

PRIMO PIANO

I Lloyd's guardano al futuro

Comincia a prendere una forma concreta "The future at Lloyd's", presentata lo scorso primo maggio. Attraverso questa iniziativa, la corporation londinese ha la dichiarata ambizione di diventare "il più avanzato marketplace assicurativo al mondo".

Ieri i Lloyd's hanno svelato Blueprint one, il primo passo per implementare questa strategia: un progetto i cui dettagli includono le iniziative che verranno messe a disposizione dei clienti e dei partecipanti al mercato nel corso del 2020.

La pubblicazione di Blueprint one rappresenta il primo di una serie di aggiornamenti che saranno pubblicati almeno una volta all'anno.

Questo primo progetto presenta sei idee relative al perfezionamento di altrettanti modi di lavorare, tutti accumulati da intensificato focus sul digital, sui dati e sulla tecnologia, per offrire maggiori vantaggi ai clienti.

Il documento descrive le soluzioni e, soprattutto, il modo con cui le idee espone in "The Future at Lloyd's" saranno poi offerte al mercato "attraverso una attenta pianificazione della transizione e dell'execution, seguite da una serie di consegne gradualità", spiega una nota dei Lloyd's.

Per leggere la news completa, clicca qui.

Beniamino Musto

MERCATO

Nel Regno Unito il settore vita è vivo: ma occhio a Brexit

In un recente report, Moody's conferma il proprio giudizio positivo sulle compagnie life & health britanniche, ma mette in guardia gli operatori rispetto al no deal e ai costi tecnologici e normativi dei business emergenti

Le prospettive del settore vita nel Regno Unito restano stabili, ma Brexit è un enigma. È questo il giudizio di **Moody's**, che entra nell'intricato dedalo dell'addio della Gran Bretagna all'Unione Europea. Secondo la società di rating, le opportunità di crescita nel settore delle rendite e della previdenza contribuiscono a compensare la pressione sui margini. Tuttavia, su questa prospettiva grava un inasprimento del rischio di deterioramento del capitale, di entrate e di profitti, in caso di Brexit senza accordo.

Moody's sostiene che i profitti operativi continueranno a migliorare nel 2019: un avanzamento che riflette in parte i cambiamenti strutturali, come una maggiore libertà per i risparmiatori di gestire i loro risparmi per la pensione, e anche l'iscrizione automatica dei dipendenti nei regimi pensionistici aziendali.

L'utile operativo dei principali assicuratori vita britannici è aumentato in media dell'8% nel 2018, grazie anche al beneficio sulle riserve dato dalle nuove statistiche demografiche che hanno mostrato come l'aspettativa di vita media nel Regno Unito sia aumentata meno del previsto. Tuttavia, giacché gli assicuratori hanno incorporato i recenti dati sull'aspettativa di vita nei loro piani, gli analisti ritengono che il supporto agli utili sarà moderato.

LA SPINTA DELLA PREVIDENZA

Il mercato delle *bulk annuity*, prodotti in cui gli assicuratori si assumono le passività previdenziali delle aziende, è raddoppiato nel corso dell'anno passato. Il volume delle passività pensionistiche trasferite agli assicuratori tramite questi contratti che forniscono rendite all'ingrosso è raddoppiato a circa 24 miliardi di sterline nel 2018, riflettendo il crescente desiderio dei datori di lavoro di assicurare i rischi finanziari e di longevità associati ai loro piani pensionistici a prestazioni definite.

Molte aziende si stanno comunque allontanando da piani pensionistici per i dipendenti a benefici definiti, cioè che offrono un rendimento specifico ai sottoscrittori indipendentemente dalle prestazioni di investimento, per andare verso piani previdenziali a contribuzione definita, in cui il rischio d'investimento è a carico del singolo lavoratore.

(continua a pag. 2)



INSURANCE CONNECT È SU LINKEDIN

Iscriviti al gruppo Segui la pagina

Insurance Connect



(continua da pag. 1)

Questo processo, insieme al fatto che alcuni rischi non vengono più coperti, sta agevolando il business di molte compagnie.

La performance degli assicuratori Uk è rimasta buona nel primo semestre 2019, anche se le condizioni economiche sono peggiorate e la volatilità dei mercati finanziari è aumentata. Le principali compagnie hanno registrato un aumento dell'utile operativo durante i primi sei mesi dell'anno e Moody's prevede che il settore sosterrà questo miglioramento anche nei prossimi mesi.

PIATTAFORME, BELLE MA COSTOSE

Sebbene gli analisti ritengano che le opportunità di crescita saranno ancora stimolanti, prevedono anche un inasprimento dei costi, causato dall'aumento degli investimenti tecnologici e dei costi di compliance normativa. Gli assicuratori vita stanno spendendo molto per piattaforme online che consentono ai clienti e ai loro consulenti di gestire gli investimenti.

Si tratta di un canale di distribuzione sempre più importante nel Regno Unito, che ha raggiunto i 637 miliardi di sterline di masse gestite al primo trimestre 2019, rispetto ai 401 miliardi del 2015, con gli investimenti previdenziali che rappresentano la quota maggiore.

Tuttavia, le piattaforme sono costose da sviluppare e i rendimenti di questo investimento sono incerti, giacché il mercato online è soggetto a continue modifiche normative. L'autorità di regolamentazione britannica, l'Fca, ha proposto una serie di misure per facilitare ai consumatori la scelta delle piattaforme in base al prezzo e per incoraggiare il passaggio da una piattaforma all'altra, il che potrebbe erodere ulteriormente i margini, già bassi, di questo mercato.

(continua a pag. 3)



ROADSHOW 2019

Assicurare le strutture e i sanitari con i leader di mercato

La responsabilità sanitaria alla luce della Legge Gelli e degli emananti decreti attuativi sulle assicurazioni



Per **ISCRIZIONI**

www.assimedici.it

www.insuranceacademy.it

ASSIMEDICI
CONSULENZA ASSICURATIVA MEDICI





(continua da pag. 2)

LA CAPITALIZZAZIONE TIENE

Un vantaggio chiave degli assicuratori vita britannici rispetto agli europei è che la maggior parte delle loro riserve è collegata a prodotti *unit-linked* non garantiti. Tuttavia, i tassi molto bassi per lunghi periodi zavorrano i rendimenti degli investimenti e i loro Solvency II ratio sono vulnerabili al calo dei tassi d'interesse. I ratio degli assicuratori vita britannici sono generalmente diminuiti nel primo semestre dell'anno, e gli analisti prevedono un ulteriore declino nel corso del terzo trimestre, con il tasso *risk-free* decennale che è sceso di 40 punti base tra l'inizio dell'anno e la fine di giugno, e di ulteriori 40 bps alla fine di agosto. La capitalizzazione del settore resta comunque confortante.

BREXIT SENZA ACCORDO FARÀ MALE

Su tutto questo aleggia Brexit. Le condizioni macroeconomiche del Regno Unito sono già peggiorate nel corso del 2019. L'economia britannica si è contratta dello 0,2% nel secondo trimestre, proprio perché l'incertezza su Brexit e la debole domanda esterna continuano a deprimere gli investimenti e la crescita. Il rallentamento, unito alla pressione sul reddito disponibile delle famiglie, peserà sulle vendite di prodotti assicurativi.

Moody's ha mantenuto invariate le previsioni di crescita dell'1,2% nel 2019 e dell'1,4% nel 2020, considerando però che il Regno Unito riesca a stringere un accordo con l'Ue. In caso di Brexit senza accordo, l'economia britannica verrebbe spinta in una recessione a cui potrebbe seguire una debole ripresa. Una combinazione di crescita economica più debole e l'incertezza delle imprese e dei consumatori probabilmente peseranno sui ricavi degli assicuratori vita e sui profitti operativi a breve e medio termine.

Fabrizio Aurilia

COMPAGNIE

Quixa Assicurazioni entra nel gruppo Axa Italia

L'ad della compagnia sarà l'attuale chief distribution officer Domenico Martiello, che manterrà i due incarichi

Entra a far parte del gruppo **Axa Italia** la compagnia **Quixa Assicurazioni Spa**, società a cui è stato trasferito il portafoglio assicurativo di **Axa Global Seguros y Reaseguros**, che da oltre 10 anni opera in Italia con il brand Quixa.

La guida di Quixa Assicurazioni è stata affidata a **Domenico Martiello**, che ha un'esperienza di oltre 20 anni in Axa, acquisita rivestendo ruoli strategici in Italia e presso la holding: attualmente è chief distribution officer del gruppo Axa Italia, incarico che manterrà per continuare ad assicurare lo sviluppo del business complessivo in Italia. Nel ruolo di ceo di Quixa, Martiello sarà affiancato da **Ivan Pivrotto**, attuale responsabile delle partnership di Axa Italia, che si occuperà dello sviluppo della compagnia e del suo business.

"Con l'ingresso di Quixa nel perimetro di Axa Italia – ha spiegato il ceo **Patrick Cohen** – si aggiunge un ulteriore tassello della nostra crescita e del nostro consolidamento come protagonisti del mercato italiano. Quest'integrazione rafforza uno dei pilastri della nostra strategia, che punta a offrire un'esperienza cliente sempre più semplice e intuitiva, grazie all'utilizzo della tecnologia. Quixa ha una vocazione 100% digitale e mobile first, una eccellente competenza tecnica, la capacità di innovare, l'agilità e la rapidità di esecuzione, in aggiunta alla ottima guida di Domenico Martiello".

B.M.

NEWS DA WWW.INSURANCETRADE.IT

Accordo Ana, primo incontro tra Ania e sindacati

Primo incontro tra l'**Ania** e i sindacati degli agenti per il rinnovo dell'accordo Ana, ormai scaduto da tempo. Il confronto, secondo quanto comunica l'associazione delle imprese in una nota stringatissima, si è svolto a Roma, "in un clima positivo". Le parti hanno discusso di "alcuni elementi fondamentali per la prosecuzione del confronto". Sempre Ania dice che a breve saranno definiti "i prossimi passi e il calendario dei successivi incontri".

Formalmente l'intenzione di avviare una trattativa per il rinnovo (o la riscrittura) di un accordo nazionale imprese-agenti di primo livello risale alla primavera scorsa quando, con una lettera datata 8 maggio, la presidente dell'associazione delle imprese, **Maria Bianca Farina**, confermava la volontà di riaprire il dialogo con le rappresentanze sindacali degli agenti per la "stesura di una cornice contrattuale" che regoli i rapporti tra compagnie e intermediari. Prima ancora, però, nel dicembre 2018, **Sna** aveva provato a impostare un tavolo di lavoro, proponendo una piattaforma negoziale che tenesse conto delle evoluzioni normative e del mercato.

Nel luglio scorso, **Anapa Rete ImpresAgenzia** aveva organizzato un incontro tecnico, dal titolo *Prepariamoci insieme al confronto con l'Ania*.

L'OPINIONE

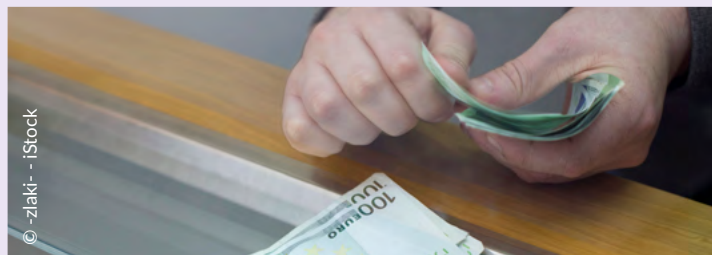
Banche e polizze danni, dove si gioca la competizione

Dopo aver colonizzato il comparto vita e approcciato la Rc auto, gli istituti di credito puntano con decisione anche ai rami elementari. Le compagnie godono di un vantaggio competitivo, a patto che sappiano rivedere i processi organizzativi, il costo dei prodotti, la capacità distributiva e la promozione dei servizi

Il comparto assicurativo, in una congiuntura instabile e incerta sia sullo scenario interno sia su quello internazionale, deve essere consapevole del proprio stato di salute, leggere le tendenze, non chiudendosi in se stesso, avendo il coraggio di prendere atto e confrontarsi con l'offerta sempre più agguerrita di competitori e/o partner, in primis le banche.

Nell'ultimo decennio, le banche sono diventate il primo canale di distribuzione di prodotti assicurativi nei rami vita. Un dato su tutti deve far pensare: le banche oggi, unitamente ai consulenti finanziari, arrivano a coprire il 75% del totale della nuova produzione vita.

Che cosa possono fare le assicurazioni? Uno dei temi è sicuramente quello di aumentare il presidio sui rami danni. Dopo l'impetuoso ingresso nel mercato vita da parte delle banche, che hanno fatto grandi investimenti economici per raggiungere tale traguardo, i ricavi nel vita non potranno crescere ancora troppo a lungo. Il rischio è cioè che le banche nel futuro possano acquisire una posizione sempre più rilevante anche nei rami danni, andando a sottrarre altre quote di mercato agli altri canali distributivi, in primis gli agenti. Si rifletta sul fatto che le organizzazioni bancarie tradizionali hanno già iniziato da qualche anno a distribuire esse stesse sul mercato prodotti danni, a partire dall'unica assicurazione obbligatoria nel nostro Paese: la Rc auto.



Anche la normativa agevola e spinge le compagnie a scommettere sui rami danni. Mentre le polizze vita sono strumenti finanziari, che possono, devono e sono un investimento nel tempo per il cliente, ciò non può accadere nei danni, dove la componente di gestione del post vendita è più rilevante e le compagnie hanno sicuramente una posizione di vantaggio competitivo. Ma essa potrebbe chiudersi nel futuro.



Quanto conta il know how

Che fare dunque? Le compagnie hanno tutte le potenzialità di know how, ma anche di persone, per presidiare con efficacia e meglio delle banche l'intera filiera operativa dell'area dei danni. Se però vogliono continuare a gestire quest'area in autonomia devono effettuare una revisione a tutto tondo dei processi organizzativi, di quelli di preparazione e costo dei prodotti, di distribuzione e vendita, con un forte ausilio della componente tecnologica, di promozione dei servizi. Ciò necessita di una consapevolezza che deve essere diffusa a tutti i livelli manageriali e che ponga al centro la capacità di assecondare in un'ottica consulenziale le esigenze, i bisogni e persino i desideri di vita del cliente e della sua famiglia.

L'alternativa? Replicare nei rami danni ciò che è già accaduto nei rami vita e quindi passare da una gestione in autonomia del business a una congiunta con una o più banche partner, dando vita a una nuova ondata di sviluppo della bancassurance, appunto il Bancassurance 2.0.

Maurizio Primanni,
ceo di Excellence Consulting

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



INSURANCE Daily



● MARTEDÌ 01 OTTOBRE 2019

N. 1611

Convegno



insuranceTrade®
WWW.INSURANCETRADE.IT

8 OTTOBRE 2019

MILANO ■ 09.00 - 17.30 ■ Palazzo delle Stelline, Corso Magenta, 61

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

- 09.00 - 09.30 - Registrazione
- 09.30 - 09.50 - **Il ruolo degli agenti nella customer experience omnicanale**
Presentazione dell'Osservatorio sulla Distribuzione assicurativa
Marco Barilli, sales director Italy & Greece di Toluna Italy
Giorgio Lolli, manager mercato e finanza di Scs Consulting
- 09.50 - 10.10 - **Risultati e programmi per la valorizzazione della rete agenziale**
Simone Salerni, direttore commerciale di Allianz
- 10.10 - 10.30 - **Prodotto assicurativo e trasparenza nei comportamenti: come cambia il rapporto tra compagnie e intermediari?**
Carlo Galantini, Galantini & Partners studio associato
- 10.30 - 10.50 - **Riorganizzare la professione di intermediario gestendo priorità, obblighi e responsabilità**
Andrea Dalla Villa, responsabile area sinistri di Cgpa Europe
- 10.50 - 11.10 - **Professional Indemnity: mercato, opportunità e soluzioni**
Marcello Lombardini, direttore sviluppo commerciale di ArgoGlobal Assicurazioni
- 11.10 - 11.30 - Coffee break
- 11.30 - 12.45 - **TAVOLA ROTONDA: L'evoluzione dell'intermediario professionista, tra problematiche e opportunità**
Vincenzo Cirasola, presidente di Anapa Rete ImpresAgenzia
Stefano De Polis, segretario generale di Ivass
Claudio Demozzi, presidente di Sna
Luca Franzì De Luca, presidente di Aiba
Vittorio Verdone, direttore corporate communication & media relation del gruppo Unipol
Luigi Viganotti, presidente di Acb
Ania ()*
- 12.45 - 13.00 - Q&A
- 13.00 - 14.00 - Pranzo
- 14.00 - 14.20 - **Tutelare il cliente valorizzando la sicurezza in auto**
Marco Lovisetto, general manager di Doctor Glass
- 14.20 - 14.40 - **Business travel, analisi dei bisogni e direttrici di sviluppo**
Riccardo Torchio, chief marketing & communication officer di Europ Assistance Italia
- 14.40 - 15.00 - **Il progetto di rappresentanza degli Agenti UnipolSai Associati (Aua)**
Angelo Colia, Paola Minini, Jean François Mossino, Nicola Picaro, Enzo Sivori, comitato dei presidenti di Aua, Agenti UnipolSai Associati
- 15.00 - 15.20 - **Gli intermediari e il superamento del concetto di ripristino**
Stefano Sala, amministratore delegato del gruppo per
- 15.20 - 15.40 - **Quando la rete agenziale è una leva competitiva**
Mario Guarnone, responsabile della distribuzione di Aviva Italia
- 15.40 - 16.00 - **Il vantaggio di fare squadra per gestire la complessità e sostenere il cambiamento**
Lucia Mauro, docente Cineas del Master in management & leadership skills
- 16.00 - 17.15 - **TAVOLA ROTONDA: L'agenzia del futuro, quali interventi sulla struttura organizzativa, l'operatività e la capacità di generare business?**
Roberto Conforti, presidente di Uea
Marco Lamola, direttore distribuzione canali professionali di Cattolica
Alessandro Lazzaro, responsabile della commissione distribuzione dell'Unione agenti Axa
Donato Lucchetta, presidente del Gruppo agenti Cattolica
Dario Piana, presidente del Gama e presidente del comitato dei gruppi aziendali di Sna
Sebastiano Spada, presidente di Ulias
Enrico Ulivieri, presidente del Gruppo agenti Zurich
- 17.15 - 17.30 - Premiazione agenti

Main sponsor:



Official sponsor:



Iscriviti su www.insurancetrade.it
Scarica il programma completo

(*) invitato a partecipare