

## PRIMO PIANO

### Cyber, indagine sulle polizze

L'ivass ha pubblicato stamattina i risultati di un'indagine realizzata sul mercato delle polizze assicurative contro il rischio informatico, le cosiddette polizze cyber, offerte dalle imprese del settore a privati e piccole e medie imprese.

L'analisi, realizzata su un campione di 50 prodotti, evidenzia innanzitutto che "la diffusione di polizze cyber riguarda soprattutto le Pmi, mentre le coperture destinate a individui e famiglie sono meno sviluppate".

Le soluzioni dedicate alle imprese risultano "abbastanza articolate e mirano a proteggere le aziende contro i danni dovuti ad attacchi informatici, danni provocati a terzi per effetto dell'attacco subito, spese legali".

Le polizze per famiglie e individui si concentrano invece sui "danni conseguenti a furto o clonazione di carte di credito/debito e prepagate, furto di identità digitale, acquisti fraudolenti online". In qualche caso sono previsti anche servizi di consulenza psicologica a seguito di eventi traumatici come cyberbullismo e cyberstalking.

Alcuni contratti, spiega l'Ivass, "prevedono stringenti requisiti o condizioni per rendere il rischio assicurabile, che necessitano di essere ben compresi per valutare l'adeguatezza della copertura offerta".

Giacomo Corvi

## COMPAGNIE

### Groupama, continuità di lavoro con Agit

La recente nomina di Angelo Mangano al vertice della rappresentanza aziendale, secondo quanto auspica Roberto Trerotoli, chief distribution officer della compagnia, consentirà di proseguire lungo la via del dialogo instaurata con il precedente ufficio di presidenza. Tanti i temi sul tavolo del confronto fra impresa e gruppo agenti: l'accordo economico, il portafoglio prodotti, l'innovazione tecnologica e il reclutamento di nuovi collaboratori

Un cambio al vertice nel segno della continuità. È così che **Roberto Trerotoli**, chief distribution officer di **Groupama Assicurazioni**, interpreta la recente nomina di **Angelo Mangano** alla guida dell'**Agit**. "Desidero innanzitutto ringraziare l'ufficio di presidenza uscente, **Massimo Annesi**, **Dino Grotti** e **Laura Puppato**, per il gran lavoro svolto in questi anni", esordisce Trerotoli in questa intervista a *Insurance Daily*. "Quelli appena trascorsi – prosegue il manager – sono stati anni molto difficili, segnati inevitabilmente dalla pandemia di Covid-19, eppure nel confronto fra compagnia e rappresentanza degli agenti non sono mai mancati il dialogo, lo spirito di collaborazione, la trasparenza e, più in generale, l'impegno comune per giungere a soluzioni condivise. Siamo certi che con la nomina di Mangano si proseguirà lungo la stessa strada: si tratta di un ritorno al passato, considerato che l'agente di Roma era già stato presidente del gruppo agenti fra 2018 e 2021, che garantirà sicuramente – rimarca Trerotoli – la continuità di dialogo e confronto di questi anni".



Roberto Trerotoli, chief distribution officer di Groupama Assicurazioni

#### IL TAVOLO PER L'ACCORDO ECONOMICO

La compagnia mantiene la propria vocazione al dialogo. "Ogni mese abbiamo un incontro con l'ufficio di presidenza del gruppo agenti a cui partecipano, oltre al sottoscritto, anche l'amministratore delegato e direttore generale **Pierre Cordier** e il vice direttore generale **Philippe-Henri Burlisson**: penso che basti questo – dice Trerotoli – per comprendere il valore che diamo alla nostra rete distributiva". (continua a pag. 2)



è su Twitter

Seguici cliccando qui

(continua da pag. 1)

E non potrebbe essere altrimenti, visto che il 90% della raccolta della compagnia viene realizzato proprio dagli agenti. "Il nostro successo passa inevitabilmente dal successo dei nostri agenti", osserva il manager.

Il primo argomento di confronto sarà il rinnovo dell'accordo economico. "Sarà la prima cosa di cui discuteremo con il nuovo ufficio di presidenza: è un accordo che stiliamo ogni anno al quale non abbiamo ancora lavorato in attesa dei risultati del congresso elettivo, ma sono convinto – aggiunge Trerotoli – che, come sempre, riusciremo a trovare un accordo che soddisferà le esigenze di tutte le parti in causa".

### PRODOTTI PER IL MIX DI PORTAFOGLIO

Sono tanti gli elementi di confronto per una rete che conta circa 750 agenzie distribuite in maniera piuttosto omogenea su tutto il territorio nazionale. A cominciare dal rinnovamento di un catalogo dei prodotti che, negli intenti della compagnia, potrà contribuire a migliorare il mix di portafoglio. "Il nostro network distributivo scontava un certo sbilanciamento verso il ramo auto", dice Trerotoli. "Negli ultimi anni è stato fatto moltissimo per migliorare questa situazione, ad agosto abbiamo centrato una crescita del 5% su base annua nel ramo danni non auto e contiamo – aggiunge – di chiudere il 2023 con una quota del 57% nell'Rc auto".

Molto altro ancora può essere fatto dalla compagnia. "Abbiamo già lanciato un nuovo prodotto salute e a novembre presenteremo un'offerta per la casa in cui ci sarà la possibilità di sottoscrivere un modulo, vendibile anche singolarmente, dedicato completamente alla mobilità integrata", racconta Trerotoli. "Puntiamo poi moltissimo sul settore del welfare familiare e aziendale e per questo abbiamo implementato una piattaforma che garantirà agli agenti un contatto diretto con la direzione commerciale e la possibilità di ricevere anche supporto in fase di vendita".

### TECNOLOGIE PER L'ATTIVITÀ COMMERCIALE

Un grande spazio è poi riservato al tema dell'innovazione tecnologica e, più nel dettaglio, al contributo che questi strumenti possono dare per alleggerire il carico amministrativo e liberare tempo e risorse per la più stretta attività commerciale. "Abbiamo puntato subito sulla digitalizzazione, predisponendo per esempio strumenti per la dematerializzazione del quietanzamento e realizzando una libreria digitale in cui il cliente ha la possibilità di raccogliere online tutta la documentazione di cui ha bisogno", dice Trerotoli. Il manager si sofferma a lungo sulle polizze digitali. "Abbiamo lanciato il progetto della firma in Otp all'inizio del 2020, con il proposito di partire lentamente e far assimilare gradualmente la novità a tutta la rete: la pandemia ci ha però costretto a fare di necessità virtù e attualmente – spiega – il 65% dei nostri contratti è sottoscritto in digitale".

Altre novità attendono adesso la rete degli agenti di Groupama Assicurazioni. "Abbiamo sottoscritto un accordo con **Salesforce** e a breve lanceremo una nuova piattaforma di Crm: crediamo – continua Trerotoli – che questo sistema sarà di supporto agli agenti per fidelizzare i clienti e aumentare la propria quota di mercato attraverso la gestione dei lead forniti dalla compagnia".

### OBIETTIVO 300 NUOVI COLLABORATORI

Secondo Trerotoli, "gli agenti devono avere fiducia in questi nuovi strumenti, che hanno già dimostrato la loro utilità per alleggerire i carichi amministrativi e burocratici". E poi, soprattutto, devono avere più fiducia nella loro capacità imprenditoriale. "Per come la vedo io, gli agenti, oltre ad essere consulenti, devono essere manager e poter contare su una rete di collaboratori fidelizzata ed efficiente: è per questo motivo – prosegue – che stiamo investendo moltissimo nella ricerca di nuovi collaboratori".

Il target è piuttosto ampio: dal neofita del settore allo specialista in ambiti strategici come il vita, il welfare e la salute, passando per professionisti che hanno portafogli superiori ai 500mila euro. "Stiamo sostenendo i nostri agenti nella ricerca delle persone più indicate per il loro business, predisponendo aule di formazione per giovani e assistendoli nella ricerca effettiva del personale: lo scorso anno tutto questo impegno si è tradotto nel reclutamento di circa 250 persone, quest'anno – conclude Trerotoli – contiamo di centrare l'obiettivo di 300 nuovi ingressi nel nostro network distributivo".



## NORMATIVA

# Ivass: Pog, 15 aspettative dalle profonde implicazioni operative

**Secondo l'analisi di Sia Partners, le compagnie dovrebbero iniziare subito un processo di analisi e di verifica della corrispondenza del proprio modello operativo Idd alle attese del regolatore**

Il documento di consultazione **Ivass**, 8/2023, *Schema di lettera al mercato in materia di governo e controllo dei prodotti assicurativi (c.d. Pog) – aspettative dell'istituto*, in pubblica consultazione dal 6 ottobre scorso, rappresenta un significativo punto di svolta in ambito Idd, dalle profonde implicazioni operative.

Dall'entrata in vigore della Idd, le compagnie hanno lavorato alacremente per consolidare e ottimizzare i propri modelli operativi, definendo, de facto, *leading practices* condivise a livello di mercato. Ivass, nella sua attività ispettiva, ha tuttavia riscontrato significative carenze a livello sistemico, ritenendo quindi necessario "richiamare le imprese vigilate ad adottare tempestivamente corrette modalità di attuazione della normativa di riferimento".

Con la pubblicazione della lettera al mercato, l'authority, partendo dall'abituale approccio principle-based, traccia con chiarezza le proprie aspettative attraverso indicazioni speci-

fiche e dettagliate per i prodotti Ibips. Il documento in pubblica consultazione non si limita a chiarire e contestualizzare il tema del value for money, come da attese di settore, ma impatta su tutte le fasi del processo Pog, dalla definizione del target market al monitoraggio di prodotto. Inoltre, approfondisce il ruolo delle funzioni fondamentali e sottolinea la necessità di maggiore rigore nella formalizzazione e nell'aggiornamento continuativo di politiche, processi e procedure.

Ivass non si concentra esclusivamente sui prodotti Ibips, ma enfatizza che gli "stessi principi e finalità di tutela della clientela dovrebbero guidare l'applicazione delle norme Pog ai prodotti vita non Ibips e al business danni". L'istituto di vigilanza si attende, quindi, che le aspettative delineate nel documento in pubblica consultazione siano adeguatamente adattate, tenendo chiaramente conto delle specifiche peculiarità del mercato, anche ai prodotti non Ibips.

(continua a pag. 4)



## WEBINAR

# La polizza di Responsabilità Civile Prodotti: analisi di un prodotto complesso

2 crediti  
IVASS

Martedì 7 NOVEMBRE  
9.30 - 11.30

Corso gratuito

(continua da pag. 3)

## Target market, test e value for money

All'interno delle 15 aspettative definite dall'autorità di vigilanza, considerando il livello di maturità del mercato e i modelli operativi tipicamente adottati, possiamo identificare tre macro ambiti di indubbia rilevanza:

1. Target market (in particolare per i c.d. prodotti Mop – Multi option products);
2. Test e monitoring di prodotto;
3. Value for money lbips (v4m).

Circa l'identificazione del target market per i prodotti lbips, Ivass pone l'attenzione su due temi strettamente connessi: granularità e complessità. Nello specifico, la granularità delle variabili utilizzate nella definizione del target market deve essere proporzionale alla complessità del prodotto, opportunamente declinata secondo una dettagliata scala. Oltre a ciò, nel caso di prodotti Mop, l'authority richiede che il target market sia definito (almeno) per ognuna delle combinazioni d'investimento più significative all'interno di ciascuna classe di rischio di prodotto.

Il focus di Ivass sui prodotti Mop mira a ridurre il fenomeno del *misselling*. In tal senso, l'authority richiede al *manufacturer* di "valutare criticamente" la numerosità dei sottostanti, sia rispetto alle capacità gestionali della compagnia, che alle caratteristiche del target market per cui il prodotto è stato pensato. Ciò non solo impatta sulle logiche di definizione del target market, da individuare per ogni singola combinazione di investimento, ma anche (e soprattutto) sulla strategia di prodotto adottata della compagnia. Quest'ultima è infatti chiamata a rivedere la gamma dei Mop, riducendo il numero di prodotti caratterizzati da un numero eccessivo di sottostanti.

## Più prodotti monitorati

Anche in merito alle attività di test e monitoraggio, le attese di Ivass sembrano discostarsi significativamente dalle *leading practices* di mercato. Il documento in pubblica consultazione indica che:

- le attività di test devono essere effettuate con specifico riferimento al target market. Per i prodotti Mop, pertanto, i test sono da svolgere a livello di combinazione d'investimento e non solo a livello complessivo di prodotto;
- le compagnie, a prescindere dalla data di commercializzazione del prodotto, sono chiamate a svolgere un'attività di revisione periodica dello stesso. Così facendo, Ivass allarga, de iure, il perimetro dei prodotti oggetto di monitoraggio/revisione, includendo anche i prodotti fuori collocamento, per i quali attualmente l'attività di monitoraggio è prevista solo "qualora si fossero verificati eventi di natura eccezionale, distor-

sivi del mercato e suscettibili di pregiudicare il cliente" (lettera al mercato Ivass del 4 settembre 2017).

Per quanto riguarda il v4m, Ivass ha ulteriormente evoluto la metodologia<sup>1</sup> **Eiopa**, valorizzando anche il collegamento tra target market e calcolo del v4m. Nello specifico, secondo l'authority, un prodotto deve generare valore per il cliente in maniera assoluta (e non solo in termini relativi, rispetto ai prodotti omologhi offerti sul mercato) e i parametri assoluti utilizzati devono essere coerenti con le caratteristiche del target market.

## Le compagnie lavorino da subito

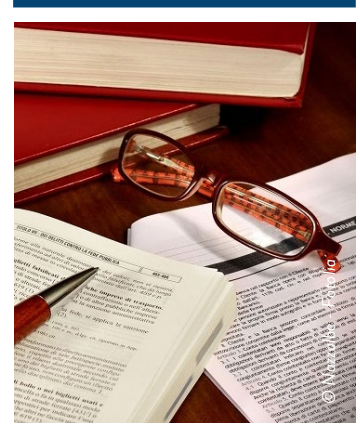
Non meno impattante l'aspettativa circa la componente qualitativa del modello v4m. Secondo Ivass, le sole componenti qualitative utilizzabili sono quelle legate alle caratteristiche di prodotto e strettamente correlate con il target market di riferimento. Non sono quindi impiegabili per il calcolo del v4m elementi tipicamente considerati, quali, ad esempio, la *brand reputation* e il livello di solvibilità della compagnia.

In ultimo, Ivass pone particolare enfasi sul ruolo svolto dalle funzioni fondamentali: esse, ciascuna nella propria area di competenza, devono essere pienamente integrate nel processo Pog, convalidando le attività svolte dalle unità operative mediante una verifica completa e autonoma.

Il mercato ha tempo fino al 6 novembre per inviare all'authority eventuali osservazioni, commenti e proposte: considerando il ristretto tempo di consultazione e le profonde implicazioni operative, le compagnie da subito dovrebbero iniziare, secondo il nostro punto di vista, un processo di analisi e di verifica della corrispondenza del proprio modello operativo ldd alle sopra indicate aspettative Ivass.

**Federico Baluardi**, senior consultant;  
**Ciro Facciolla**, insurance practice lead;  
e **Emanuele Tarsi**, manager, di Sia Partners

<sup>1</sup> Tra le principali novità rientrano: (i) conduzione di analisi non solo alla fine del periodo di detenzione raccomandato (Rhp), ma anche su altri orizzonti temporali rilevanti; (ii) considerazione dei propri dati di portafoglio; (iii) revisione del criterio di determinazione del Rhp; (iv) conduzione di analisi su scenari finanziari in ipotesi di stress.



## 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)

## CATASTROFI NATURALI E ASSICURAZIONI: DISTRICARSI NEL LABIRINTO DELL'EMERGENZA

Martedì 7 novembre 2023 h 10.00 - 12.30  
Monte Carlo Bay | Insurance Connect Tv



REGISTRATI  
GRATUITAMENTE  
CLICCANDO QUI

h 10.00 - 11.00 **Tavola rotonda**

**In equilibrio fra le tempeste del clima: il ruolo del ramo property**

**Luigi Baccaro**, Claims Director Sara

**Alessandro Belluscio**, Agente Generale Procuratore UnipolSai

**Ellen Bertolo**, Head of Claims Aon Italia

**Maria De Fusco**, Presidente WIN Women in Insurance Network

**Sergio Ginocchietti**, Coordinatore Gruppo Lavoro White Paper Cineas

**Aurelio Vaiano**, Presidente AIPAI

h 11.00 - 11.15

**Un lavoro di squadra**

**Claudio Demozzi**, Presidente SNA

h 11.15 - 12.15 **Tavola rotonda**

**CatNat: nuovi sviluppi nella gestione dei sinistri e delle emergenze**

**Titti De Spirt**, AD WIN Wholesale Insurtech Network

**Giuseppe Degradi**, MD Charles Taylor Adjusting

**Lorenzo Scarabellotto**, Coordinatore Sinistri Catastrofali Europa FM Global

**Renato Vecchio**, Direttore Assicurativo e Risk Management Benpower

**Luigi Viganotti**, Presidente ACB

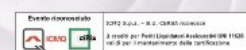
h 12.15 - 12.30

**Contesti inediti e armonizzazione degli interventi**

**Massimo Michaud**, Presidente Cineas

Moderatrice: **Maria Carolina Balbusso**,

Responsabile Marketing e Comunicazione Benpower



XXI CONVEGNO BENPOWER

## L'RC AUTO TRA NECESSITÀ DI RIFORME E ASPETTATIVE DEI CONSUMATORI

9 NOVEMBRE 2023 | 9:00 - 17:00

Palazzo delle Stelline - Corso Magenta, 61 - Milano



Tecnologia, approccio data-driven, controllo del rischio e prodotti mirati. Sono tutti fronti su cui il settore assicurativo sta sviluppando strategie con l'obiettivo di migliorare le attività di sottoscrizione, governare i costi, fornire risposte di qualità alle esigenze dei clienti.

Il comparto auto, così come emerge dal costante confronto tra settore assicurativo e istituzioni, continua però a soffrire a causa di meccanismi di gestione che richiedono interventi legislativi capaci di tener conto delle mutate condizioni di mercato e degli squilibri che queste provocano sulla tenuta del sistema.

Nel futuro dell'RC auto restano quindi le richieste di riforma, ma anche tutte le opportunità che l'assicurazione può cogliere grazie alla valorizzazione delle informazioni e all'ottimizzazione dei processi. Per raggiungere nuovi traguardi, in uno scenario della mobilità in costante evoluzione, servono soprattutto nuovi modelli di business, partnership con soggetti esterni al settore e capacità di declinare l'innovazione sulla componente di servizio.

### Il convegno si propone di analizzare:

- *Lo scenario di mercato e il peso dell'inflazione: come contenere i costi dell'Rc auto?*
- *Gli interventi legislativi necessari alla tenuta del sistema*
- *Compagnie data-driven: opportunità colte e potenzialità per ottimizzare la profittabilità del comparto e la relazione con il cliente*
- *Strumenti per il controllo del rischio*
- *Il ruolo degli intermediari e delle compagnie nel processo di pricing*
- *Servizi innovativi e aspettative dei clienti*
- *Il percorso per lo sviluppo degli ecosistemi della mobilità: strategie, partnership, nuovi modelli di business*
- *Gestione dei sinistri: capacità organizzativa, tecnologie, modelli operativi e di servizio*

Main sponsor



## PROGRAMMA

Modera: Maria Rosa Alaggio, direttore di Insurance Trade e Insurance Review

09.00 – 09.30

■ **REGISTRAZIONE**

09.30 – 10.10

■ **APPROCCIO DATA-DRIVEN: COME CAMBIA L'ASSICURAZIONE AUTO?**

- Marco Cuffia, direttore tecnico danni di Reale Mutua Assicurazioni
- Enzo di Puma, chief operating officer di Axa Italia
- Nino Savelli, ordinario di teoria del rischio presso l'Università Cattolica di Milano
- Virginia Scarabattoli, head of advanced analytics di Generali Italia

10.10 – 10.30

■ **DATA DRIVEN CLAIMS: LE NUOVE FRONTIERE DEL SERVIZIO AL CLIENTE**

- Filippo Sirotti, senior director offering development Insurance Market di Crif

10.30 – 10.50

■ **DALLA TELEMATICA ALLA NUOVA MOBILITÀ: IL RUOLO DEGLI INTERMEDIARI E DELLE COMPAGNIE NEL PROCESSO DI PRICING**

- Stefano Sardara, presidente e amministratore delegato di Acrisure Italia

10.50 – 11.10

■ **CUSTOMER EXPERIENCE E OTTIMIZZAZIONE DEI PROCESSI DI GESTIONE DEL SINISTRO**

- Intervento a cura di Sogesa

11.10 – 11.30

◆ Coffee break

11.30 – 12.45

■ **TAVOLA ROTONDA – L'RC AUTO TRA NECESSITÀ DI RIFORME E ASPETTATIVE DEI CONSUMATORI**

- Fabiola Cipolloni, titolare del servizio stanza di compensazione e ruolo periti assicurativi di Consap
- Antonio De Pascalis, capo del servizio studi e gestione dati di Ivass
- Umberto Guidoni, co-direttore generale di Ania
- Paolo Martinello, presidente di fondazione Altroconsumo
- Enrico San Pietro, insurance general manager di UnipolSai

12.45 – 13.00

■ Q&A

13.00 – 14.00

◆ Lunch

14.00 – 14.40

■ **TAVOLA ROTONDA – LA MOBILITÀ DEL FUTURO: TECNOLOGIE, PARTNERSHIP E NUOVI SCENARI PER IL CLIENTE**

- Marco Cuffia, direttore tecnico danni di Reale Mutua Assicurazioni
- Gianfilippo Lena, amministratore delegato di Telepass Assicura
- Giacomo Lovati, chief beyond insurance di UnipolSai
- Massimiliano Mascoli, responsabile insurtech, business execution e affari internazionali di Sara Assicurazioni

14.40 – 15.00

■ **LE POTENZIALITÀ DELLA TECNOLOGIA, OLTRE L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE**

- Omar Oglia Badessi, responsabile factory di Atumtek Group
- Mario Manzi, responsabile R&D, innovation & mobile e prototipazione di Atumtek Group

15.00 – 15.20

■ **INTERFACCIABILI, MULTI-COMPAGNIA E DISPONIBILI IN MODALITÀ SAAS: LE PIATTAFORME IT CLEVER E PORTAL**

- Fabio Piras, direttore generale di MSA-Multi Serass e consigliere di MSA Mizar

15.20 – 15.30

■ **KEYNOTE SPEECH**

- Massimiliano Caradonna, senior vice president di Dekra Group

15.30 – 16.45

■ **TAVOLA ROTONDA – GESTIONE SINISTRI: TECNOLOGIE E MODELLI ORGANIZZATIVI PER CONCILIARE QUALITÀ DEL SERVIZIO E CONTENIMENTO DEI COSTI**

- Massimiliano Caradonna, senior vice president di Dekra Group
- Michele Grilli, direttore sinistri Rc auto di Sara Assicurazioni
- Maria Cristina Leoni, titolare servizio gestione fondi della direzione funzioni assicurative di Consap
- Evelin Mottes, responsabile sinistri auto del gruppo Itas
- Norberto Odorico, chief claims officer di UnipolSai
- Ivan Parlato, responsabile rete fiduciari e carrozzerie, sinistri di massa e gestioni sinistri, franchigie e rivalse di Vittoria Assicurazioni
- Pierluigi Pellino, head of motor claims & head of claims support di Generali Italia

16.45 – 17.00

■ Q&A

## CONVEGNO

9 NOVEMBRE 2023 | 9:00 - 17:00

### L'RC AUTO TRA NECESSITÀ DI RIFORME E ASPETTATIVE DEI CONSUMATORI

ISCRIVITI CLICCANDO QUI

