

PRIMO PIANO

Dividendi, Ivass invoca prudenza

A seguito dell'elevata volatilità finanziaria generata dalla pandemia di coronavirus, l'Ivass ha chiesto alle compagnie assicurative italiane di adottare estrema prudenza nelle politiche di distribuzione dei dividendi. Come specifica una nota pubblicata ieri sul sito dell'autorità di vigilanza, l'istituto "ha inviato una lettera alle imprese di assicurazione e riassicurazione aventi sede in Italia chiedendo di adottare, a livello individuale e di gruppo, estrema prudenza nella distribuzione dei dividendi e nella corresponsione della componente variabile della remunerazione agli esponenti aziendali". Alla base del monito, come accennato, c'è la consapevolezza che "la diffusione della pandemia e i correlati effetti sull'economia italiana rendono prospettivamente incerta l'evoluzione futura dei fattori di rischio cui sono esposte le imprese del settore assicurativo".

Il monito è pienamente in linea con le raccomandazioni arrivate da Eiopa lo scorso 17 marzo, in cui l'autorità europea, fra le altre cose, invocava prudenza nelle politiche di distribuzione dei dividendi per consentire alle compagnie di "preservare il loro stato patrimoniale". Il rispetto delle raccomandazioni, conclude la nota dell'Ivass, "sarà oggetto di monitoraggio da parte dell'istituto".

Giacomo Corvi

SCENARIO

Come affrontare la recessione dopo la pandemia

In un contesto di emergenza sanitaria globale, dato il livello di incertezza, i normali scenari economici sono insufficienti e la situazione richiede un nuovo approccio alla pianificazione, specifico per ogni business. Gli esperti di Bain & Company hanno strutturato alcune raccomandazioni pratiche che i ceo delle aziende dovrebbero seguire

Dopo la caduta, dovremo fare i conti con l'atterraggio. Dopo che questo lungo periodo di anestesia forzata per l'economia mondiale sarà finalmente archiviato, dovremo tutti fare i conti con che ciò che troveremo. E ovviamente si spera che non siano macerie. Per questo i decisori politici di tutto il mondo sono chiamati a prendere decisioni delicate, difficili, anche impopolari, ma spesso indispensabili. È quasi scontato il fatto che all'orizzonte troveremo una recessione. Le scelte che saranno fatte a ogni livello nei prossimi mesi da governi e imprese saranno decisive per far ripartire il motore economico globale. **Bain & Company** ha provato ad analizzare la situazione attuale.



COSA È CAMBIATO PER BANCHE E ASSICURAZIONI

Per il settore dei servizi finanziari, spiega **Roberto Frazzitta**, partner della practice financial services di Bain in Italia, nelle ultime tre settimane la sfida è stata duplice. Da un lato c'è stato "il totale ribaltamento del modello operativo delle strutture centrali, che ha portato a livelli di *work from home* sostanzialmente del 90-100%", dall'altro lato è stato garantito il mantenimento dei servizi ai clienti sul territorio. "Anche le assicurazioni – prosegue Frazzitta – si sono trovate da subito a dover dare una risposta veloce all'improvvisa nuova realtà: ci sono stati interventi quali estensione delle coperture, dilazione di pagamento, prodotti dedicati finalizzati a mostrare concreta vicinanza alla clientela e alle reti agenziali. Per tutte le istituzioni finanziarie, il ritorno al *new normal* implicherà modifiche di paradigma operativo e di vicinanza con i clienti".

"Nonostante non si possa prevedere precisamente l'entità degli impatti a livello sanitario ed economico del Coronavirus in Italia e nel mondo – osserva **Roberto Prioreshi**, managing director di Bain & company per Italia, Grecia e Turchia – l'esperienza di Bain dimostra che per le aziende un approccio *wait-and-see* è spesso la scelta peggiore in tempi incerti". Dato il livello di incertezza, i normali scenari economici sono insufficienti e la situazione richiede un nuovo approccio alla pianificazione, specifico per ogni business. C'è un elemento in comune, però: "attendere – sottolinea Prioreshi – non è un'opzione, e le aziende con una miglior capacità di *recovery* e mitigazione degli effetti negativi della crisi saranno quelle che agiranno immediatamente, adottando in anticipo misure preventive e seguendo una serie di *best practices* nel breve e nel medio-lungo termine".

Secondo gli esperti di Bain & Company, giacché questa è una crisi diversa da qualsiasi altra vissuta in passato, non esistono approcci di *crisis management* che possano essere usati come benchmark.

(continua a pag. 2)

(continua da pag. 1)

In questo contesto, infatti, diversi sono i fattori che impongono alle aziende di reagire molto velocemente: estrema difficoltà di previsione, impatto sui ricavi che probabilmente influenzerà la liquidità, ripresa lenta con una successione di diversi trimestri di bassi ricavi, dipendenti e consumatori cauti e timorosi, ma per cui comunque molte abitudini di consumo cambieranno. Il primo passo è quindi individuare un senior team dedicato alla gestione dell'emergenza da Covid-19 su base quotidiana, con un approccio da sala operativa (war room).

LE PRIORITÀ SU CUI CONCENTRARSI

La raccomandazione di Bain & Company per i ceo è quella di concentrarsi su sei priorità: proteggere gli stakeholder, dipendenti e clienti, con guidelines e procedure chiare ed efficienti, e indirizzarli con un controllo e un'altrettanto chiara e diretta comunicazione; lavorare sulla propria esposizione e fare stress test su P&L e liquidità; attuare azioni difensive sul fronte del calo dei ricavi, concentrandosi su *loyalty* e *retention* dei clienti e preparandosi a compensare le mancate entrate dei segmenti di business più esposti; stabilizzare la supply chain per rispondere a eventuali interruzioni legate ad aspetti geografici o alla forza lavoro; pianificare azioni di riduzione di costi per salvaguardare la liquidità; giocare d'attacco per battere la concorrenza, essendo pronti alla ripresa e al mutato comportamento d'acquisto dei consumatori.

Nell'immediato, oltre a queste iniziative, vanno messe subito in campo tre azioni in parallelo. La prima è quella di "lanciare una *wake up call*, affinché il management sia allineato e al corrente dello scenario che si prospetta". La seconda riguarda "l'individuazione del senior team da war room per gestire da subito gli effetti della crisi". Infine, occorre "tradurre i macro-scenari in piani operativi" che siano attuabili in breve tempo.

"Oltre alla protezione delle persone, che è in assoluto e per tutte le aziende l'obiettivo prioritario – conclude Pioreschi – la nostra raccomandazione si può sintetizzare in tre concetti: adottare un approccio da war room, analizzare e ottimizzare production & supply chain, e intraprendere o accelerare la digital transformation, nella forma più consona al proprio business".



Beniamino Musto



TUTELIAMO INSIEME
**IL FUTURO
E GLI INTERESSI**
DEGLI AGENTI DI ASSICURAZIONE

ISCRIVITI

RINNOVA

BROKER

Assiteca, risultati in crescita nel secondo semestre 2019

Il broker, nel periodo, registra ricavi netti per 45 milioni di euro, in crescita del 15% rispetto allo stesso periodo del 2018

Il cda di **Assiteca**, riunito ieri in via telematica sotto la presidenza di **Luciano Lucca**, ha approvato la relazione finanziaria semestrale consolidata al 31 dicembre 2019. Nel secondo semestre dello scorso anno il broker ha registrato ricavi netti, pari a 45 milioni di euro, in aumento del 15% (6 milioni di euro in più, di cui circa il 9% da operazioni di M&A e il residuo 6% da crescita interna). L'aumento si evidenzia anche rispetto ai trend di crescita storici, caratterizzati da attività di sviluppo del portafoglio e acquisizione di nuova clientela, nonché dall'attività di consulenza.

I costi operativi mostrano un incremento del 14% (pari a 4,4 milioni). Al netto delle operazioni di M&A e per effetto dell'applicazione dei criteri IAS16, l'incremento è di circa il 4,5%, meno che proporzionale a quello dei ricavi. Per quanto riguarda i costi delle società acquisite nel semestre di riferimento, si evidenzia che ovviamente non beneficiano ancora delle economie di scala attese.

Il conseguente aumento del 19% dell'Ebitda (pari a 10,1 milioni vs 8,5 milioni) rispetto al semestre 2018/2019, fa sì che lo stesso si attesti al 22,5% dei ricavi, rispetto al 21,8% dello stesso precedente periodo.

Il risultato ante imposte, di 8,1 milioni, segna una crescita dell'11% rispetto al primo semestre 2018/2019 (7,3 milioni), mentre l'utile netto di gruppo, pari a euro 5,15 milioni, risulta in crescita dell'8% rispetto al primo semestre 2018/2019. Dal punto di vista patrimoniale il gruppo ha oggi un patrimonio netto di 53,3 milioni, in crescita rispetto ai 26,9 milioni del 30 giugno 2019.

"I risultati della nostra semestrale – ha commentato il presidente di Assiteca, Luciano Lucca – evidenziano che l'azienda è patrimonialmente solida e in forte sviluppo, il che ci permette di guardare con tranquillità agli effetti economici conseguenti all'attuale emergenza sanitaria. In questo momento difficile per il Paese – continua Lucca – Assiteca è impegnata a dare la massima assistenza alle aziende nella gestione dei rischi operativi e protezione dei loro dipendenti".



INTERMEDIARI

Coronavirus, appello congiunto di Gagi e Gaat

Le due rappresentanze chiedono al gruppo Generali un maggior impegno nel sostegno alla rete distributiva

Gagi e Gaat uniscono le forze di fronte all'emergenza coronavirus. Le due rappresentanze, appartenenti alla galassia del gruppo **Generali**, hanno scritto una lettera al country manager **Marco Sesana** e al group ceo **Philippe Donnet** per chiedere alla società nuove misure di sostegno per la categoria degli agenti. Nello specifico, come si legge in una nota stampa, è stata richiesta la costituzione di un fondo di solidarietà "di consistente entità e adeguato, riservato esclusivamente alle agenzie, ai collaboratori e ai dipendenti". Le due rappresentanze chiedono inoltre che una parte del budget destinato a tutta una serie di iniziative, come incentivi e rappel, venga convertito in favore della rete agenziale. Fra le richieste, infine, anche l'erogazione di un supporto economico pari al delta, se negativo, tra il pay-out marzo-giugno 2019 e marzo-giugno 2020, una sovra-provvigione straordinaria e l'aumento dell'attuale management fee sul capitale gestito.

La nota sottolinea a più riprese l'importanza dell'iniziativa per l'unità della categoria, "a prescindere dalle sigle sindacali di appartenenza". Come noto, il **Gagi** aderisce ad **Anapa Rete Impresa Agenzia**, mentre il **Gaat** aderisce allo **Sna**.

"Sono contento che tale proposta sia stata condivisa con il **Gaat**, perché siamo stati tra i primi a condividere l'appello all'unità della categoria e perché crediamo che in momenti come questi si debba mettere da parte il colore della propria maglia e lavorare all'unisono per tutti gli agenti", ha commentato **Vincenzo Cirasola**, presidente del **Gagi**. "Ci troviamo a vivere una delle battaglie più insidiose della storia delle assicurazioni in Italia che io ricordi", ha osservato **Roberto Salvi**, presidente del **Gaat**. "Non mi sembra questo – ha proseguito – il momento dei contrasti e delle minacce. Mi riferisco alla scelta di **Sna**, quanto meno discutibile, di sbandierare ad **Ania** prima la minaccia di iniziative sindacali per poi scrivere di nuovo, sempre ad **Ania** dopo qualche giorno, una seconda lettera questa volta accorata. Il tutto senza collegarlo e renderlo coerente con le richieste formulate al Governo, che invece andrebbe coinvolto e responsabilizzato quanto prima". **Salvi** prosegue affermando che le missive ad **Ania** "non sono state condivise, come si sarebbe dovuto fare, all'interno del comitato dei gruppi. Non dichiaro queste cose per amore di polemica, non è utile in questo momento, ma per imprimere un auspicabile necessario cambio di passo e di atteggiamento da parte del sindacato nel quale mi riconosco: agenti, gruppi, sindacati e compagnie – conclude – devono fare sistema e provare a sostenersi a vicenda in questa emergenza, cercando di superare divisioni e personalismi".

B.M.

G.C.

INIZIATIVE

Zurich, dipendenti e agenti insieme contro il Covid-19

Raccolti 650mila euro a favore degli ospedali Spallanzani (Roma), Sacco (Milano), Giovanni XXIII (Bergamo) e Cotugno (Napoli)

I dipendenti e gli agenti di **Zurich Italia** hanno raccolto circa 650 mila euro da devolvere al Sistema sanitario nazionale. Attraverso la campagna #insemepossiamo, è stata avviata una raccolta fondi condivisa tra i dipendenti, gli agenti, l'azienda e la fondazione Z Zurich Foundation. I dipendenti, in particolare, hanno devoluto somme equivalenti a giornate intere o a singole ore lavorative a supporto della campagna. Per ogni euro devoluto dai dipendenti, Zurich Italia e la fondazione Z Zurich Foundation hanno contribuito con una donazione di pari importo e in totale sono stati raccolti più di 500 mila euro già devoluti all'ospedale Luigi Sacco di Milano e all'ospedale Lazzaro Spallanzani di Roma.

Anche la rete degli agenti Zurich ha partecipato alla raccolta, raccogliendo circa 150 mila euro per l'Ospedale Giovanni XXIII di Bergamo e l'ospedale Cotugno di Napoli; anche in questo caso la compagnia e la fondazione hanno contribuito alla raccolta.

Zurich Italia ha offerto inoltre il suo supporto alle strutture ospedaliere per agevolare le procedure di acquisto di dispositivi medici e altri strumenti necessari per fronteggiare l'emergenza Covid-19.

Queste iniziative, spiega una nota della compagnia, "si aggiungono a quelle già messe in atto a sostegno dei clienti Zurich: dalla digitalizzazione della relazione con gli agenti alla possibilità di posticipare di 60 giorni i pagamenti delle polizze danni ed inoltre, per la gestione dei sinistri e al fine di evitare e/o limitare il più possibile gli spostamenti, l'innovativo servizio di perizia da remoto (video perizia) disponibile per i danni motor, property e liability".

B.M.

IVASS

Polizze, ecco i trend

L'Istituto ha rilasciato l'analisi sul mercato dei prodotti dedicati all'emergenza Covid-19 e le tendenze relative al secondo trimestre 2019



Alberto Corinti e Stefano De Polis

L'Ivass ha pubblicato un'analisi sulle polizze commercializzate dalle compagnie nel secondo semestre dell'anno scorso e sui presidi messi in campo dal mercato assicurativo per affrontare l'emergenza legata a Covid-19. L'analisi dell'Istituto rileva le iniziative, molte ed eterogenee, che le compagnie hanno utilizzato per rispondere alle esigenze di imprese e famiglie colpite dall'emergenza sanitaria. Alcune compagnie, riassume l'Ivass, hanno esteso, gratuitamente e in via temporanea, garanzie e servizi presenti nelle polizze sanitarie, per riconoscere agli assicurati colpiti dal virus diarie giornaliere in caso di quarantena domiciliare e indennizzi in caso di ricovero in terapia intensiva. Sono state immesse poi sul mercato polizze a sostegno degli esercizi commerciali costretti alla chiusura obbligatoria, mentre nel settore viaggi, alcune compagnie hanno ampliato le garanzie per il rimborso di costi e penali per la perdita di un eventuale spostamento programmato in precedenza. Altre compagnie hanno anche pensato a fornire un teleconsulto medico (per lo più gratuito) e uno sportello legale.

Per quanto riguarda, invece, le polizze vendute nel secondo semestre 2019, l'Ivass rileva "una sempre maggiore attenzione delle compagnie verso l'insurtech, con l'offerta diretta di servizi tecnologici grazie alla creazione d'incubatori di start up".

Per leggere il resto della news, clicca qui.

Fabrizio Aurilia

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