

PRIMO PIANO

Ivass, i trend dell'offerta

Tecnologia, compresa l'intelligenza artificiale, coperture legate al Covid-19, ma anche tanti servizi di assistenza, sconti e nel comparto vita vincono le multiramo. Questo il quadro disegnato da Ivass nella sua relazione semestrale sui trend dell'offerta assicurativa in Italia, che in quest'occasione ha riguardato i primi sei mesi del 2021. La gamma di prodotti, scrive l'istituto, è arricchita da servizi personalizzabili e modulari, per cercare di rispondere alle diverse esigenze dei clienti.

Nel dettaglio, il comparto salute sembra essere il protagonista: i prodotti tendono a essere arricchiti da servizi di telemedicina, mentre le polizze sono per lo più multirischio e personalizzabili. Nel settore automotive, l'offerta guarda all'auto connessa con soluzioni sempre più totalmente digitali e personalizzabili. Per le polizze casa spazio alla sostenibilità ambientale attraverso sconti o coperture per incentivare il ricorso all'ecobonus; anche per la polizza abitazione, il mercato comincia a prevedere il modello pay per use, con modularità del premio in funzione del reale utilizzo dell'abitazione.

Infine, nell'ambito delle offerte rivolte alle Pmi, ci sono state iniziative a favore del settore turistico e alberghiero e delle imprese più sostenibili.

Fabrizio Aurilia

RICERCHE

Investitori istituzionali, più forti della pandemia

Il mercato, secondo il consueto rapporto di Itinerari Previdenziali, supera bene la prova del coronavirus: nel 2020 il patrimonio complessivo degli operatori del settore ammontava a 953,81 miliardi di euro, in crescita del 3,97% su base annua

Il settore degli investitori istituzionali in Italia si rivela più forte della pandemia di coronavirus. Nel 2020, nonostante la crisi economica innescata dalla pandemia, il patrimonio complessivo degli operatori di mercato è cresciuto del 3,97% su base annua e ha raggiunto quota 953,81 miliardi di euro: giusto per avere un'idea è più della metà del Pil (58%) e più del doppio dei 404,11 miliardi di euro che si registravano nel 2007, ossia prima che scoppiasse la grande crisi finanziaria. Insomma, secondo il consueto rapporto curato dal centro studi e ricerche **Itinerari Previdenziali**, realizzato quest'anno con il supporto **Banco Bpm**, il settore degli investitori istituzionali in Italia esce promosso a pieni voti dalla prova della pandemia. Nel dettaglio, il patrimonio di casse privatizzate, fondazioni di origine bancaria e operatori del cosiddetto *welfare contrattuale* (fondi negoziali, fondi preesistenti e forme di assistenza sanitaria integrativa) si attestava a 142,85 miliardi di euro. Se a ciò si aggiungono poi le risorse del cosiddetto *welfare privato* (fondi aperti, pip e compagnie assicurative), la cifra sale di ulteriori 683 miliardi di euro e raggiunge la già citata cifra complessiva di 953,81 miliardi di euro: abbastanza per poter dire che il settore ha chiuso bene un anno difficile come il 2020. Bene anche il settore della previdenza complementare che si conferma, con risorse per circa 200 miliardi di euro, al 14esimo posto della classifica dei Paesi **Ocse** per patrimonio dei fondi pensione.

RENDIMENTI IN POSITIVO

A stupire, nelle pagine del rapporto, sono soprattutto le performance messe a segno dagli operatori del settore. Nonostante il terremoto innescato dalla pandemia sui mercati finanziari, quasi tutti gli investitori istituzionali sono infatti riusciti a centrare rendimenti positivi: +3,6% per le fondazioni di origine bancaria, +3,1% per i fondi negoziali, +2,9% per i fondi aperti, +2,6% per i fondi preesistenti e +1,4% per le gestioni separate.

(continua a pag. 2)





INSURANCE CONNECT È SU FACEBOOK

Segui la nostra pagina



(continua da pag. 1)

Si è fermato in territorio negativo soltanto il settore delle unit-linked, che ha perso lo 0,2%, ma la performance complessiva del mercato resta tutto sommato positiva: i cosiddetti rendimenti obiettivo, ossia Tfr, inflazione e media quinquennale del Pil, si sono attestati rispettivamente a 1,2%, -0,2% e 2%.

“Il diffondersi della pandemia ha interrotto il trend positivo dei mercati, soprattutto azionari, che aveva contribuito a conseguire ritorni molto positivi nel 2019 recuperando i risultati negativi del 2018, anche se i forti ribassi hanno interessato principalmente il primo semestre dell’anno”, ha commentato **Alberto Brambilla**, presidente di Itinerari Previdenziali. Tuttavia, ha proseguito, “l’allocazione degli attivi investiti ha consentito di superare positivamente un anno che ha complicato le gestioni finanziarie di tutti gli operatori di mercato anche grazie alla diversificazione, attuata sempre più mediante una gestione diretta in private market e con fondi d’investimento a gestione attiva”.



Alberto Brambilla, presidente di Itinerari Previdenziali

NUOVE SCELTE DI INVESTIMENTO

Il rapporto evidenzia che, proprio a seguito delle difficoltà finanziarie dettate dalla pandemia, gli operatori del settore si sono trovati costretti a rivedere le proprie strategie di investimento e invertire tendenze di lungo periodo. In questo contesto, gli impieghi in titoli di Stato e in strumenti a reddito fisso, seppur ancora preponderanti in alcuni casi, sono risultati in diminuzione e sono contestualmente aumentati gli affidamenti di risorse a gestori sempre più specializzati in strategie innovative e diversificate. In consolidamento, inoltre, la prassi di affidamento tramite piattaforme di investimento dedicate a singoli investitori o condivise tra più soggetti istituzionali, nonché la costituzione di Sicav multicomparto.

Crescono poi gli investimenti in economia reale, anche quella domestica, realizzati con l’obiettivo di avere anche ricadute positive sul territorio di riferimento. Si tratta, ha detto Brambilla, di “investimenti di cui il Paese ha grande bisogno, soprattutto in un momento di ripartenza come quello attuale”. Le fondazioni di origine bancaria, considerando anche la quota nella banca conferitaria, **Cassa Depositi e Prestiti** e **Fondazione Con il Sud**, si sono confermate anche nel 2020 i maggiori investitori nell’economia reale italiana: il 44% delle risorse investite finiscono nel tessuto produttivo nazionale. Al secondo posto si piazzano le casse privatizzate dei liberi professionisti (22%), mentre rimane modesta la quota di investimenti in economia reale di fondi negoziali (2,58%) e preesistenti (3,98%). Sul punto Brambilla ha rimarcato che i fondi di natura contrattuale sono “in gran parte alimentati dal Tfr”, ossia da quella che dovrebbe essere “la prima e principale forma di sostegno all’economia reale”. Invece, su un totale di 155,45 miliardi di euro in Tfr confluiti ai fondi pensione e al fondo gestito dall’**Inps**, sono tornati sul territorio soltanto 36 miliardi. Sono dati, ha detto Brambilla, “su cui riflettere, anche per le loro ripercussioni sia sull’occupazione sia sulla produttività e, quindi, sullo sviluppo del Paese”.

IL RUOLO DELLE ASSICURAZIONI

E le assicurazioni? Le assicurazioni vita continuano a ricoprire un ruolo centrale nel panorama degli investitori istituzionali. Gli investimenti complessivi ammontavano nel 2020 a 809 miliardi di euro, relativi per il 76% a polizze tradizionali e per il restante 24% a soluzioni unit-linked e fondi pensione. L’investimento prevalente resta quello obbligazionario, in particolare quello dei titoli a reddito fisso: oltre 480 miliardi risultavano investiti in questa categoria, oltre il 70% in titoli di Stato. Dietro si collocano gli investimenti in fondi comuni (95 miliardi) e azioni (31 miliardi).

Altro ruolo di primaria importanza, per le compagnie assicurative, è poi quello di gestore. I primi cinque gestori assicurativi, secondo i numeri del rapporto, hanno raccolto il 93,5% delle risorse investite in polizze e gestioni separate degli investitori istituzionali italiani. Il primo posto resta nelle mani di **Generali Italia**, con una quota di mercato del 41,5%: alle sue spalle si collocano **UnipolSai** (23,97%), **Allianz** (23,03%) e **Aviva** (2,60%).

Giacomo Corvi

Innovazione, le richieste di intermediari e clienti

Personalizzazione, flessibilità e trasparenza: sono questi, secondo un'indagine di Salesforce, i principali desideri degli assicurati. Agenti e broker si adeguano alla domanda di mercato, auspicando strumenti per allargare il portafoglio e rispondere alle esigenze degli assicurati

La rivoluzione digitale è ormai al centro delle nostre vite. Tutto (o quasi) può oggi essere fatto online. E anche il mercato assicurativo è chiamato a un salto di qualità per adeguarsi ai tempi che corrono. Del resto, è proprio questa, secondo un'indagine di **Idc Italia** per conto di **Salesforce Italia**, la domanda che arriva dal mercato: clienti e intermediari chiedono strumenti sempre più digitali.

“Siamo di fronte a un cambio di passo per il settore assicurativo, che è chiamato oggi a fornire un maggiore supporto nei processi di innovazione e comunicazione ponendosi come priorità assoluta la fiducia dei clienti”, ha commentato **Michele Cumin**, financial sector leader di Salesforce Italia. “Le nuove tecnologie – ha aggiunto – sono l'alleato essenziale di cui ogni intermediario assicurativo non può più fare a meno per rispondere alle esigenze dei propri clienti con servizi e prodotti a valore per offrire un'esperienza digitale di qualità su tutti i canali”.

Personalizzazione e flessibilità

La posizione dei clienti è chiara: gli assicurati chiedono più personalizzazione, più flessibilità e più trasparenza. Nel dettaglio, secondo i risultati dell'indagine, la principale esigenza degli assicurati è senza dubbio la possibilità di personalizzare i prodotti (60%), seguita dalla flessibilità e dalla modularità delle polizze (40%) e da una maggiore trasparenza nelle comunicazioni e nelle condizioni contrattuali della copertura (33%). Un quarto degli assicurati (25%) evidenzia inoltre l'esigenza di un'offerta di prodotti innovativi e di iniziative di fidelizzazione volte a coprire nuove aree di bisogno.

In definitiva, dall'indagine emerge il desiderio di nuovi modelli di offerta, basati su servizi personalizzati, pricing dinamici, logiche di acquisto flessibili e in grado di coprire anche nuovi ambiti di protezione.

L'offerta di nuovi operatori

I clienti sembrano aver ormai compreso e accettato le logiche del nuovo business digitale. A tal proposito, la metà degli assicurati (50%) si dice disposta a condividere i propri dati in cambio di servizi innovativi a valore aggiunto.

Il futuro del settore, poste queste basi, appare dunque sempre più segnato da piattaforme e strumenti digitali. La richiesta, come visto, arriva direttamente dal mercato. E anche da una concorrenza, fatta di *insurtech* e *big tech*, che si fa sempre più agguerrita. Oltre il 40% dei clienti, in questo contesto, si dice propenso a rivolgersi a questi nuovi operatori in presenza di prodotti assicurativi offerti in affiancamento o in partnership a quelli tradizionali. Un più scarno (ma comunque considerevole) 20% è pronto invece ad acquistare prodotti e servizi solo dalle realtà più innovative del mercato.

Il ruolo degli intermediari

In un futuro fatto di piattaforme e strumenti digitali, ci sarà tuttavia ancora spazio per gli intermediari assicurativi. Il 63% dei clienti, a tal proposito, è convinto che il ruolo di agenti e broker potrà essere valorizzato e rafforzato dall'utilizzo di questo genere di soluzioni. La stessa convinzione pervade anche la categoria dei professionisti delle polizze: il 97,5% degli intermediari intervistati crede, del resto, che un agente non è un semplice venditore, ma un consulente che è innanzitutto chiamato a creare empatia con il cliente e stabilire una relazione di fiducia con l'assicurato. La rivoluzione digitale diventa pertanto uno dispositivo per fare in maniera diversa (magari meglio) quello che finora era stato fatto con strumenti tradizionali. In quest'ottica, gli intermediari vedono come priorità l'esigenza di rafforzare la relazione con la propria clientela (79%). Indietro si piazzano l'allargamento della raccolta premi verso nuovi assicurati (52%) o attraverso il ricorso a nuovi prodotti e servizi (22%). Le richieste degli intermediari si concentrano dunque sul miglioramento della relazione con la clientela. Già oggi, per esempio, l'86% utilizza soluzioni digitali per attività di assistenza. E ancora più ampio, secondo la maggioranza del campione, sarà il ricorso a questi strumenti nel prossimo futuro. L'84% prevede l'utilizzo di strumenti di analisi per la ricerca di nuovi clienti, mentre il 79% confida in soluzioni utili a rispondere in tempo reale alla clientela, a gestire le comunicazioni e consentire la vendita di prodotti.

Giacomo Corvi

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

LA FORZA DEGLI INTERMEDIARI

7 OTTOBRE 2021 | 9:00 - 17:00

Palazzo delle Stelline - Corso Magenta, 61 - Milano



Nella ricerca di nuovi modelli di business da parte delle compagnie, gli intermediari si confermano come referente centrale per una relazione di qualità con il cliente e per la proposizione di un'offerta assicurativa evoluta.

Il convegno ha l'obiettivo di definire il valore di un canale distributivo che, tra bisogno di efficienza, di semplificazione, di maggiori competenze e proattività commerciale, è condotto a fare leva su tutti i suoi punti di forza per distinguersi in uno scenario competitivo sempre più complesso.

Il convegno si propone di analizzare:

- I punti di forza degli intermediari
- Problematiche e nodi da sciogliere per l'evoluzione della categoria
- Lo scenario competitivo e il contributo dei diversi canali distributivi
- La nuova fisionomia del cliente
- Normativa e tutela del cliente: l'importanza della semplificazione
- La collaborazione (o competizione) tra canale fisico e canale digitale
- Compagnie assicurative e capacità distributiva: quale contributo dagli intermediari?
- L'evoluzione del modello distributivo, dalla gestione dei dati alla proattività commerciale
- I nuovi parametri del rapporto tra compagnie e intermediari
- Formazione e iniziative per l'evoluzione del concetto di consulenza
- Tecnologia, servizio e competenze: come distinguersi dal resto del mercato

ISCRIVITI ALL'EVENTO CLICCANDO QUI



Main sponsor



Official sponsor



PROGRAMMA

09.00 – 09.30	■	REGISTRAZIONE
09.30 – 09.50	■	QUALE RILEVANZA PER LE RETI AGENZIALI? - Giorgio Loli, manager mercato finanza di Scs Consulting
09.50 – 10.10	■	TECNOLOGIA E INTERMEDIARI: COME VINCERE LA SFIDA DEL FUTURO - Andrea Balestrino, direttore commerciale di Prima Assicurazioni
10.10 – 10.30	■	STRATEGIE PER LO SVILUPPO DELLA CAPACITÀ DISTRIBUTIVA - Luca Filippone, direttore generale di Reale Mutua - Alberto Tosti, direttore generale di Sara Assicurazioni
10.30 – 10.50	■	LA CENTRALITÀ DEGLI INTERMEDIARI NEL MODELLO DI SERVIZIO AL CLIENTE - Lorenzo Sapigni, direttore generale per l'Italia di Cgpa Europe rappresentanza generale per l'Italia
10.50 – 11.10	■	CLIENTI E INTERMEDIARI ALLA RICERCA DI UN'OFFERTA ADEGUATA E COERENTE - Antonio Pinto, dirigente di Conconsumatori
11.10 – 11.30	◆	Coffee break
11.30 – 12.45	■	Tavola Rotonda – LA TUTELA DEL CLIENTE TRA NORMATIVA E NUOVI SCENARI COMPETITIVI - Vincenzo Girasola, presidente di Anapa Rete ImpresAgenzia - Luca Franzi De Luca, presidente di Aiba - Claudio Demozzi, presidente di Sna - Umberto Guidoni, co-direttore generale di Ania - Roberto Novelli, responsabile ufficio segreteria di presidenza e del consiglio di Ivass - Luigi Viganotti, presidente di Acb
12.45 – 13.00	◆	Q&A
13.00 – 14.00	◆	Pausa pranzo
14.00 – 14.20	■	L'EVOLUZIONE DELLA COOPERAZIONE TRA COMPAGNIA E RETE AGENZIALE - Michele Colio, head of retail distribution di Zurich Italia - Enrico Olivieri, presidente del gruppo agenti Zurich
14.20 – 14.40	■	SOLUZIONI PER NUOVI BISOGNI DI PROTEZIONE - Vincenzo Latorraca, amministratore delegato di Global Assistance
14.40 – 15.20	■	Tavola Rotonda – OPERATIVITÀ, GESTIONE DEI DATI, COMPETENZE: COME SONO CAMBIATI GLI INTERMEDIARI? - Massimo Agrò, direttore rete agenti di Axa Italia - Ennio Busetto, presidente dell'Associazione agenti Allianz - Laura Puppato, vice presidente di Agit - Enzo Sivori, comitato dei presidenti di Aua
15.20 – 15.40	■	PREVENDITA E RAPPORTO CON IL CLIENTE, IL SUPPORTO DELLA TECNOLOGIA INNOVATIVA - Matteo Tagliabracci, amministratore di Netlevel
15.40 – 16.00	■	LA GESTIONE DELLA RETE SECONDARIA - Dario Piana, presidente del Comitato dei gruppi agenti di Sna - Sebastiano Spada, presidente di Ulias
16.00 – 16.30	■	LA CONSULENZA DI VALORE - Michele Anzalone, direttore generale di Area Broker & QZ - Roberto Conforti, presidente di Uea - Ezio Peroni, responsabile distribution di Alleanza Assicurazioni - Angela Rebecchi, general manager, QBE SA/NV, Rappresentanza Generale per l'Italia
16.30 – 16.50	■	SOCIAL SELLING PER ASSICURATORI - Gianluigi Bonanomi, formatore
16.50 – 17.00	◆	Q&A
17.00	◆	Chiusura lavori