimora, con circa 100mila computer messi fuori gioco: e i criminali hanno richiesto un riscatto di 13 Bitcoin, pari a circa 100mila dollari.

Il sindaco **Bernard C. "Jack" Young**, subentrato da pochi giorni alla dimissionaria **Catherine Pugh**, contrariato da tale forma di ricatto, e forte dell'aver domandato soccorso all'**Fbi**, ha pubblicamente affermato di non voler pagare il riscatto, e contemporaneamente ha dichiarato di aver reso operativo un ufficio per gestire analogicamente le pratiche. L'attacco ha bloccato le transazioni immobiliari e interrotto i siti di elaborazione delle bollette delle utenze domestiche.

cora raggiunto il livello ideale, ma sia gestibile.

I danni però sono sotto gli occhi di tutti. Le stime parlano chiaro: l'attacco cyber è costato 10 milioni di "danno emergente" e 8 milioni di "lucri cessante" dal momento che numerose entrate economiche sono state posticipate, come le bollette dell'acqua o i biglietti dei parcheggi, o addirittura sono andate perse nel momento in cui era impossibile elaborare i pagamenti, come sarà per numerose sanzioni amministrative.

Adesso la città ha acquistato un nuovo sistema operativo del valore di un milione di dollari e sta fornendo man mano nuove credenziali ai dipendenti; inoltre ha assunto a tempo determinato una serie di tecnici che si affiancano agli esperti



Nei giorni scorsi gli hacker hanno alzato la voce, e cominciano a pubblicare su Twitter alcuni file sottratti durante l'attacco.

Così, in violazione del *Regolamento generale sulla protezione dei dati*, hanno reso nota la cartella clinica di una donna del Maryland e, subito dopo, hanno contattato un reporter del *Baltimore Sun* informandolo che quello era solo un assaggio di ciò che sono in grado di fare, giacché in possesso di numerosi documenti finanziari e informazioni personali dei cittadini.

Immediatamente la piattaforma social ha rimosso il tweet e l'amministrazione cittadina ha smentito eventuali furti di dati personali dei cittadini.

L'incognita del rischio privacy

Il braccio di ferro continua. Il sindaco ha dichiarato che sta cominciando la ripresa e che la città è pronta per gli affari, mentre il direttore finanziario del comune è stato più cauto e ha affermato come lo stato attuale dei sistemi non abbia an-

dell'Fbi e del dipartimento informatico cittadino per pulire il vecchio sistema dal malware, evitando che i malintenzionati restino all'interno, con un costo di circa 10 milioni di dollari.

A questo vanno aggiunti i costi potenziali e nascosti che il comune potrebbe affrontare a seguito della diffusione dei dati. Finora, la violazione non ha influito sul rating obbligazionario della città o sui costi dei prestiti, ma se venissero fuori altri dati diffusi dai criminali, non è detto che la situazione resti tale.

Il conto è sotto gli occhi di tutti: già ora al comune di Baltimora l'attacco è costato circa 30 milioni di dollari. Una corretta formazione del personale, unita a policy rigide e coperture assicurative adeguate, probabilmente, avrebbero potuto evitare tutto ciò.

Adriano Spadari,
junior consultant Hkao

PARABREZZA
ROTTO?

NON ASPETTARE



INSURANCE
Daily

Oltre 160 centri
in tutta Italia.

Scopri quello
più vicino a te!

www.glassdrive.it Numero Verde Gratuito
800 01 06 06

GLASSDRIVE® Un marchio Saint-Gobain

● MARTEDÌ 25 GIUGNO 2019

N. 1571

#65
giugno 2019
INSURANCE
REVIEW

Strategie e innovazione per
il settore assicurativo

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
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
- Inviando un'email a abbonamenti@insuranceconnect.it

Modalità di pagamento:

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

WELFARE C
IN S

L'INTERVISTA 24 ATTUALITÀ

*L'incontro tra
ario e digitale
o Cappiello, dg di
a e ad di Poste*

*Unipol, obiettivi
evoluzione*

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 25 giugno di www.insurancetrade.it – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577