INSURANCE Daily

LUNEDÌ 21 GIUGNO 2021 N. 1980

PRIMO PIANO

Generali, Opa in Consob

Venerdì scorso il gruppo Generali ha comunicato di aver presentato alla Consob il documento di offerta relativo all'Opa sulla totalità delle azioni di Cattolica Assicurazioni.

Generali, si legge nella nota, "ha provveduto a presentare alle Autorità competenti le istanze per l'ottenimento delle autorizzazioni richieste dalla normativa applicabile in relazione all'offerta ai sensi e per gli effetti dell'articolo 102, comma 4, del Tuf e dell'articolo 37-ter, comma 1, lettera b), del Regolamento emittenti", e ha inoltre completato le comunicazioni e le notifiche alle competenti autorità Antitrust.

Il documento di offerta sarà pubblicato una volta approvato da Consob, entro il termine del periodo di istruttoria.

L'annuncio dell'Opa da parte del Leone di Trieste era arrivato lo scorso 31 maggio. Già azionista rilevante del gruppo veronese con una quota di circa il 24% del capitale, Generali ha offerto 6,75 euro per azione, prezzo che incorpora un premio pari al 15,3% rispetto al prezzo ufficiale delle azioni di Cattolica alla chiusura di venerdì 28 maggio, e del 40,5% rispetto alla media aritmetica degli ultimi sei mesi. In caso di integrale adesione all'Opa, con la quale Generali punta al delisting del titolo, l'esborso massimo per il Leone ammonta a 1.176 milioni di euro.

B.M.

INTERMEDIARI

Annesi (Agit): "Premiata l'attività del gruppo"

Il nuovo presidente della rappresentanza aziendale di Groupama Assicurazioni illustra obiettivi e strategie della giunta: confronto collaborativo con la mandante per tutelare gli associati e migliorare la proposta commerciale. Si punta dunque sulla continuità d'azione

Cambiamento nella continuità in casa **Agit**. Lo scorso 21 maggio, in occasione del congresso nazionale, **Massimo Annesi** è stato eletto presidente della rappresentanza aziendale di **Groupama Assicurazioni**. La sua lista, battezzata *Insieme per Tutti, Insieme da Sempre*, ha totalizzato 451 preferenze, superando agevolmente i 97 voti andati invece alla proposta di **Marco Colombi** e le cinque schede bianche. "È stato un congresso che ci ha dato molta soddisfazione", ricorda il nuovo presidente Annesi. "C'erano un po' di timori alla vigilia perché era il primo congresso che organizzavamo in modalità online: invece – prosegue – abbiamo registrato un livello altissimo di partecipazione e la presentazione di due liste differenti ha consentito anche di avere un certo contraddittorio".

Massimo Annesi, presidente della rappresentanza aziendale di Groupama Assicurazioni

Titolare di un'agenzia plurimandataria a Ferrara, Annesi si era presentato al congresso da vice presidente uscente. "Ringrazio tutti i colleghi per la fiducia che hanno mostrato nei miei confronti", commenta Annesi. "È un riconoscimento importante, che ci dà grande soddisfazione – aggiunge – perché significa che gli associati hanno compreso l'importanza e la bontà dell'attività che abbiamo svolto fino a oggi".

IL NUOVO UFFICIO DI PRESIDENZA

Annesi raccoglie così il testimone di **Angelo Mangano**, che fa *un passo di lato* e resta nell'ufficio di presidenza come responsabile dell'attività amministrativa e normativa. "Credo che anche per Angelo la mia nomina sia stata motivo di grande soddisfazione: la mia lista si è presentata in continuità con la precedente presidenza e la votazione del congresso – osserva Annesi – conferma che la sua attività è stata molto apprezzata dalla base degli associati".

(continua a pag. 2)

(continua da pag. 1)

Oltre ai già citati Annesi e Mangano, il nuovo ufficio di presidenza risulta composto da **Laura Puppato** (vice presidente e responsabile ad interim della commissione sinistri), **Dino Grotti** (coordinatore della presidenza), **Michele Ubaldi** (commissione auto), **Edoardo Franchella** (commissione danni non auto), **Simone Soldato** (commissione vita), **Giuliano Melis** (commissione formazione), e **Francesco Landolfi** (coordinamento del territorio). La nuova vice presidente Laura Puppato manterrà inoltre la responsabilità dei rapporti istituzionali del gruppo. Alla squadra vanno poi aggiunte una serie di deleghe: **Daniele Rizzo** (commissione informatica), **Massimo Camagna** (commissione marketing), **Maximiliano Paradiso** (comunicazione), **Michele Lo Presti** (segreteria della presidenza) e **Vito Greco** (tesoreria).

Laura Puppato

UN CONFRONTO COLLABORATIVO

La nuova presidenza, come ha ribadito a più riprese da Annesi, si porrà in continuità con l'attività della precedente rappresentanza. A cominciare dai rapporti con la mandante, rappresentata durante il congresso dall'amministratore delegato e direttore generale **Pierre Cordier** e dal chief distribution officer **Roberto Trerotoli**. "Con la mandante abbiamo da anni un forte rapporto di collaborazione: ci confrontiamo su tutto, sempre nel rispetto dei reciproci ruoli e interessi", dice Annesi. "È un rapporto che, com'è naturale che sia, può generare anche momenti di attrito, come avvenuto in passato quando la compagnia ha effettuato alcune importanti iniziative sulla governance del portafoglio: però adesso – assicura Annesi – quel momento di difficoltà è stato superato".

Il confronto con la mandante è un passaggio fondamentale per raggiungere quello che, nella visione di Annesi, dovrebbe essere l'obiettivo finale del gruppo agenti: tutelare l'attività degli associati, a prescindere dalla dimensione e dalla collocazione geografica. "Ci proponiamo di sostenere e proteggere tutti i colleghi, contribuendo all'offerta di servizi tecnici, informatici e assicurativi efficaci e in linea con le esigenze di mercato", sintetizzando così la mission della sua presidenza.

TECNOLOGIA E OFFERTA COMMERCIALE

Gli argomenti di confronto con la mandante, come spiega Annesi, sono numerosi: dalla gestione del dato al supporto tecnologico, fino alla proposizione commerciale. Annesi li mette in fila uno per uno. "Abbiamo da anni un accordo sulla gestione del dato, che dobbiamo rinnovare ogni anno per adeguare il sistema all'evoluzione normativa e regolamentare: chiediamo di poter gestire la nostra libertà imprenditoriale e di poter disporre di un sistema in grado di rispondere tempestivamente, in maniera rapida e diretta, alle esigenze dei nostri clienti", spiega Annesi. Altro tema caldo, strettamente legato alla disponibilità tecnologica, è poi quello della gestione sinistri, su cui la rappresentanza chiede sistemi che consentano di "garantire liquidazioni rapide e corrette agli assicurati".

Poi c'è tutto il tema dell'offerta commerciale. "Il catalogo di Groupama Assicurazioni è competitivo e in linea con il resto del mercato", dice Annesi. Però si può sempre migliorare. "La precedente presidenza ha spinto molto perché la compagnia approfittasse delle possibilità del Superbonus 110%: l'offerta è sempre stata competitiva – prosegue – ma deve essere costantemente monitorata e, ove possibile, migliorata". Annesi, a tal proposito, auspica che la compagnia si faccia trovare pronta alla ripartenza dopo l'emergenza coronavirus. "Stiamo uscendo in questi mesi da una pandemia che ci ha tenuti praticamente fermi per più di un anno: adesso – dice – dobbiamo essere pronti e non possiamo farci scappare le opportunità che sorgono dalla ripartenza delle aziende".

A SOSTEGNO DEGLI ASSOCIATI

Proprio sul coronavirus si concentrano le battute finali di Annesi. "L'emergenza è stata affrontata con grande attenzione dalla mandante: ci ha offerto contributi a fondo perduto, cosa che non tutte le compagnie hanno fatto per la propria rete distributiva", ricorda Annesi. Anche la rappresentanza ha risposto prontamente all'emergenza. "Abbiamo istituito un fondo per sostenere i colleghi che hanno avuto grosse difficoltà al momento della pandemia", aggiunge.

La logica della nuova presidenza resterà dunque la stessa: sostegno, supporto e tutela ai colleghi e agli associati della rappresentanza. Il gruppo, come illustra Annesi, ha messo da parte un piccolo fondo che potrà essere utilizzato per sostenere il lavoro degli agenti iscritti. "Stiamo pensando di utilizzarlo – conclude Annesi – per migliorare e incrementare l'offerta formativa: credo che sia importante che i colleghi possano sviluppare una più approfondita conoscenza dei prodotti, del mercato e delle tecnologie a disposizione".

Giacomo Corvi

INSURANCE Daily

LUNEDÌ 21 GIUGNO 2021 N. 1980

RICERCHE

L'effetto Covid-19 pesa ancora su noleggio auto e car sharing

Secondo l'ultima edizione del rapporto Aniasa sulla mobilità pay-per-use, la pandemia nel 2020 ha fatto segnare un crollo del noleggio a breve termine e dell'uso di auto condivise, mentre tiene il noleggio a lungo termine. Ora gli italiani sono tornati a usare la macchina, ma i numeri del 2021 per ora sono in linea con quelli dello scorso anno

Il Covid-19 si è abbattuto con grande violenza sul settore della mobilità a noleggio e sui servizi di sharing. Il quadro che emerge dal ventesimo rapporto **Aniasa** sulla mobilità pay-per-use, presentato mercoledì 16 giugno in modalità online, mostra una brusca frenata di tutto il settore: crollano, in particolare, il noleggio a breve termine e l'auto condivisa, mentre tiene il noleggio a lungo termine. Una situazione, quella lasciata dal funesto 2020, che il presidente di Aniasa, **Massimiliano Archiapatti**, ha definito "molto pesante, con una flessione drammatica", condizionata dall'immobilità del settore turistico e da una mobilità urbana fortemente ridotta. Un impatto che si è trasferito sulle imprese, e che si riflette nel numero delle immatricolazioni nel 2020 passate dalle circa 520mila del 2019 a 355mila, dopo che per sette anni erano stati registrati continui record (nelle immatricolazioni e nel fatturato) che avevano portato portato il settore a rappresentare il 25% del mercato automotive. "La pandemia – ha spiegato Archiapatti – ha momentaneamente rallentato l'avanzata della mobilità a noleggio e in sharing nel nostro Paese. La crisi economica, l'ampio ricorso al telelavoro e il blocco dei flussi turistici hanno dimezzato i noleggi a breve termine e gli spostamenti delle auto condivise. Il noleggio a lungo termine ha retto l'urto, principalmente prolungando i contratti in essere e riducendo in modo significativo le nuove immatricolazioni".

Affondano il rent-a-car a breve termine e il car sharing

Ma più di tutti, a essere stato fortemente penalizzato dalla sostanziale scomparsa delle attività di viaggio, e in particolare del turismo internazionale, è stato il noleggio a breve termine.

(continua a pag. 4)

INSURANCE Daily

LUNEDÌ 21 GIUGNO 2021 N. 1980

(continua da pag. 3) Perdite che non sono state compensate dal turismo nazionale e nemmeno dalla sostanziale tenuta dei noleggi dei veicoli commerciali (grazie al boom dell'e-commerce e delle consegne a domicilio). Il calo del fatturato del 52% e il numero di noleggi diminuiti del 60% rispetto al 2019 sono lo specchio della crisi aeroportuale che ha visto una riduzione dei traffici del 72%. Gli operatori del rent-a-car stimano un ritorno ai livelli pre-pandemia solo nel 2023. Anche il car sharing ha subito un duro contraccolpo. A causa della forte riduzione della mobilità cittadina e del consistente ricorso al telelavoro, l'auto condivisa ha visto dimezzarsi i noleggi (da 13 a 6 milioni), con una conseguente riduzione della flotta veicoli a disposizione del 27%. Gli operatori stanno rimodulando la struttura dell'offerta, rispondendo in modo efficace alle esigenze di maggiore sicurezza avvertite dalla clientela.

Si salva il noleggio a lungo termine

Il noleggio a lungo termine, forte della parziale maggiore stabilità del proprio business basato prevalentemente su contratti pluriennali, non ha subito nell'immediato significativi contraccolpi sul versante dei ricavi, registrando una crescita delle sofferenze creditizie e una generale tendenza alle proroghe dei contratti in essere, che ha provocato però una significativa riduzione di immatricolazioni del 25%. La flotta in circolazione è ulteriormente cresciuta, toccando quota 933mila veicoli.

Come sta andando il 2021

L'analisi di Aniasa ha monitorato anche l'andamento del primo trimestre 2021 dei tre segmenti citati in precedenza, che confermano i trend del 2020: il noleggio a breve termine mostra un calo del 60%, -67% è la diminuzione delle immatricolazioni, con una flotta ferma a 73mila veicoli. Si conferma la tenuta del noleggio a lungo termine, il cui giro d'affari è cresciuto rispetto al periodo pre-pandemia, con una flotta aumentata del 7% e immatricolazioni solo in leggero calo (-1%); il car sharing ha registrato un -50% dei noleggi rispetto al 2019. In questa situazione già difficile di per sé, a rendere le cose meno facili per il settore (e in particolare per il segmento noleggio a breve termine) è arrivata anche la crisi dei chip auto. La difficoltà per i carmakers di reperire questi dispositivi ha ridotto il flusso di nuove vetture inserite in flotta per l'estate. "Una situazione che deve spingere quanti stanno ancora pianificando le proprie vacanze a prenotare per tempo le vetture di cui necessitano per raggiungere le località di villeggiatura, assicurandosi così la disponibilità del veicolo", ha osservato Archiapatti.

Tra nuove esigenze e abitudini consolidate

Nel corso della presentazione del rapporto Aniasa sono stati illustrati anche i risultati di uno studio inedito condotto per Aniasa da **Bain & Company,** che ha monitorato la mobilità degli italiani nel post-pandemia. "Dopo le ondate di Covid-19 gli italiani hanno voglia di mobilità, e sono tornati a muoversi come nel periodo pre-pandemico", ha spiegato **Gianluca Di Loreto**, partner di Bain & Company. L'auto resta il mezzo preferito per gli spostamenti (due cittadini su tre la usano abitualmente), mentre i trasporti pubblici faticano a essere competitivi e sono stati quasi superati, mentre si registra un ricorso sempre più limitato al trasporto pubblico locale. Il maggiore ricorso alle quattro ruote non si traduce però in nuove vendite di auto, rimaste nei primi cinque mesi del 2021 addirittura sotto i livelli del 2019 (-28% rispetto al maggio 2019). Gli italiani infatti preferiscono piuttosto comprare un'auto usata o mantenere la vecchia auto di proprietà.

In particolare, l'auto è il mezzo prediletto per chi si muove in periferia, dove il trasporto pubblico è meno presente, e dai pendolari. Un trend significativo degli ultimi mesi riguarda gli spostamenti in bicicletta (con un boom di acquisti, due milioni solo nel 2020) e sui monopattini (125mila pezzi venduti nei primi sette mesi del 2020), con molti nuovi operatori nati a Milano e Roma nel giro di pochi mesi. La bicicletta, però, per il 69% dei suoi utilizzatori, è un mezzo utilizzato esclusivamente nel tempo libero e quindi non sostituisce altre forme di mobilità.

Auto, l'elettrico non sfonda. Bene l'ibrido

Il maggiore utilizzo di auto, tuttavia, non si sta traducendo in maggiori vendite. Citando i dati dell'**Osservatorio conti pubblici italiani**, lo studio ricorda che il settore auto con la crisi pandemica ha perso quasi 10 miliardi di euro di cassa e ha chiesto 9 miliardi di prestiti. Gli italiani, dunque, usano le auto ma non le comprano: il valore di immatricolato mensile, che ha toccato il -92% di aprile 2020, a maggio 2021 ha fatto comunque -28%. Le difficoltà sul fronte dei redditi hanno favorito l'acquisto di auto usate, il cui mercato ha infatti sofferto meno. Inoltre la campagna contro le alimentazioni diesel e benzina ha penalizzato il mercato, a favore soprattutto dell'ibrido, che è cresciuto dal 6% al 18%. Rimangono stabili le alimentazioni a gas (9%) e cresce, anche se di poco, l'elettrico puro, dallo 0,6% del 2019 al 2,3% del 2020 (ben poco rispetto al 6-7% di Francia e Regno Unito). L'elettrico oggi viene acquistato quasi esclusivamente nelle metropoli del centro-nord Italia (quota del 5%) e dalle flotte aziendali. La quota di privati che comprano veicoli alla spina non supera l'1,7% e la media dei veicoli a batteria elettrica scende addirittura all'1% al Sud, dove si preferiscono Gpl e metano (quota al 13%). "La sostenibilità ambientale del trasporto – ha osservato Di Loreto – è un obbligo, occorre quindi lavorare per mettere auto più pulite sulla strada, svecchiando in modo radicale il parco circolante nel rispetto delle esigenze di tutti. Il tipo di auto che si tolgono dalla strada conta anche più del tipo di auto nuove che si immatricolano, e forzare la domanda serve a poco".

Beniamino Musto

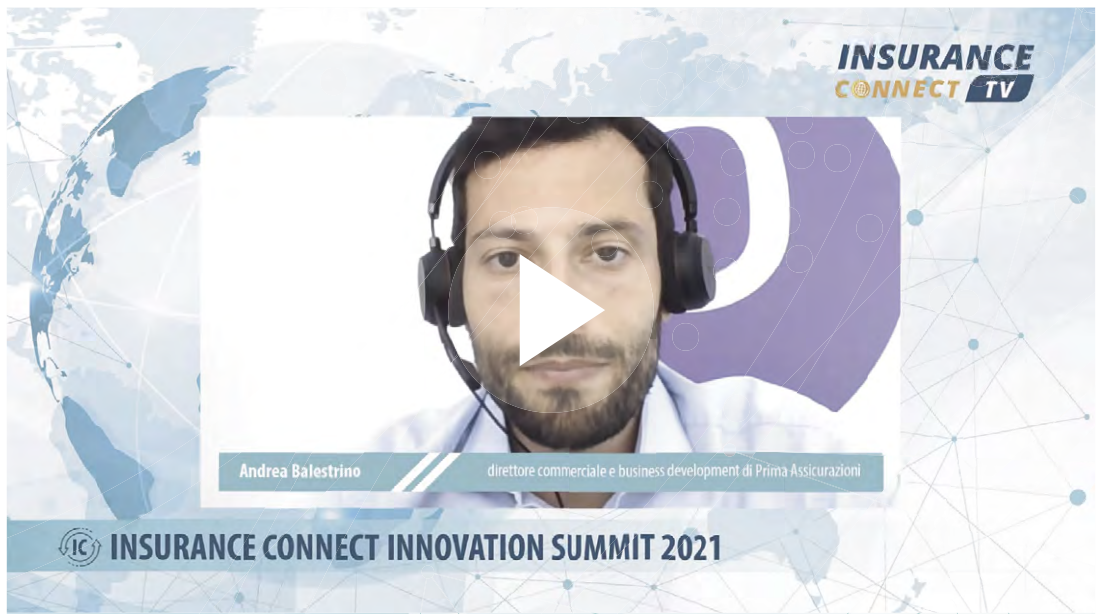
Insurance Daily
Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio alaggio@insuranceconnect.it
Editore e Redazione: Insurance Connect Srl – Via Montepulciano 21 – 20124 Milano
T: 02.36768000 **E-mail:** redazione@insuranceconnect.it
Per inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.it
Supplemento al 21 giugno di www.insurancetrade.it – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577

INSURANCE Daily

LUNEDÌ 21 GIUGNO 2021 N. 1980

INSURANCE CONNECT TV

PRIMA CRESCE ANCHE CON GLI INTERMEDIARI



Le strategie di **Prima Assicurazioni** guardano sempre di più al contributo degli intermediari e i risultati confermano la positività della collaborazione. Si va verso una distinzione dei prodotti tra offerta diretta e intermediata. Ne ha parlato all'Innovation Summit 2021 **Andrea Balestrino**, direttore commerciale e business development della compagnia.

GUARDA IL VIDEO DELL'INTERVENTO SU WWW.INSURANCECONNECT.TV

INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2021