

PRIMO PIANO

Manovra, la posizione dell'Ania

Bene la riduzione del cuneo fiscale, meno la rimodulazione delle detrazioni fiscali. Maria Bianca Farina, presidente dell'Ania, è intervenuta oggi in audizione alle competenti commissioni congiunte di Camera e Senato per commentare le misure della legge di Bilancio. "Riteniamo positivo l'intendimento di ridurre il cuneo fiscale sul lavoro e di promuovere gli investimenti pubblici e privati, entrambi di primaria importanza", ha affermato nelle battute iniziali del suo intervento. "Il settore assicurativo – ha aggiunto – è pronto a offrire il proprio contributo, sia come investitore istituzionale sia come gestore di rischi, allo sviluppo del Paese".

Maggiori dubbi destano invece le misure volte a una rimodulazione degli oneri detraibili in base al reddito. "La riduzione delle detrazioni fiscali prevista per i titolari di redditi individuati dalla norma quali elevati – ha spiegato Farina – solleva più di una perplessità". In particolare, il vertice dell'Ania ha invitato a "considerare il particolare valore sociale delle polizze sulla vita e contro il rischio di invalidità permanente", evidenziando come "il venir meno della detrazione fiscale potrebbe costituire un disincentivo al ricorso allo strumento assicurativo". Per la news completa clicca qui.

Giacomo Corvi

CONVEGNO

Rc auto, come crescere con qualità

In un mercato più competitivo di quanto sembri, tecnologia e normativa plasmano le strategie delle compagnie. Nell'evento annuale di Insurance Connect, i protagonisti del settore hanno discusso davanti a una platea di circa 240 addetti ai lavori

L'Rc auto resta un sistema complesso anche (o soprattutto) dopo anni di discesa costante e significativa del premio medio. L'instabilità del settore costringe le compagnie a stop & go continui con la difficoltà di pensare a strategie lineari, giacché le variabili in campo sono sempre più difficili da gestire. Mentre il mercato sembra andare in una direzione, per esempio verso la scatola nera per tutti, interviene il legislatore a bloccare con riforme, definite a-tecniche dagli operatori, un filone di business che sembrava consolidato. Mentre ci si attende un rimbalzo del premio medio, o quanto meno una stabilizzazione delle tariffe, ecco che i numeri dicono il contrario. Mentre nella logica delle cose la frequenza sinistri dovrebbe risalire, in realtà, resta stabile.

Per questo, e per altrettanti motivi, è importante parlare di Rc auto e soprattutto mettere a confronto tutte le anime del settore, come fa ogni anno **Insurance Connect** nel suo convegno dedicato a questo tema. *Rc auto, crescere con qualità* è stato il titolo del convegno che si è svolto ieri a Milano, alla presenza di circa 240 persone e moderato da **Maria Rosa Alaggio**, direttore di questa testata.

UN MERCATO STRABICO

Per introdurre la giornata si è partiti dai numeri: **Scs Consulting**, con **Michele Bertozzi** e **Federico Pastorelli**, ha presentato un'indagine sulla catena del valore e sulla ricerca di redditività nel settore. Attraverso un confronto decennale (2008-2018), gli analisti hanno disegnato un quadro caratterizzato da una generale contrazione dei premi del ramo danni (con una lieve ripresa, +0,9%, negli ultimi cinque anni) e una forte risalita dei margini, trainata solo dai rami danni non auto. Nello specifico della Rca ha pesato anche la marcata crescita del costo medio dei sinistri (+7,3%), dalle tariffe per riparazione e mano d'opera. Dai numeri del passato alle opere da mettere in campo per il futuro: l'osservatorio ha evidenziato vari trend di coinvolgimento del cliente, che vanno dalla personalizzazione dell'offerta all'aumento dei punti di contatto; mentre per le compagnie la ricerca di efficienza e l'avvio di nuove partnership (tecnologiche e innovative) potranno portare a un calo dei costi e a un aumento della redditività. Almeno nelle previsioni.

LA COMPETITIVITÀ SOTTOVALUTATA

Ma quanto il mercato è pronto per queste innovazioni? È la domanda più logica da cui ha preso avvio il confronto tra **Enrico San Pietro**, condirettore generale assicurativo di **UnipolSai**, e **Alberto Tosti**, direttore generale di **Sara Assicurazioni**, che hanno dibattuto sul concetto di crescita di qualità. A inizio 2018 gli operatori si attendevano un rimbalzo del premio medio, che però non c'è stato: questo fattore ha portato a un ritorno repentino della competizione sull'auto, divenuta ormai un ecosistema che richiama tanti player di settori diversi e chiede tanti investimenti.

(continua a pag. 2)



(continua da pag. 1)

Secondo i relatori, la competitività nell'Rca è sottovalutata e proprio le dinamiche degli ultimi 10 anni, evidenziate anche dalle ricerche, lo testimonierebbero. In questo tempo, praticamente tutto il mercato ha intrapreso un percorso di crescita tecnologica e culturale, soprattutto per quanto riguarda la tariffazione.

IL BICCHIERE TECNOLOGICO

Ora, però, la flessibilità comincia a essere un problema. Se sul concetto di personalizzazione della tariffa non si può certo fare retromarcia, argomentano le compagnie, occorre limitare la possibilità degli sconti e raffinare ancora di più la selezione del rischio, grazie alle possibilità e agli investimenti in tecnologia.

Tutti questi temi hanno fatto da sfondo al dibattito a tre tra **Oscar Foti**, direttore underwriting auto di **Amissima**, **Mauro Paccione**, responsabile direzione tecnica danni di **Reale Mutua**, e **Pedro Bernardo Santos**, direttore generale di **G-Evolution**, durante il quale i relatori si sono confrontati soprattutto sul risparmio dei costi. In questo contesto, la tecnologia, hanno concordato i manager, è fondamentale e lo sarà sempre di più. Raffinare i vari processi, dall'underwriting alla gestione sinistri alla caccia di correlazione tra dati disomogenei, per le compagnie ha voluto dire recuperare redditività ed equilibrio nei conti. Anche in ottica antifrode, la tecnologia è evidentemente la chiave di volta, mentre le (rare) buone notizie che sono arrivate negli anni dalla legislazione hanno fatto il resto. Insomma, il bicchiere, forse, è mezzo pieno.

COSA FARE IN CERTI TERRITORI, PER CERTI CLIENTI

Ma cosa accadrà ora che una proposta di legge aspramente criticata dall'**Ania** pende sulla testa delle compagnie? Di normativa, regole, ma anche possibilità per il futuro della Rca, hanno parlato **Antonio De Pascalis**, capo del servizio studi e gestione dati di **Ivass**, **Umberto Guidoni**, responsabile della direzione business di Ania e segretario generale della **Fondazione Ania**, e **Maurizio Hazan**, avvocato dello studio legale **Taurini-Hazan**.

Un confronto vivace che ha tenuto alta l'attenzione del pubblico e che ha visto l'Ivass rimproverare alle compagnie di non essere state abbastanza propositive in questi anni nella soluzione degli storici problemi del comparto, come la sproporzione tariffaria in certi territori e per certi clienti. Ma d'altro canto sembra che legislatore e regolatore abbiano fatto sforzi immani, e prodotto decine di nuove norme, per ridurre i premi, in quelle aree e per quei clienti, solo di pochi euro: non sarebbe forse più utile, si sono chiesti l'Ania e l'avvocato Hazan, licenziare finalmente quelle tabelle sulle macrolesioni che si attendono da anni?

CONSUMATORI DIFFIDENTI MA FEDELI

Con quale criterio il cliente finale sceglie quale polizza Rc auto acquistare? A portare il punto di vista dei consumatori è stato l'avvocato **Paolo Martinello**, presidente della **Fondazione Altroconsumo**. Martinello ha presentato i dati di due ricerche, una realizzata a livello europeo, l'altra tra gli associati di Altroconsumo. Dai dati emerge l'identikit di un cliente tendenzialmente diffidente, ma molto fedele nell'Rc auto: la maggior parte degli intervistati si assicura con la stessa compagnia per almeno sette anni. L'altro dato messo in evidenza da Martinello è che i clienti non valutano solo il prezzo, ma nel 70% dei casi prendono in considerazione altri aspetti, il primo dei quali è la fiducia riposta nell'intermediario, considerato l'aspetto che più conta (per il 75% dei rispondenti). Secondo il presidente della Fondazione Altroconsumo, per aumentare la cultura assicurativa occorre puntare sulla personalizzazione, valorizzando l'interfaccia personale e puntando sul valore aggiunto di una consulenza che, prima ancora di vendere la polizza, può far crescere la consapevolezza del cliente.

COME CI MUOVEREMO NELLA SMART CITY DEL FUTURO

Un altro tassello alla descrizione dell'identikit del cliente di oggi, ma anche in prospettiva futura, è stato aggiunto dalla tavola rotonda sulle smart city, a cui hanno partecipato **Andrea Galimberti**, client partner, head of mobility di **Kantar**; **Michele Colajanni**, direttore della Cyber Academy dell'**Università di Modena e Reggio Emilia**; **Andrea Bonaschi**, responsabile dello sviluppo canali e go-to-market - connected insurance di **Generali Italia**; e **Ivan Pivrotto**, head of business development and operations di **Quixa**. Secondo Andrea Galimberti, l'automobilista italiano è molto più vicino all'evoluzione rispetto ai cittadini degli altri Paesi. (continua a pag. 3)



Il confronto Strategie e azioni per il contenimento dei costi



Il dibattito Il ruolo dell'Rc auto per compagnie e cittadini



La tavola rotonda Smart city: opportunità e problematiche delle connected autonomous car

(continua da pag. 2) A favore di questa affermazione è stata realizzata una survey a livello globale sulle tendenze Case (connected autonomous shared electric), da cui emerge che gli italiani sono i secondi al mondo (dopo i cinesi) ad avere la più alta propensione verso queste dinamiche. Per Galimberti questo target sta diventando un mover di mercato e per coglierne le potenzialità l'elemento più importante sarà la capacità di gestire i dati.

UNA BATTAGLIA SUI DATI

Il professor Colajanni ha poi ampliato lo sguardo sulle prospettive delle auto a guida autonoma, che al momento sono classificate su cinque livelli di autonomia (il quinto livello è quello dell'auto completamente autonoma, senza interazione umana). Colajanni ha spiegato che attualmente il livello tre è già pienamente funzionante, ma la prospettiva più realistica da immaginare entro il 2040 è quella del livello quattro, cioè una guida autonoma ma non completamente deresponsabilizzata da parte del guidatore. Anche secondo il professore la battaglia fondamentale si giocherà su chi saprà meglio raccogliere e utilizzare i dati, mentre dal punto di vista normativo ci sono ancora molti passi da fare: ma le cose cambieranno rapidamente per i modelli di business, prima ancora che per le tematiche di responsabilità. Dal punto di vista delle compagnie, due colossi come Generali e Axa si stanno portando avanti. Sia Bonaschi, sia Pivrotto hanno spiegato che i loro gruppi più che al car sharing stanno guardando con molta attenzione al mercato del peer-to-peer sharing, cioè alla condivisione di automobili tra privati, che secondo entrambi i manager apre nuovi scenari per le smart cities, che nel mondo occupano il 2% della superficie totale, pur ospitando circa l'80% della popolazione.

RESTA FONDAMENTALE IL RUOLO DELL'AGENTE

Nella successiva tavola rotonda è stato dato spazio al punto di vista degli agenti, la cui importanza resta centrale, come testimoniato dai dati presentati da Martinello. Alla discussione hanno partecipato **Umberto D'Andrea**, presidente dell'Associazione agenti Allianz; **Stefano Passerini**, presidente del Gruppo agenti Amissima; e **Gaetano Vicinanza**, presidente del Gruppo agenti Sara. Gli intervenuti hanno ricordato che la polizza Rc auto non è un contratto banale, e hanno sottolineato che il cliente ha molte esigenze che la normativa Idd impone all'intermediario di riuscire a intercettare. Tuttavia, a livello mediatico la percezione comune è sempre schiacciata

su un unico argomento: il prezzo. Stefano Passerini ha evidenziato il grande lavoro dietro alla gestione di una polizza Rca, e ha detto che gli agenti dovrebbero essere retribuiti adeguatamente per il loro ruolo consulenziale e di prossimità al cliente.

TECNOLOGIA E GESTIONE SINISTRI: OBIETTIVI E RISULTATI

La tavola rotonda conclusiva ha visto un confronto sulle varie esperienze e iniziative messe in campo nell'ambito della gestione sinistri grazie all'uso della tecnologia. Alla discussione hanno partecipato **Federica Luci**, responsabile Card dell'Ania; **Gianluca Soffietti**, responsabile della rete liquidativa sinistri di Groupama Assicurazioni; **Barbara Buralli**, direttore sinistri di Intesa Sanpaolo Assicura; **Andrea Radini**, business architect - insurance analytics and business architecture di Cattolica Assicurazioni; **Giovanni Storici**, responsabile liquidazione sinistri di Genertel; e **Roberto Trementozzi**, responsabile liquidazione sinistri di Crédit Agricole Assicurazioni. Federica Luci ha sottolineato quanto la tecnologia aiuti la liquidazione soprattutto in termini di risparmio di tempi, migliorando la customer experience dell'assicurato. Oggi si parla di gestione sinistri in real time, ma la tendenza è comunque quella di lasciare all'assicurato la libertà di decidere la forma di liquidazione più vicina alle proprie esigenze. Gianluca Soffietti ha sottolineato il ruolo virtuoso, nella liquidazione, dei dati provenienti dalla scatola nera, così come sul terreno dell'antifrode, come ha ricordato Andrea Radini. Giovanni Storici ha portato il punto di vista delle compagnie dirette, spiegando che anche per questo canale è importante offrire un punto di contatto umano, come dimostra l'esperienza della compagnia che ha messo a punto una chat con operatore umano per l'assistenza post-sinistro. Sulla stessa linea anche Roberto Trementozzi, la cui compagnia ha puntato sul contatto telefonico, e Barbara Buralli, che ha parlato dell'iniziativa di mettere a disposizione del cliente l'accesso al tracking sinistro per tenerlo informato in tempo reale.

Come sempre, il convegno è stato reso possibile anche grazie all'aiuto degli sponsor, alcuni dei quali hanno presentato le proprie case history durante la giornata. Un ringraziamento per la presenza e il contributo va quindi a **Stefania Borrelli**, IoT sales manager Insurance di Vodafone Business; **Michele Latronico**, sales area manager marchio Glassdrive - Saint-Gobain Autover Italia; **Massimo Braga**, vice direttore generale di Lojack Italia; **Alessandra Girardo**, amministratore delegato di Kubris, azienda di Kirey Group; **Guglielmo Elefante**, responsabile for underwriting di Das. Grazie infine a **A.M.G. Software Automotive**, **Aon**, **Italclaim**, **Msa Multi Serass**.

Fabrizio Aurilia
Beniamino Musto

Tutti i video del convegno e le presentazioni dei relatori saranno pubblicati nelle prossime settimane su www.insurance-trade.it, mentre sul numero di dicembre di Insurance Review ci sarà un ampio resoconto di tutti gli interventi e delle tavole rotonde.

INTERMEDIARI

Gama, con Allianz sintonia sui progetti

Gli agenti della ex Milano Assicurazioni vogliono velocizzare sull'accordo economico con la mandante di cui apprezzano anche le iniziative digital, a patto che l'intermediario resti il perno della distribuzione. L'intervista a Dario Piana, da poco riconfermato alla guida del gruppo

Dario Piana è stato riconfermato alla guida del **Gruppo agenti Milano Allianz (Gama)** durante il congresso che si è tenuto gli scorsi 24-25-26 ottobre a Torino. Un'assise molto partecipata che ha dato ancora fiducia al presidente uscente e alla sua giunta esecutiva con il 63% delle preferenze, cioè circa 110 voti. A competere con la compagine del presidente l'altra lista, guidata da **Giorgia Pellegrini**, ex vice di Piana, la quale però non è riuscita a imporsi in una dialettica che, come afferma Piana in questa intervista a *Insurance Daily*, "è stata più personale che politica".

Ma è stata proprio la competizione a richiamare l'alto numero di agenti, e si è trattato di un inedito giacché in precedenza il gruppo era sempre arrivato a congresso con una lista unica: "non si è trovata una linea condivisa", spiega Piana, e per questo c'è stata un'elevata partecipazione, "gli agenti erano motivati a esserci e a votare".

Fiducia sul rinnovo degli accordi

I principali temi trattati al congresso hanno riguardato i rinnovi degli accordi con la compagnia: da un lato quello integrativo economico mentre dall'altro gli accordi che riguardano i dati e il digital.



Dario Piana, presidente del Gama

Per quanto concerne l'accordo integrativo, Piana conferma che con la compagnia non si è ancora entrati nel vivo della discussione della parte economica, perché, dice, "prima abbiamo dovuto discutere le questioni amministrative e il rinnovo degli altri accordi. Adesso ci si dedicherà totalmente a quello economico: noi ci auguriamo che si andrà veloce perché il tempo non è molto".

La parte economica del patto dovrà aiutare le agenzie in un momento di cambiamento e di difficoltà che accomuna tutto il settore agenziale. "Questi accordi – aggiunge – servono per dare un minimo di serenità alle reti: noi siamo fiduciosi che lo rinnoveremo e che entro la fine dell'anno si firmerà".

Ana, c'è ottimismo

La mandante, rappresentata dal direttore commerciale, **Simone Salerni**, è stata presente per un momento di confronto e si è dimostrata disponibile. Certo, il lavoro è complesso, ammette Piana, perché all'interno della compagnia sono presenti tre gruppi agenti e "mettere insieme più provenienze e trovare una via comune che vada bene anche all'impresa è più difficile che rinnovare un singolo accordo con una sola parte della rete. L'anno scorso – continua – avevamo concordato che il 2019 sarebbe stato l'ultimo anno con accordi diversi tra una rete e l'altra e dal 2020 avremmo unificato".

Parlando di accordi, non si può non fare un accenno a quello di primo livello tra la categoria agenziale e l'**Ania**. Dal suo osservatorio, in qualità di presidente del comitato dei gruppi agenti di **Sna**, Piana conferma "la buona volontà di tutti sul rinnovo dell'accordo impresa/agenti. Noi siamo ottimisti sul buon esito delle trattative", ribadisce. "Sarebbe – argomenta Piana – un accordo in un settore economico fondamentale per il Paese: credo che il comparto assicurativo italiano abbia necessità di averlo, non farlo sarebbe come assumere una posizione di retroguardia".

Il futuro nelle mani dell'agente

Un accordo di primo livello, secondo Piana, sarebbe quindi una cosa positiva per tutte le agenzie italiane che, sul piano nazionale, condividono le medesime difficoltà, causate dal cambiamento del modello di business in atto che, sottolinea Piana, "è più veloce di quanto le reti e persino le compagnie sono in grado di affrontare pienamente".

Dal punto di vista del Gama, c'è condivisione sulla necessità del cambiamento, anche normativo, ma contemporaneamente le innovazioni creano incertezza: "c'è anche un nuovo modo di affrontare il mercato per tutti", precisa l'agente. "Con la compagnia – ribadisce – siamo in sintonia sui progetti, poi si discute su come realizzarli. Per noi la figura dell'agente è centrale, grazie alla sua professionalità, e anche le imprese stanno capendo che il futuro è ancora nella mani di un agente che dev'essere però più preparato, professionalizzato e strutturato: è una strada che si può fare insieme, e noi, tra l'altro, rappresentiamo anche una compagnia che è molto avanzata nel campo della digitalizzazione". (continua a pag. 5)



© Phovoir - Shutterstock

(continua da pag. 4)

Idd e i vantaggi di Pog e target market

Ma il cambiamento, come accennato prima, non proviene solo dall'evoluzione tecnologica o da quella delle abitudini di consumo. Uno dei motori della trasformazione in tutti i settori dell'economia sono le normative. Nel caso dell'intermediazione assicurativa, Idd ha certamente cambiato molto, introducendo novità sostanziali che il mercato però deve ancora riuscire a inquadrare, gestire e disciplinare. Di queste novità, la regolamentazione dei distributori accessori e i presidi di Pog e target market sono tra quelle più spinose. Piana, per questo, plaude alle iniziative di maggiori controlli sui soggetti che, ricorda, "non hanno la stessa professionalità degli agenti". Dalle prime fasi del disegno della normativa europea, gli agenti lamentano la differenza nelle responsabilità tra i vari soggetti dell'intermediazione: "vogliamo - spiega Piana - che nessuno sia esentato dalle responsabilità cui devono sottostare gli intermediari tradizionali. Vogliamo regole certe e uguali per tutti: non accettiamo di competere in un mercato disordinato con condizioni diverse per operatori diversi".

E poi, infine, la questione del Pog, che dà all'agente "nuove prerogative", che lo portano a dover prima di tutto proteggere il cliente. "L'intermediario - sottolinea Piana - può anche rifiutarsi di vendere un prodotto se questo non è conforme al target market per cui è stato creato. L'agente deve imparare a usare a suo vantaggio i presidi di Pog e target market: si può lavorare insieme alle compagnie - chiosa - per capire bene in che direzione andare".

Fabrizio Aurilia

COMPAGNIE

Cattolica, balzo dell'utile nei primi nove mesi 2019

Nella giornata di presentazione dei risultati al 30 settembre, parla in un'intervista al Sole 24 Ore l'ex ad Alberto Minali, e respinge le accuse di aver voluto trasformare la società in Spa

Nel pieno delle turbolenze scaturite dal ritiro delle deleghe all'ormai ex ad di **Cattolica, Alberto Minali**, il gruppo può consolarsi con i conti a nove mesi che archiviano risultati molto soddisfacenti. I risultati al 30 settembre 2019 mostrano una crescita dell'utile netto pari a 84 milioni di euro: +15,8% rispetto allo stesso periodo del 2018. La raccolta è in aumento e raggiunge i cinque miliardi di euro (+16,5% annualizzato), sia nel vita (+23,4%), sia nel danni (+3,3%). In particolare, su quest'ultimo fronte aumentano i premi non auto (+9,7%). Il risultato operativo scende a 216 milioni di euro (-6,4%) "impattato da un forte incremento degli eventi atmosferici", spiega una nota della compagnia che segnala come questi fenomeni abbiano avuto un impatto di +40 milioni anno su anno. Infine, la solidità di capitale è in ulteriore aumento, evidenziando un solvency II ratio pari al 169% (era al 165% al 30 giugno di quest'anno).

Sul fronte della governance del gruppo, dopo i malumori fatti trapelare da alcuni azionisti di peso (**Warren Buffett** e **Fondazione CariVerona**), ci sono le dichiarazioni dell'ex ad Minali nell'intervista pubblicata oggi da *Il Sole 24 Ore*. Minali ha definito la decisione di togliergli le deleghe "una scelta sbagliata, oltre che ingiusta", ma anche "tuttora per me poco chiara". Minali respinge inoltre i sospetti sulla sua presunta volontà di cambiare la fisionomia della compagnia da cooperativa a società per azioni. "La storia della Spa - ha detto - è un'invenzione. Non ho mai lavorato per sovvertire la cooperativa. Anzi, ho lavorato per renderla più efficace, più moderna e aperta a tutti i soci". Quanto alla sua permanenza nel board, Minali ha detto che resterà in cda "per vigilare che quel piano (industriale, ndr) venga davvero attuato. Poi - ha aggiunto - io sono uomo di mercato: vedremo se il mercato busserà alla mia porta".

Quanto al direttore generale e nuovo amministratore delegato **Carlo Ferraresi**, parlando nella conference call con gli analisti, ha affermato che "siamo una compagnia solida e profittevole con grandi capacità industriali e di creazione di valore, un'ottima squadra manageriale, una capillare rete distributiva e abbiamo partner solidi. Oggi operiamo in un mercato assicurativo a elevata competitività".

Beniamino Musto

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