

## PRIMO PIANO

### Ecco gli IC Awards

Appuntamento fissato per il 30 novembre prossimo a Milano, quando in occasione del decimo compleanno di Insurance Connect si terrà la prima edizione degli Insurance Connect Awards, l'assegnazione dei premi alle eccellenze del settore assicurativo che si sono distinte nel 2021 per strategie competitive, lungimiranza e innovazione, progetti e iniziative di valore, evoluzione dell'offerta, capacità di vicinanza al cliente. Coinvolto tutto il settore: dalle compagnie agli intermediari, ma anche i fornitori di servizi, terze parti e gestori del rischio.

Gli Insurance Connect Awards premieranno chi, ognuno nel proprio comparto, si è distinto per il miglior contributo al progresso del settore assicurativo. Per partecipare alla selezione è necessario inviare la candidatura compilando il form a questo indirizzo: <https://bit.ly/candidatura-IC>

Le candidature e i progetti saranno analizzati da una giuria di esperti, dalla redazione di Insurance Connect e attraverso alcuni sondaggi mirati. Le categorie individuate sono 20; alcune prevedono anche sottocategorie per un totale di 37 selezioni. La partecipazione mediante candidatura è totalmente gratuita, la scadenza per la presentazione è il 24 ottobre 2021. Clicca qui per avere tutte le informazioni e scaricare il regolamento dettagliato.

Per tutte le info:  
[awards@insuranceconnect.it](mailto:awards@insuranceconnect.it)

## MERCATO

### Sviluppo e sostenibilità: dove investire per il rilancio del Paese

**Investimenti, strategie Esg, ma anche la forza degli investitori istituzionali, delle assicurazioni private e dei fondi di previdenza. C'è tanto da cui ripartire, sperando che la pandemia sia giunta davvero alle battute finali. Di questo, e molto altro, si è discusso al Salone del risparmio, il grande evento di Assogestioni, conclusosi venerdì scorso, a Milano**

Dove eravamo rimasti? Dopo un anno di stop, causa pandemia, il Salone del risparmio di Milano, molto partecipato nella sua nuova forma ibrida online e in presenza, ha dato un'iniezione di fiducia per la ripresa del Paese, nella speranza, sempre più concreta, di una rapida uscita dall'esperienza pandemica.

Dopo un anno di rinvii e cancellazioni, la tre giorni di Assogestioni ha ospitato tanti workshop ed eventi, caratterizzati da una grande varietà di temi trattati, e tuttavia tutti (o quasi) sulla scia di due parole chiave: sviluppo e sostenibilità.

"L'industria del risparmio gestito ha retto all'impatto della pandemia, prendendosi cura del risparmio degli italiani. Bisogna continuare ad attenuare gli effetti del Covid-19 sul nostro mondo", ha detto il presidente di Assogestioni, **Tommaso Corcos**, parlando dal palco principale, in apertura dell'evento.

#### MANTENERE LA ROTTA

Per "attenuare gli effetti del Covid-19 e rilanciare l'economia", il risparmio degli italiani deve diventare il grilletto della pistola dello starter. "L'industry - ha ricordato Corcos - ha affrontato grandi cambiamenti nelle modalità con cui si fa business. Abbiamo saputo mantenere la rotta consolidando un decennio di crescita patrimoniale, anche grazie ai governi e alle banche centrali".

(continua a pag. 2)



Tommaso Corcos, presidente di Assogestioni



### INSURANCE REVIEW È SU TWITTER

Seguici cliccando qui



(continua da pag. 1)

Il Next Generation EU, a regime, libererà più di 1000 miliardi, ma da solo non sarà sufficiente per dare all'Italia quella crescita solida e continuativa che serve per le sfide dei prossimi anni.

L'Italia può dirsi pienamente un attore importante del mercato del risparmio gestito, con più di 2.500 miliardi di euro (raccolta netta a 15 miliardi), in un anno in cui si è toccato il record di 92mila miliardi di masse globali in gestione, di cui oltre 25mila miliardi solo in Europa. Protagonisti gli investitori istituzionali: assicurazioni e fondi di previdenza hanno quadruplicato le loro masse in 10 anni.

Resta aperta la sfida della redditività, nonostante "il grande lavoro sul cost income", ha rivendicato Corcos. "Le operazioni di M&A sono ai massimi dal 2007, segno della volontà del mercato di crescere", ha chiosato.

## COSA VUOL DIRE DAVVERO ESG

Dopo lo sviluppo, l'altro filo conduttore, si diceva, è stato la sostenibilità, che nel campo degli investimenti vuol dire soprattutto una cosa: Esg. Spazio allora al secondo Rapporto Censis-Assogestioni, presentato al Salone, in cui si evince che il 63% degli investitori italiani conosce gli strumenti Esg, ma in tanti temono il cosiddetto green washing, cioè quella pratica che fa apparire Esg compliant uno strumento finanziario, un titolo o un'azienda che in realtà non lo sono. Per l'84% di chi ha risposto alle domande, servono regole condivise a livello europeo, per identificare i prodotti finanziari green autentici.

Per la maggioranza degli italiani, investire in modo responsabile significa soprattutto tutelare l'ambiente: per il 52,1% il criterio ambientale si conferma come il più importante, mentre solo il 26,2% indica il sociale e il 21,7% la governance. Per i consulenti finanziari è ancora più netta la tendenza: per il 90,7% l'ambito Esg più attrattivo per la clientela è quello ambientale, mentre quello sociale è solo il 6,3% e la governance interessa a un misero 3% degli italiani.

## FIDUCIA PER LA CONSULENZA

Ma ancor prima che sui contenuti, la relazione fra cliente e consulente si basa sulla fiducia. "Stiamo parlando di un valore universale, senza il quale è impossibile svolgere qualsiasi tipo di attività", ha affermato **Sergio Sorgi**, fondatore di **Progetica**, durante un workshop del Salone. "Parlare di fiducia è importante – ha proseguito – perché è proprio la fiducia il primo fattore di scelta di un consulente finanziario". Ecco perché, a detta di Sorgi, la fiducia deve diventare parte centrale di un progetto di crescita.

In questo contesto, il consulente deve favorire la formazione del cliente, analizzare insieme i suoi bisogni e condurlo verso la soluzione che soddisfa al meglio le sue necessità. Spazio per eventuali conflitti di interesse non c'è. Anche perché, secondo Sorgi, "il conflitto di interesse è una scelta: non può esserci conflitto di interesse se decidiamo di operare a favore del cliente". Così facendo, sarà possibile anche sviluppare ulteriormente il mercato della consulenza finanziaria.

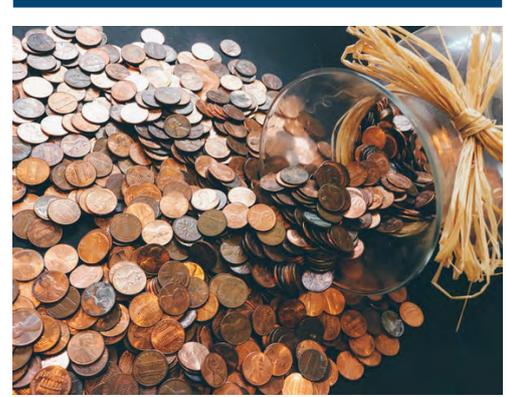
## LA TENUTA DEL SISTEMA PREVIDENZIALE

L'altra gamba del risparmio è la previdenza. Il sistema previdenziale ha retto bene alla crisi del coronavirus, ha ricordato **Alberto Brambilla**, presidente del centro studi e ricerche **Itinerari Previdenziali**, in apertura di una sessione dedicata al sistema previdenziale. "Il pilastro pubblico – ha proseguito – è sostanzialmente in equilibrio e i fondi di previdenza complementare hanno registrato patrimoni, flussi e iscritti in aumento". Certo, alcune difficoltà ci sono, come il rapporto fra attivi e pensionati in leggero deterioramento. Ma le prospettive restano positive e, secondo i numeri illustrati da Brambilla, il disavanzo del sistema previdenziale pubblico tornerà nel 2022 (massimo nel 2023) a livelli simili a prima del coronavirus.

Tutto bene, dunque? Non proprio, perché assistenza e sanità sono tutt'altro che in equilibrio. Brambilla, a tal proposito, ha evidenziato che "gli esborsi per sanità e assistenza hanno sfiorato quota 220 miliardi di euro, tutti fondi a carico della fiscalità generale". Male anche sul fronte dell'occupazione, con l'Italia che si conferma fanalino di coda dei Paesi Ocse. "Il tasso di occupazione si ferma al 58%, le donne sono addirittura ferme al 51%: dobbiamo sfruttare il Pnrr – ha concluso Brambilla – per recuperare occupazione e rendere più sostenibile il sistema previdenziale".

## PRIMA PROTEGGERE, POI INVESTIRE

L'attuale scenario ha ulteriormente rafforzato la propensione al risparmio degli italiani. I prodotti assicurativi quindi rappresentano una proposta d'investimento efficace per venire incontro alle emergenti esigenze dei risparmiatori. La propensione al risparmio è salita dal 30% del 2019 al 41% previsto per il 2021. (continua a pag. 3)



Giorgio De Rita, segretario generale del Censis

(continua da pag. 2)

Oltre il 30% dell'aumento della ricchezza finanziaria degli italiani è stato catturato dai prodotti vita. Secondo **Alberto Vacca**, chief business and investment officer di **Aviva** in Italia, "il risparmiatore è più consapevole e ha più coscienza di quelli che sono i costi dei prodotti finanziari a cui può avere accesso. Ciò che manca è la cultura finanziaria per investire in modo opportuno". Ma il tema è anche, per gli assicuratori, quello di ripensare ai modelli di servizio. "Per mettere davvero il cliente al centro – ha detto **Federica Orsini**, principal presso la practice di wealth and asset management di **Prometeia** – le compagnie devono avere una conoscenza dei bisogni e nello stesso tempo predisporre dei piani di protezione". Sempre secondo Orsini, per spingere le famiglie a liberare liquidità occorre ragionare per obiettivi: in primis proteggere il patrimonio, e poi investire. È guidando la consapevolezza dei clienti che i consulenti in questo modo possono svolgere un efficace lavoro di educazione finanziaria.

#### COME SOSTENERE L'ECONOMIA REALE

L'evoluzione del tema della protezione, tramite investimenti diversificati, contribuirà a risollevarne l'economia italiana? Ne hanno parlato l'economista **Carlo Cottarelli** e **Mario Cuccia**, presidente del cda di **Eurovita**, mettendo in luce i punti centrali del Pnrr e le opportunità per le compagnie assicurative.

Cottarelli ha spiegato che la logica sottesa al Pnrr è far

crescere la dotazione di capitale in circolazione per aumentare la produttività pro capite: "bisogna fare in modo – ha detto – che in Italia sia più facile fare investimenti reali, al momento scoraggiati da fattori come la burocrazia elevata e la lentezza della giustizia". Come investitori, le compagnie assicurative "non sono ancora viste come meriterebbero, e possono giocare un ruolo centrale, ma molto di ciò che possono fare dipenderà anche dalla regolamentazione Ue".

Secondo Mario Cuccia, il tema previdenziale dovrebbe essere considerato dalle persone allo stesso modo del tema salute. "I giovani – ha spiegato – rischiano di avere una classe di anziani da accudire e trovarsi con pensioni misere perché non si è saputo pianificare". Questo chiama in causa le reti, che devono saper trasmettere al cliente l'importanza strategica aspetti delicati come questo.



Carlo Cottarelli

**Fabrizio Aurilia**  
**Giacomo Corvi**  
**Beniamino Musto**

**QBE. Siamo pronti.**

## Il rischio climatico in Italia e gli sviluppi nel mercato assicurativo

Webinar, 21 Settembre, 11.00 - 12.00 (CET)

Se sei un intermediario registrati qui

Made possible  


## I giovani a portata di rete e... assicurazioni

**Le nuove generazioni sono più sensibili al tema della protezione e del risparmio, consapevoli che non avranno lo stesso sostegno istituzionale dei loro genitori. Per intercettarne l'interesse è però necessario utilizzare strumenti a loro vicini, come la rete**

I giovani, che qui intendiamo per la fascia di popolazione che va dai 18 ai 35 anni, sono un target fondamentale per il mondo assicurativo. Il settore bancario se ne è già accorto. Secondo le stime di **Excellence Consulting**, c'è un patrimonio di 150/200 miliardi di euro che passerà di generazione nei prossimi dieci anni. Si tratta di cospicue ricchezze, non solo finanziarie ma anche patrimoniali, dalla casa, agli investimenti finanziari, all'impresa, che saranno gestite dagli eredi degli attuali clienti delle compagnie. I giovani, a differenza di come si pensa comunemente, hanno una forte propensione al risparmio e alla tutela del proprio futuro. I più previdenti e informati di essi sono consapevoli della necessità di rivedere il sistema di welfare del nostro Paese, per cui sanno già che probabilmente non godranno delle pensioni e dell'assistenza dei loro genitori e dei loro nonni. Questa volontà di salvaguardare il proprio futuro emerge anche dalla nostra ricerca *Il segmento giovani: capacità di risparmio, strumenti di pagamento e prodotti di investimento*, effettuata a inizio 2021 su 300 giovani tra i 25 e i 34 anni, rappresentativi della popolazione italiana per sesso e area geografica.

Le compagnie assicurative dispongono di più contesti per intercettarli. Secondo gli osservatori sul loro comportamento nella rete, essi hanno sviluppato una notevole

tendenza a seguire eventi su piattaforme digitali. Perché non organizzare e incentivarli a partecipare a eventi a loro specificamente dedicati con il duplice scopo di educarli al mondo assicurativo e di proporre loro delle polizze mirate? Questi eventi online consentono anche l'acquisizione dei dati non solo del giovane potenziale cliente, di oggi e di domani, ma anche, se possibile, della sua famiglia e del suo network di relazioni. Non si trascurino gli strumenti più tradizionali. Penso a **LinkedIn**, utilizzata dai professionisti, ma anche dai giovani, spesso di formazione superiore quindi maggiormente pronti e sensibili a recepire proposte assicurative, facilmente raggiungibili tramite la piattaforma di navigazione intelligente del social network. Infine, saranno sempre più fondamentali nel futuro i nuovi robo-advisor, basati sui sistemi di intelligenza artificiale, capaci di proporsi proprio tramite i social e in generale i canali digitali ai clienti più giovani. Basta guardare cosa sta succedendo sul mercato americano, dove questa è ormai diventata la strategia adottata dai principali player bancari e assicurativi per creare una relazione con i giovani.

**Maurizio Primanni,**  
ceo di Excellence Consulting

### INSURANCE REVIEW È SU LINKEDIN

Segui la pagina



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

# 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	■	<b>REGISTRAZIONE</b>
09.30 – 09.50	■	<b>QUALE RILEVANZA PER LE RETI AGENZIALI?</b> - Giorgio Loli, manager mercato finanza di Scs Consulting
09.50 – 10.10	■	<b>TECNOLOGIA E INTERMEDIARI: COME VINCERE LA SFIDA DEL FUTURO</b> - Andrea Balestrino, direttore commerciale di Prima Assicurazioni
10.10 – 10.30	■	<b>STRATEGIE PER LO SVILUPPO DELLA CAPACITÀ DISTRIBUTIVA</b> - Luca Filippone, direttore generale di Reale Mutua - Alberto Tosti, direttore generale di Sara Assicurazioni
10.30 – 10.50	■	<b>LA CENTRALITÀ DEGLI INTERMEDIARI NEL MODELLO DI SERVIZIO AL CLIENTE</b> - Lorenzo Sapigni, direttore generale per l'Italia di Cgpa Europe rappresentanza generale per l'Italia
10.50 – 11.10	■	<b>CLIENTI E INTERMEDIARI ALLA RICERCA DI UN'OFFERTA ADEGUATA E COERENTE</b> - Antonio Pinto, dirigente di Confconsumatori
11.10 – 11.30	◆	Coffee break
11.30 – 12.45	■	<b>Tavola Rotonda – LA TUTELA DEL CLIENTE TRA NORMATIVA E NUOVI SCENARI COMPETITIVI</b> - 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	■	<b>L'EVOLUZIONE DELLA COOPERAZIONE TRA COMPAGNIA E RETE AGENZIALE</b> - Michele Colio, head of retail distribution di Zurich Italia - Enrico Olivieri, presidente del gruppo agenti Zurich
14.20 – 14.40	■	<b>SOLUZIONI PER NUOVI BISOGNI DI PROTEZIONE</b> - Vincenzo Latorraca, amministratore delegato di Global Assistance
14.40 – 15.20	■	<b>Tavola Rotonda – OPERATIVITÀ, GESTIONE DEI DATI, COMPETENZE: COME SONO CAMBIATI GLI INTERMEDIARI?</b> - 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	■	<b>PREVENDITA E RAPPORTO CON IL CLIENTE, IL SUPPORTO DELLA TECNOLOGIA INNOVATIVA</b> - Matteo Tagliabracci, amministratore di Netlevel
15.40 – 16.00	■	<b>LA GESTIONE DELLA RETE SECONDARIA</b> - Dario Piana, presidente del Comitato dei gruppi agenti di Sna - Sebastiano Spada, presidente di Ulias
16.00 – 16.30	■	<b>LA CONSULENZA DI VALORE</b> - 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	■	<b>SOCIAL SELLING PER ASSICURATORI</b> - Gianluigi Bonanomi, formatore
16.50 – 17.00	◆	Q&A
17.00	◆	Chiusura lavori