

## PRIMO PIANO

# Il livello di conoscenza assicurativa

I cittadini sono consapevoli dei rischi a cui sono esposti e conoscono i loro bisogni di copertura assicurativa? Qual è il grado di comprensione delle polizze offerte dal mercato? Per rispondere a queste e ad altre domande, l'lvass ha dato il via a un'indagine nazionale per misurare il livello di conoscenza assicurativa degli italiani. La ricerca, partita ieri, è condotta in collaborazione con l'Università di Milano-Bicocca e gli istituti di ricerca Bva e Doxa, attraverso interviste su un campione di cittadini, selezionato in modo casuale dalle liste elettorali. Le informazioni saranno rese in forma anonima e le risposte analizzate in maniera aggregata. L'identità dei partecipanti resterà totalmente sconosciuta. L'adesione all'iniziativa è volontaria.

I risultati dell'indagine saranno pubblicati sul sito dell'lvass, e saranno utilizzati dall'istituto di vigilanza per comprendere il livello di percezione dei bisogni assicurativi da parte del cittadino e indirizzare al meglio le azioni a sua tutela e le iniziative di sviluppo della cultura assicurativa. Il progetto è stato finanziato dal Mise nell'ambito della strategia nazionale per l'educazione finanziaria, assicurativa e previdenziale. Il questionario, se somministrato periodicamente, consentirà di misurare nel tempo i risultati delle iniziative di educazione assicurativa.

**Beniamino Musto**

## 🎯 VERSO LA NUOVA NORMALITÀ

Con questo primo articolo dedicato al sentiment e alle previsioni degli agenti, apriamo la rubrica **Verso la nuova normalità**, per vedere un po' più chiaro e un po' più lontano al post Covid del settore assicurativo. Riflessioni, opinioni e dati a cura di Mbs Consulting e Innovation Team, Gruppo Cerved.

# Agenti in Fase 2: più ottimismo ma anche voglia di tornare al passato

**Innovation Team ha testato il polso delle reti durante e dopo il periodo di quarantena e registra oggi una maggiore positività. Si rivela più interesse a proseguire con modalità a distanza ma in parallelo al contatto diretto, anche se riemergono remore verso la collaborazione con le compagnie verso il cliente**

Nelle prime settimane dall'avvio della cosiddetta Fase 2, sembra essere cambiato il vento per gli agenti di assicurazione. Certo, le preoccupazioni rimangono, ma il 25% degli agenti è più ottimista rispetto ad aprile e solo il 3% si dichiara più scoraggiato. La quota di agenzie che reputa grave la situazione scende dal 65% al 58%, e dal 12,3% al 7% le agenzie che si considerano a rischio sopravvivenza. Insomma, *La voce degli agenti nell'emergenza Covid-19*, l'indagine su quasi mille agenti che **Innovation Team** ha condotto a cavallo fra maggio e giugno, presenta dati incoraggianti.

### RIPARTE IL BUSINESS

I clienti tornano in agenzia: questo è il primo motivo del cambio di clima. Al momento della rilevazione, infatti, quasi tutte le agenzie (98%) erano aperte al pubblico, ben 20 punti in più rispetto ad aprile, quando una quota non irrilevante di agenti operava a distanza. Il traffico, in aumento per il 45% degli agenti, ha ravvivato le iniziative commerciali e ha generato maggiori incassi collegati alle polizze scadute nel lockdown. Insomma, il business sta lentamente riprendendo.

### IL SUPPORTO DELLE COMPAGNIE

L'altro fattore positivo riguarda gli interventi a tutela di liquidità e sostenibilità delle agenzie messi in campo dalle compagnie a più riprese da inizio marzo a maggio. Sospensione delle rate della rivalsa, erogazione anticipata degli incentivi maturati nel 2019, sovraprovvigioni, anticipi provvigionali e coperture delle perdite sono solo alcuni degli interventi più diffusi che hanno incontrato il favore degli agenti: il 52,5% ne dà una valutazione complessivamente positiva (rispetto al 45,4% di aprile) e il 56,5% giudica positivi gli effetti degli interventi sulla liquidità di agenzia (anche in questo caso in crescita rispetto al 48,7% di aprile).

(continua a pag. 2)



© BernardasV - iStock

(continua da pag. 1)

Detto questo, per le agenzie la situazione rimane molto complessa e i mesi di lockdown sono stati indubbiamente pesanti. Anche se maggio è stato un mese molto positivo e si è potuto contare sui contributi di compagnia, il 53% delle agenzie denuncia un -20% dei ricavi rispetto all'anno scorso (va detto che probabilmente le dichiarazioni sono pessimistiche rispetto alla realtà), con previsioni di chiusura d'anno molto negative.

Ma, al di là del cambio di vento che registriamo, il sistema agenziale esce dall'emergenza Covid-19 con due preoccupazioni: la prima riguarda il futuro a breve, la seconda ha a che fare con i cambiamenti nei modelli di business che potrebbero aprirsi nei prossimi anni.

### IL FUTURO A BREVE

Pur con un mood più positivo rispetto ad aprile, gli agenti sono preoccupati per i prossimi mesi. I timori derivano soprattutto dalle difficoltà della domanda: crisi delle Pmi e ridotta capacità di spesa delle famiglie sono, seppur in calo rispetto ad aprile, le principali minacce allo sviluppo del business. Il che genera previsioni piuttosto negative sull'evoluzione della raccolta. Ragionando per business, previsioni di stabilità o addirittura crescita a fine anno sono solo per infortuni, malattia e casa, mentre per tutti gli altri ambiti si prevede il segno meno. Con riduzioni fortemente accentuate nelle Pmi (l'83% degli agenti si attende un trend negativo, il 27% addirittura superiore al 20%), nel motor (in lieve calo per il 65% degli agenti, superiore al 20% per il 18%) e nel vita. E così le risposte ai venti di recessione dei ricavi si focalizzano sul contenimento dei costi: rinegoziazione dei contratti, riduzione del numero di sedi, riduzioni (seppur con toni meno apocalittici rispetto a due mesi fa) del numero di dipendenti.

### PROSPETTIVE DI CAMBIAMENTO

Se le preoccupazioni per i prossimi mesi mettono in evidenza gli impatti negativi della crisi, momenti di rottura come quello che stiamo vivendo sono anche occasioni preziose per cambiare i modelli di business.

Si era già detto, con la rilevazione di aprile, come l'emergenza Covid-19 avesse sostanzialmente portato la digitalizzazione in agenzia. E anche nella rilevazione estiva gli agenti segnalano un utilizzo elevato dei pagamenti a distanza e della firma digitale, dell'invio *paperless* della documentazione di polizza e dello sviluppo commerciale da remoto, dandone giudizi generalmente positivi. Allo stesso tempo, i tre mesi trascorsi a gestire a distanza le relazioni con i clienti hanno squarciato il velo sull'esigenza di allargare modi e strumenti di contatto con clienti sempre più abituati a percorsi informativi e di acquisto non necessariamente presso il punto di vendita (generando a loro volta anche preoccupazioni, se è vero che il 26,6% degli agenti teme una perdita di centralità nel futuro e il 21% una maggior propensione dei clienti ad acquistare online).

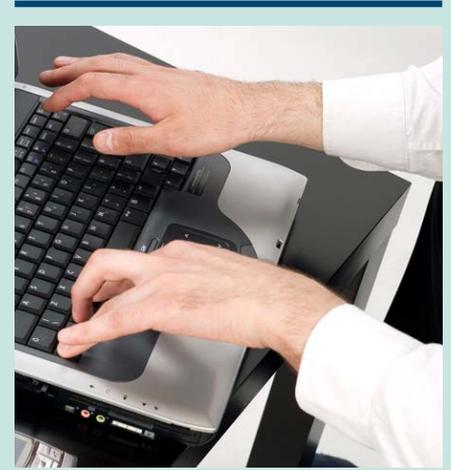
### LE SFIDE A MEDIO TERMINE

È quindi innegabile che, a medio termine, il sistema agenziale si troverà di fronte due sfide chiave. La prima è recuperare efficienza attraverso un maggior utilizzo della digitalizzazione. La seconda è valorizzare il proprio ruolo in un sistema di multicanalità, che permetta ai clienti di raggiungere l'agente attraverso una pluralità di canali. Va detto però che, soprattutto da quest'ultimo punto di vista, l'entusiasmo degli agenti rimane limitato. Se infatti il 38% pensa che gli agenti debbano essere protagonisti di una nuova multicanalità, solo il 18,8% è aperto a un rafforzamento della relazione con le compagnie per offrire nuovi servizi ai clienti e il 16% a una maggior condivisione delle informazioni sul cliente.

### LA TENTAZIONE DI GUARDARE INDIETRO

Insomma, l'impressione è che, insieme al nuovo vento, il primo mese della Fase 2 abbia poco alla volta riportato gli agenti alla ricerca dello *status quo*, di una vecchia normalità pre-Covid.

Questa prospettiva, a prima vista tranquillizzante, rischia di far dimenticare che, reduce da un decennio di selezione competitiva e stagnazione della raccolta, il sistema agenziale era tutt'altro che in salute già prima del Covid-19. Non approfittare di una crisi come quella in atto per evolvere verso modelli di intermediazione e di business più in linea con i tempi rischia di condurre su strade che appaiono rassicuranti ma potrebbero non essere sicure.



**Fabio Orsi,**  
partner Innovation Team, Cerved Company

## MERCATO

### Imprese: soffrono utili e fatturato, tengono gli ordini

**Dall'osservatorio di Cribis e Workinvoce emerge un quadro difficile per le aziende italiane alle prese con la ripartenza dall'emergenza post Covid-19**

Il tessuto industriale italiano si conferma molto depauperato a seguito della gestione dell'emergenza da Covid-19. Come emerge dal secondo monitoraggio della situazione realizzato dall'osservatorio di **Cribis** e **Workinvoce**, il 25,1% delle imprese intervistate dichiara di prevedere un fatturato 2020 inferiore rispetto a quello del 2019 di oltre il 30%, mentre il 42,2% dichiara un calo di fatturato probabile tra il 20-30%. Solamente l'8,1% del campione ha dichiarato effetti nulli o addirittura positivi. Le percentuali sono sostanzialmente trasversali all'interno delle classi dimensionali delle imprese.

Male anche le ricadute sulla redditività: il 47,9% delle imprese prevede di scrivere una perdita a bilancio; per il 25,6% tale perdita sarà "significativa" mentre per il 2,4% sarà addirittura necessaria una ricapitalizzazione. Tuttavia ci sono delle sacche di resilienza. Per esempio, dice l'osservatorio, un 15,6% delle imprese intervistate ha un'aspettativa di utile simile o superiore a quello del 2019. Per quanto riguarda la distribuzione sullo spettro dimensionale delle imprese, perdite significative sono state indicate dal 38,2% delle micro-imprese, contro il 13% delle medie (fascia 20-50 milioni di euro) e il 25% delle grandi (oltre 50 milioni di fatturato).

E poi c'è anche qualche dato incoraggiante che arriva dalla ripartenza: il 30,4% delle imprese dichiara un portafoglio ordini intatto (o in leggero aumento per il 15,2%), mentre una lieve riduzione è prevista dal 32,1%. Poco più di un terzo del campione, il 37,5%, ammette un forte calo degli ordini. In questo caso, la situazione è nettamente peggiore per le piccole imprese, che presentano casi di grave riduzione nel 41,2% dei casi contro il 35% delle grandi.

Il rischio di pagamenti ritardati da clienti è considerato in peggioramento dal 72,7% degli intervistati contro un 27,3% che lo vede come stabile o basso. I valori sono risultati molto simili nelle diverse fasce di fatturato.

In questo scenario, il rischio di pagamenti ritardati è dichiarato in peggioramento dal 72,7% degli intervistati contro un 27,3% che lo vede come stabile o comunque basso. Infine, il 70% delle imprese ha ritenuto che i finanziamenti a medio-termine siano la forma migliore per coprire i fabbisogni finanziari innescati dal lockdown, contro un 30% che ha invece indicato anticipo fatture e sconti con invoice trading.

F.A.

## EDICOLA

### Una guida per il consulente finanziario digitale

**Scritto da Maurizio Primanni ed Ernesto Vergani, il volume si propone di illustrare i vantaggi offerti dalle nuove tecnologie in ambito finanziario**

Uscirà il prossimo 9 luglio il volume *Il consulente finanziario digitale – Come ottenere benefici economici e operativi dagli strumenti digitali*. Edito da **Guerini e Associati** per la collana **Guerini e Associati Next**, il libro è stato scritto a quattro mani da **Maurizio Primanni**, ceo di **Excellence**, e dal giornalista **Ernesto Vergani**. L'opera si propone, come già fa ben capire il titolo, di illustrare tutti i vantaggi offerti dalle nuove tecnologie digitali in ambito finanziario.

Arricchito da una prefazione di **Gian Maria Mossa**, amministratore delegato e direttore generale di

**Banca Generali**, il volume è destinato soprattutto ai professionisti del settore che desiderano conoscere qualcosa in più di quel mondo digitale che si sta prepotentemente facendo strada fra risparmi e investimenti, ma si rivolge anche al semplice cliente che, magari attirato dalle soluzioni fai-da-te, vuole migliorare le sue competenze e la sua comprensione dei modelli di business adottati dai consulenti finanziari digitali. Il volume parte dalla più stretta attualità, ossia dalla pandemia di Covid-19 che a inizio anno ha investito la Cina. Il Paese del Dragone, in quest'ottica, diventa una sorta di benchmark: l'orientamento verso le nuove tecnologie digitali nell'ambito della consulenza, secondo gli autori, ha infatti consentito al sistema bancario di reggere l'urto dell'emergenza e di recuperare terreno al termine della crisi sanitaria. L'opzione digitale diventa dunque la stella polare da seguire per portare il mondo della consulenza finanziaria, anche al termine della pandemia, verso un nuovo livello di servizio alla clientela.

Il volume passa in rassegna tutte le tecnologie a disposizione: dal *wealth management platform* alla *web collaboration*, passando per soluzioni ancor più innovative come *digital advice*, *gamification* e *machine learning*. Senza dimenticare, però, che le tecnologie restano un semplice strumento senza una mano che le muova. Per questo il libro sottolinea a più riprese l'importanza della relazione personale fra cliente e consulente, facendo emergere come le nuove tecnologie, per quanto possano migliorare e velocizzare lo scambio di informazioni, non possono da sole creare qualcosa da nulla.



G.C.

#76  
luglio-agosto 2020

## 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](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

INSURAN  
INNOVATIO  
NOVAZIONE CHE T

NORMATIVA 12 ATTUALI

urezza  
to di gestione  
e

Verso un nuov  
modello europ  
di assicurazio

### 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 7 luglio di [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it) – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577