

PRIMO PIANO

Rc auto, premio in calo

Prosegue il calo del premio medio Rc auto. Nel secondo trimestre del 2021, secondo la consueta indagine Iper dell'Ivass, il premio medio effettivo della polizza obbligatoria è diminuito del 5,9% su base annua, attestandosi a quota 360 euro. Il calo risulta in linea con la flessione registrata nello spesso periodo dello scorso anno (-5,4%) e in decisa accelerazione rispetto al -1,5% che era stato rilevato nel secondo trimestre del 2019. Nel dettaglio, l'istituto di vigilanza ha evidenziato che il 50% degli assicurati ha pagato meno di 324 euro e il 10% addirittura meno di 193 euro.

Il calo risulta particolarmente significativo in alcune province del Centro-Sud Italia: - 9,3% a Crotone, -8,4% a Roma, -8,3% a Palermo, -8,2% a Vibo Valentia e -8,1% a Catania e Prato. Sulla base di questi andamenti, calano anche le differenze territoriali, con il differenziale fra Napoli e Aosta che scende del 2,6% e arriva a 211 euro. Il 20,8% delle polizze stipulate nel secondo trimestre dell'anno prevede infine una riduzione del premio legata all'installazione della black box: il tasso di penetrazione della scatola nera risulta tuttavia in calo dell'1,2% su base annua, con una perdurante concentrazione del dispositivo nelle province che presentano tariffe superiori alla media di mercato.

Giacomo Corvi

INTERMEDIARI

Convention Helvetia, l'agente nel Dna della compagnia

Presentate in modalità ibrida, in presenza e online, le tante novità che attendono gli intermediari del gruppo in Italia. Nuove soluzioni commerciali, incentivazioni, ampliamento dell'ecosistema, nella strategia 20.25

Cultura, Dna e strategia si basano sulla figura dell'agente. Un'affermazione impegnativa, un impegno preciso del gruppo **Helvetia Italia**, un concetto ribadito più volte nel corso della convention Helvetia 20.25, dedicata al canale agenziale, che ha spaziato dalle visioni del mercato ai nuovi prodotti. Tante novità attendono gli intermediari di Helvetia, tra nuove soluzioni commerciali, recupero di attività che si svolgevano prima della pandemia e un ampliamento dell'ecosistema.

La convention, tenutasi a Milano in modalità ibrida, in presenza e online, si è aperta con l'intervento di **Roberto Lecciso**, ceo ad interim del gruppo Helvetia Italia, che ha fatto il punto sui trend e le previsioni di mercato; sottolineato le caratteristiche principali della strategia 20.25 e introdotto le implicazioni sul canale agenti, con un accenno alle principali iniziative.



Roberto Lecciso sul palco della convention

NUOVE DIREZIONI DELL'OFFERTA ASSICURATIVA

In una fase di forte ripresa globale, le enormi risorse disponibili messe in campo da banche centrali e governi si stanno concertando su tecnologia e infrastrutture. Non mancano tuttavia le incertezze, una su tutte ovviamente il corso della pandemia, ancora tutto da valutare. Il mondo sta anche affrontando la crisi delle commodity e i rischi inflazionistici di politiche monetarie ultraespansive.

Sostenibilità ambientale e digitalizzazione sono i due asset su cui punta l'Europa, con segnali positivi in Italia. Non ci sono mai state così tante risorse in campo dai tempi del Piano Marshall: oltre 190 miliardi di euro dal Pnrr per finanziare la ripresa.

"Nel settore assicurativo – ha ricordato Lecciso – offerta e servizio al cliente stanno prendendo nuove direzioni. Helvetia punta ad arricchire l'offerta tradizionale con piattaforme e prodotti complementari per definire meglio l'ecosistema. Si va verso cluster sempre più specifici di clientela, grazie al digital che supporta sia la proposizione commerciale sia l'efficienza operativa".

Sono quattro le priorità strategiche di Helvetia: *customer convenience, offerta ottimale, crescita redditizia, nuove opportunità*. L'obiettivo è lavorare sui clienti delle agenzie, offrendo soluzioni complementari, aumentando l'interazione, l'ascolto dei bisogni e la proposta di prodotti sempre più calibrati sulle loro esigenze.

RAMO AUTO, MERCATO DIFFICILISSIMO

Dopo la panoramica del cfo **Michelangelo Avello** sui risultati della compagnia, la parola è passata ai direttori delle aree tecniche danni, **Massimo Fedeli**, e vita, **Fabio Carniol**, che hanno basato i loro interventi sui nuovi prodotti correlati alle priorità strategiche del gruppo.

Nel ramo danni, dal 2018 al 2020, i numeri sono stati solo in crescita: +6% nel ramo auto, +19% nel non auto, +37% nel settore corporate, +52% nei rischi tecnologici e +37% nel ramo cauzioni. (continua a pag. 2)

(continua da pag. 1)

Nel settore auto, ha detto Fedeli, lo scorso anno è stato molto complesso anche dal punto di vista normativo, con il lavoro sul Preventivatore di **Ivass**, il contratto base e il Provvedimento 72. "Sconti tecnici e più flessibilità sono le armi che mettiamo a disposizione degli agenti", ha sottolineato, aggiungendo che grazie all'innovazione digitale Helvetia ha realizzato un sistema rapido di quotazione delle flotte.

Il piano per il 2022 prevede la progettazione di un nuovo prodotto motor "che svilupperemo insieme agli agenti", ha annunciato Fedeli. Ci saranno poi nuove tariffe per far fronte a un "mercato difficilissimo" e il lancio del nuovo prodotto **InMovimento Business**. Infine, il montesconto sarà suddiviso per tipologia di business.

TUTTE LE NOVITÀ DEL NON AUTO

Nel settore non auto, il piano per il prossimo anno prevede un rinnovo del prodotto casa **MyHome**, prodotto di alta gamma, modulare, che sarà affiancato da quello più economico chiamato **LaMiaCasa**; sarà poi rivisto il prodotto **InImpresa** e ci sarà l'avvio del progetto **Lps**, libera prestazione di servizi, che consentirà agli agenti di seguire i clienti e le aziende quando vanno all'estero: "si tratta di una novità importante, che in tanti ci chiedete, ma è un lavoro lungo che terminerà nel 2023", ha avvertito il direttore danni.

Per quanto riguarda la gestione sinistri, sia auto sia rami elementari, Helvetia punta ad automatizzare la stima del danno da microlesione, "così i liquidatori avranno più tempo da dedicare ad attività a valore aggiunto", ed estendere la perizia da remoto.

La compagnia, infine, chiede alla rete di continuare con l'impegno nella manutenzione del portafoglio, soprattutto nel ramo incendio, attività che gli agenti hanno molto contestato. I dati presentati da Fedeli, tuttavia, mostrano che sono state disdettate 276 polizze su 464 agenzie, cioè 0,6 polizze ad agenzia.

RAMO VITA, CACCIA AL RISPARMIO DELLE FAMIGLIE

Il ramo vita, di cui ha parlato Fabio Carniol, in un contesto di crescita (+43% nei primi sei mesi del 2021), continua a mantenersi positivo anche per gli agenti plurimandatari, le cui prospettive sono molto positive, secondo un recente studio di **Innovation Team** citata dal direttore tecnico. "Ci attendiamo che continuerà la crescita dei prodotti multiramo e unit linked – ha precisato Carniol –, le famiglie stanno aumentando l'appetito per il rischio e l'aspettativa di rendimento dopo un 2020 di risparmi". C'è un eccesso di liquidità sul mercato perché le famiglie si assicurano male, tenendo i soldi sul conto. "La quasi totalità delle famiglie con un patrimonio con più di 100mila euro afferma di voler rischiare di più", ha detto Carniol.

Sfogliando il catalogo prodotti, il direttore tecnico si è soffermato su **MultiPir**, "un contratto da proporre perché l'investimento è molto interessante su un orizzonte temporale di almeno cinque anni", e sulle grandi opportunità da cogliere nella protection: "molti clienti non considerano i prodotti Tcm e Ltc perché credono costino tanto – ha sottolineato Carniol – ma è anche vero che sei su dieci dicono di non aver ricevuto alcuna proposta commerciale".

Il programma per il 2022 prevede il lancio di un "prodotto Ltc molto innovativo, unico sul mercato", nuovi prodotti multiramo per il mercato affluente e "il rafforzamento dell'offerta del Pip Aequa".

L'AGENTE ASAP

A chiudere l'evento, prima della sezione di domande e risposte, il direttore marketing e distribuzione **Sandro Scapellato** ha parlato agli agenti, ringraziandoli, in primis, per l'attività "sempre in prima linea" anche nelle fasi più dure del Covid-19. "Il cliente – ha detto – è il patrimonio che dobbiamo proteggere".

Secondo Scapellato, l'offerta di Helvetia permette agli agenti di dare tutte le coperture di cui i clienti hanno bisogno: "se non basta – ha ricordato – c'è **Asap**, che vi permette di completare il servizio e rispondere alle necessità assicurative dei clienti". **Asap** è la piattaforma di collaborazione con la società di brokeraggio **Mediorischi**, "un'iniziativa da cui la compagnia non trae alcun guadagno", ha sottolineato Scapellato, ma che serve per aumentare la retention.

ARRIVANO NUOVE INCENTIVAZIONI

"Rete Helvetia – ha ribadito – è il cardine della nostra strategia e dobbiamo lavorare anche per rinnovarla, agevolando i passaggi generazionali". Sebbene i costi e le dinamiche del lavoro dell'intermediario siano peggiorate rispetto a 20 anni fa, servono agenzie che sostengano il modello di oggi: "faremo di tutto – ha assicurato Scapellato – per incrementare il portafoglio medio: daremo più risorse a quegli intermediari che hanno scelto di lavorare con noi in modo preponderante, ma serve un livello di servizio più adeguato".

Infine, Scapellato ha parlato delle incentivazioni, ricordando che durante il 2020 la compagnia ha deciso di slegarle dai profitti e dall's/p, premiando invece la nuova produzione auto e non auto, e permettendo così alle agenzie di disporre di un surplus di reddito certo e immediato. "Quest'anno – ha concluso – abbiamo aggiunto i rappel, i premi di redditività auto e non auto, e un'incentivazione specifica per Tcm e Ltc".

Alop (advance loss of profits) o Dsu

È un'assicurazione che va in associazione a una polizza contractors all risk e indennizza il committente di un'opera per perdite legate al ritardo nella fine dei lavori causato da danni coperti dalla Car stessa

Tipo di assicurazione facente parte dei cosiddetti rischi *engineering*, che copre l'eventualità in cui un evento dannoso assicurato da una polizza Car (*contractors all risks* o Tutti i rischi del costruttore), si traduca in un ritardo nella data prevista per l'inizio dell'attività oggetto del rischio assicurato. Per tale motivo, questo tipo di polizza è anche noto come Dsu (*delayed start up*).

In pratica, si tratta di una copertura danni indiretti (o *loss of profits*) applicata a una polizza Car anziché a una polizza incendio, che indennizza il committente o titolare di un progetto per le perdite subite a causa di un ritardo nel completamento delle opere assicurate, ove tale ritardo sia causato da un danno diretto coperto dalla polizza Car stessa.

Vengono indennizzate sia la perdita di profitto lordo causata dalla riduzione del giro d'affari dell'assicurato, sia le spese supplementari necessariamente e ragionevolmente sostenute per evitare o diminuire tale riduzione.

Poiché l'interesse protetto è solo quello del committente, l'appaltatore, i subappaltatori, i progettisti e gli altri soggetti usualmente appartenenti al novero degli assicurati in una polizza Car, non sono qui ammessi come beneficiari del contratto, a eccezione dell'eventuale istituzione finanziaria che avesse prestato copertura economica per il progetto stesso, alla quale il contratto risulterebbe vincolato.

Il periodo di assicurazione coincide con la durata di costruzione delle opere (incluso eventualmente il testing) e termina con il rilascio del Certificato di collaudo e l'inizio dell'attività prevista.

Il periodo di manutenzione è escluso (esistono anche coperture ad hoc specifiche per esso, chiamate Flop o Mlop, ma sono poco utilizzate)

Una copertura che interviene sulle esclusioni della Car

Nella maggior parte dei casi, la somma assicurata, che deve essere specificatamente indicata in polizza, corrisponde all'ammontare del profitto netto annuale del com-

mittente, addizionato delle spese fisse, oppure all'ammontare del volume annuo d'affari, previa detrazione dei costi variabili. Questi ultimi, infatti, non verrebbero sostenuti in caso di ritardo nella consegna delle opere.

Il tutto va rapportato al "massimo periodo di indennizzo" (espresso in mesi e anch'esso indicato in polizza, quale limite di copertura). Quest'ultimo inizia nel giorno previsto per la consegna delle opere e termina nel momento in cui l'attività oggetto del rischio assicurato abbia effettivamente avuto inizio.

È importante tenere conto del fatto che non è previsto alcun indennizzo per ritardi che non siano stati direttamente causati da un sinistro coperto dalla relativa polizza Car, inclusi i costi sostenuti per eventuali modifiche, rettifiche, migliorie e per la riprogettazione delle opere stesse (anche in seguito a danno indennizzabile).

Come avviene per tutte le coperture di questo tipo, la polizza Alop prevede tutte le esclusioni riportate nella Car corrispondente. Sono anche previste alcune estensioni tipicamente prestate nelle polizze *loss of profits*, come la "Garanzia fornitori", che copre l'eventualità in cui il ritardo nel completamento delle opere sia dovuto alla mancata consegna di determinati materiali, oppure l'"Interruzione imposta dalle Autorità", che prevede che – in seguito all'intervento dell'Autorità competente – il sito dei lavori non sia accessibile per un determinato periodo.

Anche in questo caso, e in linea con quanto accade in tutte le polizze *loss of profit*, è prevista una franchigia temporale. Viene infatti pattuito un certo numero di giorni prima che scatti il periodo di indennizzo e la copertura assicurativa abbia effetto.



Cinzia Altomare

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 28 settembre di www.insurancetrade.it – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577



MILANO, 30 NOVEMBRE 2021
19:00 - 23:30

INSURANCE CONNECT compie 10 anni e festeggia questa ricorrenza istituendo gli **INSURANCE CONNECT AWARDS**, l'assegnazione di premi alle eccellenze del settore assicurativo che si sono distinte nel 2021 per strategie competitive, lungimiranza e innovazione, progetti e iniziative innovative, evoluzione dell'offerta, capacità di vicinanza al cliente.

Per poter partecipare alla selezione è necessario inviare la candidatura compilando il form all'indirizzo: **<https://bit.ly/candidatura-IC>**

Per info: **awards@insuranceconnect.it**

SCARICA IL REGOLAMENTO COMPLETO

LA FORZA DEGLI INTERMEDIARI

7 OTTOBRE 2021 | 9:00 - 17:00

Palazzo delle Stelline - Corso Magenta, 61 - Milano

 **Insurance
Connect**



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



CONVEGNO

7 OTTOBRE 2021 | 9:00 - 17:00

LA FORZA DEGLI INTERMEDIARI

PROGRAMMA

09.00 – 09.30	■ REGISTRAZIONE
09.30 – 09.50	■ QUALE RILEVANZA PER LE RETI AGENZIALI? - Alessandra Dragotto, direttore di ricerca di Swg - Giorgio Lolli, 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 Confconsumatori
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 Franz 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 Colia, head of retail distribution di Zurich Italia - Enrico Ullivieri, 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