

PRIMO PIANO

Le polizze agevolate in agricoltura

L'Agenzia per le erogazioni in agricoltura (Agea) ha chiuso ad aprile il secondo lotto di contributi per le assicurazioni agevolate relative al 2023 per 23 milioni di euro destinati a 2.133 aziende, a fronte di 3807 domande. A fine maggio si prevede un'ulteriore erogazione per 120 milioni di euro. Come spiega la stessa Agea l'intervento è volto a garantire un sostegno sui premi delle polizze assicurative per la tutela delle produzioni agricole e zootecniche contro i rischi meteorologici, sanitari, fitosanitari, da infestazioni parassitarie. La misura, spiega Agea, rientra nella logica del Piano strategico nazionale per la politica agricola comune (Pac) 2023-2027 e favorisce un approccio integrato alla gestione del rischio, aumentando gli strumenti già attivati per la programmazione 2014-2022.

Inoltre, sempre con riferimento al Piano Strategico Nazionale 2023, Agea sta finalizzando una prossima concessione di ammissione al sostegno. Occorre attendere la definizione da parte del ministero dell'Agricoltura di un ulteriore numero di parametri contributivi e il prezzario per la valutazione dei premi di polizza nella gestione del rischio.

Anche i prossimi contributi vantano numeri importanti: per circa 52mila domande è prevista un'erogazione di circa 124 milioni di euro.

Beniamino Musto

INTERMEDIARI

Prima Assicurazioni, in onda con i clienti (e Patrick Dempsey)

Presentata ieri con una conferenza stampa la nuova campagna pubblicitaria della società: l'iniziativa, come ha illustrato il ceo George Ottathycal, si propone di rimarcare la centralità del cliente per il business dell'insurtech. Spazio quindi alle prospettive di crescita e al ruolo degli intermediari, mentre il progetto di un aumento di capitale e di una possibile quotazione in Borsa è stato momentaneamente messo in pausa

Prima Assicurazioni torna in onda con una nuova campagna pubblicitaria. L'iniziativa è stata realizzata insieme all'agenzia internazionale **Tbwa/Italia** e presentata ieri mattina a Milano con una conferenza stampa presso la sede della società. Il progetto mira a rimarcare la centralità del cliente per il business di Prima Assicurazioni. Lo fa con nuovo slogan, *Tu, Prima*, e con un testimonial del calibro dell'attore hollywoodiano **Patrick Dempsey**.

"È la prima volta che la nostra società realizza una campagna pubblicitaria di questa portata", ha esordito **George Ottathycal**, ceo di Prima Assicurazioni, nelle battute iniziali della conferenza stampa. "Abbiamo voluto tentare qualcosa di diverso, dando piena visibilità alla strategia di centralità del cliente che ha guidato la nostra insurtech nei suoi primi quasi dieci anni di attività: questa campagna pubblicitaria – ha proseguito – vuole essere un ponte verso quello che Prima Assicurazioni si propone di essere nel futuro".

UN TESTIMONIAL SEMPRE IMPALLATO

La campagna pubblicitaria è iniziata ufficialmente ieri e proseguirà per tutto il corso del 2024 con una programmazione costante su canali tv, stampa digital, social media e radio. Gli spot si focalizzano sull'offerta commerciale della società, quindi auto, casa e famiglia. E il tutto ruota attorno al paradosso di un testimonial che finisce sempre per essere interrotto, oscurato e impallato da clienti di Prima Assicurazioni impegnati in semplici attività quotidiane: asciugarsi i capelli, guidare un'auto, cucinare ai fornelli, spostare un kayak in gita al lago o giocare con la propria figlia.

"Penso che sia la prima volta al mondo che un testimonial viene assunto per essere messo in ombra dalle comparse", ha ironizzato **Marco Tolentino**, marketing manager della società. "In questo modo, come si evince anche dallo slogan che abbiamo scelto, vogliamo ribadire che per noi i clienti vengono prima di qualsiasi cosa, anche di un testimonial come Patrick Dempsey".

UNA STRATEGIA PER LA CRESCITA

La nuova campagna pubblicitaria di Prima Assicurazioni si inserisce in una più ampia strategia promozionale che conta, fra molte altre cose, anche la *title sponsorship* del team **Pramac Racing** di MotoGP. "In poco meno di dieci anni di attività abbiamo realizzato molte iniziative di questo genere, riuscendo a raggiungere il livello di notorietà che possono vantare società che sono sul mercato da decine di anni", ha commentato Ottathycal. "Con questa campagna – ha aggiunto – puntiamo ad avvicinarci al top brand del settore". (continua a pagina 2)



Un momento dello spot

(continua da pagina 1) E, così facendo, magari anche a proseguire lungo il cammino di crescita imboccato dalla società negli ultimi anni.

Secondo quanto affermato da Ottathycal nel corso della conferenza stampa, Prima Assicurazioni ha chiuso l'ultimo esercizio con una raccolta premi complessiva di 880 milioni di euro e un totale di 3,2 milioni di clienti distribuiti fra Italia, Spagna e Regno Unito. "Il 2024 è iniziato particolarmente bene, con una raccolta di 250 milioni di euro, che ci ha spinto a fissare il target per l'intero anno a 1,1-1,2 miliardi di euro", ha specificato il ceo della società. Molta attesa in particolare per i business relativi a casa e famiglia, attualmente pari al 4-5% del fatturato complessivo di Prima Assicurazioni. Confermato anche il target di un ebitda positivo e a doppia cifra, così come era stato messo a bilancio alla fine del 2023.

CRESCERE INSIEME AGLI AGENTI

Un ruolo fondamentale nella nuova strategia di crescita della società sarà ricoperto dalla rete di oltre 1.400 intermediari che collaborano attualmente con Prima Assicurazioni. "Un terzo della raccolta premi è realizzato proprio dalla nostra rete fisica, mentre tutto il resto è equamente distribuito fra la nostra piattaforma per la vendita diretta e i portali di comparazione", ha illustrato Ottathycal.

Proprio agli intermediari sarà il dedicato il meeting annuale che la società terrà il prossimo 14 maggio al Teatro Alcione di Milano. L'evento, battezzato Road to, offrirà alla rete distributiva la possibilità di incontrare il management, di celebrare i risultati raggiunti e di conoscere le strategie di crescita per il prossimo futuro. "Gli intermediari ricoprono un ruolo centrale per il nostro business", ha detto Ottathycal. "L'incontro con questi professionisti è avvenuto quasi per caso, quando ci siamo resi conto che molti intermediari utilizzavano la nostra piattaforma per l'emissione di polizze ai clienti: a quel punto – ha aggiunto – abbiamo deciso di unire le forze, predisponendo un portale e una linea di business completamente dedicata a questo canale distributivo". Anche il nuovo spot ha voluto rimarcare il ruolo degli intermediari tradizionali, invitando gli spettatori ad accedere alla piattaforma o a contattare l'agenzia più vicina per ricevere ulteriori informazioni e procedere eventualmente alla sottoscrizione della polizza. "Avere un brand forte aiuta gli intermediari a vendere il nostro prodotto", ha commentato il ceo di Prima Assicurazioni.

UN BUSINESS PROFITTEVOLE

"Abbiamo un business profittevole, siamo in grado di autofinanziarci, la crescita è superiore alle attese e i nostri azionisti sono soddisfatti dei risultati che abbiamo raggiunto", ha osservato Ottathycal nella chiusura della conferenza stampa. Il commento ha fornito al ceo l'occasione di fare chiarezza su alcune voci che erano circolate molto nell'ultimo anno sul conto della società. A cominciare dalle indiscrezioni sul possibile ingresso di un socio di minoranza a fianco degli storici azionisti **Blackstone, Goldman Sachs** e, più recentemente, **Carlyle**. Ottathycal ha ammesso che c'era stata una riflessione sulla possibilità di un aumento di capitale per raccogliere nuove risorse, però "il progetto è stato messo in pausa". Stessa conclusione anche per il proposito di una possibile quotazione in borsa. "Siamo potenzialmente pronti, abbiamo un business ben strutturato, però al momento non è il programma", ha affermato Ottathycal.

Nessuna opzione sul tavolo infine per quanto riguarda il proposito di trasformare la società, al momento una Mga, in una vera e propria compagnia, nonché sulle eventuali prospettive di un'ulteriore espansione della società all'estero. "Al momento il nostro focus è sulla crescita, siamo concentrati sullo sviluppo di un modello di business che ha dimostrato di poter funzionare bene: tutto il resto, per quanto possa essere interessante, non è al momento all'attenzione del management", ha concluso Ottathycal.



George Ottathycal, ceo di Prima Assicurazioni

Giacomo Corvi

INTERMEDIARI

Il nuovo Rui, un avvio complesso

In vista dell'arrivo del nuovo registro, previsto per il 4 giugno prossimo, al mercato è richiesto di gestire alcune criticità

Eppure, saremmo nel 2024...

Con avviso del 29 marzo, pubblicato sul sito dell'Ivass lo scorso 12 aprile, l'istituto ha annunciato alle imprese e agli intermediari l'avvio del nuovo portale Rui a far data dal 4 giugno 2024.

Nello stesso avviso si comunicava "l'impossibilità di trasmettere istanze e comunicazioni all'istituto a far data dal 30 aprile 2024, nonché la contestuale sospensione dei termini di comunicazione previsti dal Regolamento 40/2018 fino all'avvio del nuovo Rui".

Allo stesso tempo, e sempre a far data dallo scorso 30 aprile, si segnalava la disattivazione delle caselle pec istanze.rui@pec.ivass.it, incarichirui@pec.ivass.it, domini.intermediari@pec.ivass.it e variazioni.domini.intermediari@pec.ivass.it.

Da ultimo, si invitavano gli operatori di settore a trasmettere tutte le istanze e le comunicazioni entro il 30 aprile, avvertendoli che la relativa lavorazione sarebbe avvenuta nel mese di maggio, con conseguente aggiornamento del Rui pubblico, la cui consultabilità pubblica sul sito rimane garantita.

Ora, tutto perfetto se non fosse che, nel periodo che va dal 2 maggio (il primo maggio non conta, in quanto Festa dei lavoratori) al 4 giugno 2024, il mercato assicurativo italiano non è che si pietrifica, né si paralizza; al contrario si registrerà pure il rilascio di nuovi mandati, la notifica di revoche (speriamo di no), il conferimento di nuovi incarichi a subagenti, cancellazioni e tutto ciò che quotidianamente anima il settore degli intermediari assicurativi?

Non mi pare, ma sicuramente mi sbaglio, che siano state previste procedure speciali finalizzate a far sì che, in questo lasso di tempo, le attività di cui sopra possano essere gestite; né mi pare che, da alcuna altra parte, sia stato sollevato il problema.

Che facciamo? Andiamo tutti in vacanza, in attesa del nuovo portale Rui? Perché, se così fosse, vorrebbe dire che non sarebbe più la tecnologia al servizio dell'uomo, bensì il contrario.

Eppure, saremmo nel 2024...

Alessandro Lazzaro,
presidente dell'Unione Agenti Axa



Alessandro Lazzaro

BROKER

Ciba Brokers cresce nel 2023 e punta a nuovi obiettivi

I risultati proiettano la società del sistema Confcooperative verso nuove sfide: diventare un punto di riferimento su tutto il territorio italiano

Ciba Brokers nel 2023 ha realizzato premi amministrati per 31,9 milioni di euro, (+5,82%), provvigioni delle compagnie assicurative a 4,28 milioni (+5,35%), utile stabile a 360mila euro, polizze verso quota 10mila e un valore della produzione che sfiora i 4,6 milioni di euro (+8%). Il 2023, "seppure segnato dalla dolorosa scomparsa del fondatore **Giampaolo Brogliato**, registra risultati brillanti e proietta la società di brokeraggio assicurativo del sistema **Confcooperative** verso nuove sfide", si legge in una nota della società.

L'obiettivo dichiarato da Ciba Brokers è di diventare un "punto di riferimento per il mondo assicurativo nazionale nella sua totalità", consolidando il ruolo nel sistema cooperativo, pronto per approdare su nuovi mercati e territori.

Nel 2023, Ciba Brokers ha liquidato senza attendere risorse pubbliche oltre 115 milioni di euro ad aziende alluvionate durante le alluvioni in Emilia Romagna. "Il trauma sofferto dalla Romagna ha portato a maturare la sana intenzione di estendere l'obbligo assicurativo contro i rischi catastrofali a tutte le imprese – ha commentato il presidente **Daniele Ravaglia** – ma a fronte di un repentino passaggio da quota 7% a quota 100% di aziende assicurate in tal senso, il rischio è che il panorama si affolli di competitor di scarsa qualità, tanto solleciti nell'occupare quote di mercato con politiche commerciali aggressive, quanto impreparati professionalmente e incapaci di offrire servizi su misura per i clienti".

Anche per questo Ciba Brokers si dice pronta a un impegno maggiore sul piano nazionale: "il 2024 – ha continuato il presidente – sarà l'anno dell'affermazione sul mercato nazionale di Ciba Brokers: i risultati economici raggiunti ci impongono di essere ambiziosi".

La società guarda alle oltre 17mila imprese, tra cooperative e imprese sociali, che afferiscono a Confcooperative, con l'obiettivo di diventare un punto di riferimento dal nord al sud del Paese.

Fabrizio Aurilia

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

INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2024

11 GIUGNO 2024 | 9:00 - 17:00

Hotel Melià | Via Masaccio 19, 20149 Milano



OPENING SESSION

BUSINESS TRANSFORMATION: INTELLIGENZA ARTIFICIALE E DIGITALIZZAZIONE PER LA NUOVA ASSICURAZIONE

Intelligenza artificiale, machine learning, big data, blockchain, IoT, cloud computing e digitalizzazione sono le leve che il settore assicurativo sta utilizzando per ricercare spazi di innovazione distintivi che consentano di potenziare il valore dell'assicurazione nel nostro paese, la diversificazione dei servizi e la relazione con il cliente. Il legame tra Business e Tecnologia si stringe in percorsi sempre più sfidanti, tracciati da scenari difficili e caratterizzati da crisi permanenti, effetti dei cambiamenti climatici, criteri di mutualità e ricerca di profittabilità. Il ripensamento del business assicurativo è sostenuto da modelli evoluti di valutazione e mitigazione del rischio, interpretazione dello strumento tecnologico a favore delle strategie identitarie, commerciali e di sostenibilità delle compagnie.

Moderata Maria Rosa Alaggio, direttore di Insurance Review e Insurance Trade

- 9.00 – 9.30 ► **REGISTRAZIONE**
- 9.30 – 10.30 ► **TAVOLA ROTONDA – BUSINESS TRANSFORMATION: INTELLIGENZA ARTIFICIALE E DIGITALIZZAZIONE PER LA NUOVA ASSICURAZIONE**
 - Marco Amendolagine, head of product management, Europe and Apac di Cambridge Mobile Telematics
 - Renzo Avesani, chief executive officer di Leithà (gruppo Unipol)
 - Irene Di Deo, ricercatrice senior dell'Osservatorio artificial intelligence Polimi
 - Enzo Di Puma, chief operating officer di Axa Italia
 - Sergio Miedico, chief operating officer di Reale Ites
 - Esponente di Generali Italia*
- 10.30 – 10.40 ► **SCENARIO DI MERCATO E INNOVAZIONE PER CITTADINI E IMPRESE**
 - Intervista a Umberto Guidoni co-direttore generale di Ania
- 10.40 – 11.00 ► **CONFIGURAZIONE ZERO-CODE ATTRAVERSO L'INTERA CATENA DEL VALORE**
 - Sara Zavarise, head of pre-sales di Rgi
- 11.00 – 11.30 ► **COFFEE BREAK**
- 11.30 – 12.20 ► **TAVOLA ROTONDA – OMNICHANNEL, COSÌ CAMBIA L'INTERAZIONE CON IL CLIENTE**

Strategie, tecnologie, progetti per l'evoluzione del servizio (nel mondo salute, auto, danni) e della centralità del cliente

 - Marco Brachini, direttore marketing, brand and customer relationship di Sara Assicurazioni
 - Mirella Maffei, direttore business development & finance di Assimoco e direttore generale di Bcc Assicurazioni
 - Lorenzo Maselli, head of go to market di Doxee
 - Marco Mazzucco, direttore vita e welfare di Reale Group e ad di Blue Assistance
 - Eddy Piedepalumbo, responsabile agenzie, affinity e broker di Helvetia Italia
- 12.20 – 12.50 ► **TAVOLA ROTONDA – INSURTECH: IDEE, TECNOLOGIE E AREE DI APPLICAZIONE**

Il contributo di insurtech e start up all'innovazione del settore assicurativo: scenario di mercato, azioni intraprese, risultati e opportunità da cogliere

 - Massimiliano Caradonna, senior vice president di Dekra Group
 - Simone Ranucci Brandimarte, presidente dell'Italian Insurtech Association
 - Nicolò Soresina, ceo e chief executive officer e chief operating officer di Vittoria hub
 - Esponente di Generali Italia*
- 12.50 – 13.00 ► **Q&A**
- 13.00 – 14.00 ► **LUNCH**

ISCRIVITI CLICCANDO QUI

SESSIONE TEMATICA INTERMEDIARI

14.00 - 15.30

I trend di mercato, le strategie delle compagnie e gli orientamenti del cliente stanno accelerando le azioni degli intermediari in un quadro fatto di ricerca di stabilità, competitività, efficienza e valore aggiunto per il cliente. A caratterizzare il cambiamento sono digitalizzazione, piattaforme tecnologiche, specializzazione, accordi commerciali e società di servizi.

14.00 – 14.20 – **MODELLI ORGANIZZATIVI E GESTIONALI, UNA LEVA DI SUCCESSO PER GLI INTERMEDIARI**

- *Fabio Orsi, partner di Innovation Team - Mbs Consulting (gruppo Cerved)*

14.20 – 15.30 – **TAVOLA ROTONDA – TECNOLOGIE, ORGANIZZAZIONE E PARTNERSHIP: DALLE ESIGENZE DELLA CLIENTELA AL NUOVO BUSINESS**

modera Fabio Orsi, Innovation Team

- *Alberto Bonomo, amministratore di X Consulting*
- *Alessandro Lazzaro, presidente dell'Unione Agenti Axa*
- *Enzo Sivori, presidente di Agenti UnipolSai Associati*
- *Giuseppe Sutura, presidente del Gruppo Agenti Italiana Assicurazioni*
- *Enrico Olivieri, presidente del Gruppo Agenti Zurich*
- *Luigi Viganotti, presidente di Acb*

SESSIONE TEMATICA INNOVATION LAB

14.00 – 15.30

Interpretare il cambiamento, anticipare l'evoluzione del mercato e della clientela, amplificare le possibilità di offrire soluzioni e servizi. Con questo obiettivo sono nati centri di competenza e importanti iniziative capaci di prevedere il futuro, favorire nuove opportunità, fornire risposte concrete al cliente.

14.00 - 14.20 – **AI ACT IN ACTION: SFIDE E OPPORTUNITÀ DI INNOVAZIONE PER IL SETTORE ASSICURATIVO**

- *Stefania Salmi, manager di Scs Consulting*

14.20 - 15.30 – **TAVOLA ROTONDA – STRATEGIE E PROGETTI PER L'INNOVAZIONE**

- *Enkeleida Bitri, responsabile focal point Insurance di Intesa Sanpaolo Vita*
- *Andrea Cavallero, chief operations & IT officer di Generali Italia*
- *Giacomo Lovati, chief beyond insurance officer di UnipolSai*
- *Maurizio Rainò, chief claims officer di Axa Italia*
- *Davide Ricci, senior manager di Scs Consulting*
- *Esponente di Reale Group*



SESSIONE TEMATICA COMUNICAZIONE

15.30 – 17.00

La comunicazione, attraverso i social, sul territorio o coinvolgendo dipendenti e reti di vendita, è un pilastro per trasmettere i valori identitari delle compagnie, sensibilizzare la clientela verso l'importanza dell'educazione finanziaria, l'inclusione, la partecipazione. E far emergere, con strumenti e iniziative innovative, il ruolo economico e sociale dell'assicurazione.

15.30 – 16.45 – TAVOLA ROTONDA – INIZIATIVE PHYGITAL, EDUCATIVE E INCLUSIVE

modera Gianluca Zanini, partner di Excellence Consulting

- Carla Bellavia, direttore risorse umane, organizzazione e comunicazione di Groupama Assicurazioni
- Luciano Chillemi, responsabile comunicazione istituzionale e customer care di Vittoria Assicurazioni
- Letizia D'Abbondanza, responsabile customer & external communication di Axa Italia
- Chiara Pastorino, responsabile personale e organizzazione di Intesa Sanpaolo Vita
- Luca Petermaier, responsabile comunicazione di gruppo, relazioni esterne e corporate identity del gruppo Itas

16.45 – 17.00 – Q&A

SESSIONE TEMATICA DISTRIBUZIONE E MODELLI DI OFFERTA

15.30 – 17.00

La pluralità di modelli distributivi è espressione della ricerca di innovazione da parte degli operatori del settore, tra nuove strategie basate sulla tecnologia e sulle partnership, capacità di comporre e valorizzare prodotti e servizi (anche in ottica embedded insurance o polizze parametriche),

e di interagire con i clienti

15.30 – 16.45 – TAVOLA ROTONDA – STRATEGIE PER L'EVOLUZIONE DEI MODELLI DISTRIBUTIVI

- Leonardo Felician, ceo BeRebel (gruppo Unipol)
- Simone Lazzaro, chief underwriting officer di Revo Insurance
- Gianfilippo Lena, ad di Telepass Assicura
- Jean-François Mossino, presidente della Commissione Agenti Bipar
- Antonio Valitutti, ad di Isybank

16.45 – 17.00 – Q&A

INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2024

11 GIUGNO 2024 | 9:00 - 17:00

WWW.INSURANCECONNECT.TV

Main sponsor opening session



Main sponsor sessione tematica



Official sponsor



ISCRIVITI CLICCANDO QUI
SCARICA IL PROGRAMMA COMPLETO