

PRIMO PIANO

Sfdr, le proposte di Esa

Le tre autorità di vigilanza europea, Eba, Eiopa ed Esma riunite nell'Esa, chiedono un framework finanziario sostenibile e coerente che si rivolga sia alla transizione verde sia a una maggiore protezione dei consumatori, tenendo conto del Sustainable finance disclosure regulation (Sfdr), il pacchetto europeo su cui le autorità hanno espresso il proprio parere.

L'Esa chiede, in particolare, di semplificare la categorizzazione sulla sostenibilità dei prodotti finanziari. La proposta è creare solo due categorie di prodotti, "sostenibili" e "di transizione", che gli operatori del mercato finanziario dovrebbero utilizzare per garantire che i consumatori comprendano al meglio lo scopo di tali prodotti. Le regole per le categorie dovrebbero avere un chiaro obiettivo e criteri comuni per ridurre i rischi di greenwashing.

Le autorità chiedono alla Commissione Europea di considerare anche l'introduzione di un "indicatore di sostenibilità" che classifichi i prodotti finanziari, tra cui i fondi di investimento, le polizze vita e gli strumenti pensionistici.

Tra gli altri suggerimenti tecnici, Esa chiede che per i prodotti che dovrebbero rientrare nell'ambito di Sfdr si possa migliorare e rendere più chiara la divulgazione anche sugli eventuali impatti negativi che tali investimenti avranno sulle persone e sull'ambiente.

Fabrizio Aurilia

EVENTI

Assicoop, alla sfida del futuro

La rete distributiva societaria partecipata da UnipolSai riunita in occasione della convention che si è svolta dal 29 maggio al 2 giugno a Marbella in Spagna: molti momenti di approfondimento e confronto con la compagnia per analizzare insieme i risultati raggiunti, esaminare la strategia della società e prepararsi a quello che potrà riservare lo scenario di mercato

Di nuovo insieme, ancora faccia a faccia con colleghi e top management della compagnia, come non avveniva ormai da due anni, per analizzare i risultati raggiunti, valutare le strategie adottate, esaminare la dinamica di mercato e gettare anche uno sguardo a quello che potrà riservare il prossimo futuro. Le cinque società denominate **Assicoop**, la rete distributiva societaria partecipata da **UnipolSai** e dalle organizzazioni della cooperazione, del lavoro e della piccola impresa nei cinque territori di insediamento, è tornata quest'anno a riunirsi in occasione della convention che si è svolta dal 29 maggio al 2 giugno presso il Sol Marbella Estepona di Marbella, in Spagna.

"Siamo arrivati alla 20esima convention, un traguardo importante che oggi vogliamo celebrare insieme a tutti voi", ha esordito **Roberto Tagliatti**, specialista delle agenzie societarie di UnipolSai, salito sul palco dell'evento insieme al responsabile delle agenzie societarie **Raffaele Errico** per dare inizio ai lavori della convention: "Vi assicuro – ha proseguito – che faremo di tutto per poter tornare a vederci regolarmente ogni anno, in un momento che vuole essere di divertimento e convivialità, ma anche di analisi e riflessione sui risultati raggiunti e sugli obiettivi della nostra struttura".

La convention, battezzata *Play the Future*, ha preso le mosse dal percorso che ha consentito ad Assicoop di imporsi come una rete distributiva da circa 300 punti vendita in Emilia-Romagna e Toscana, quasi 1.200 addetti e oltre 400mila clienti nel 2023. "Credo che tutto sia cominciato quando siamo riusciti a dare alla nostra struttura una dimensione adeguata al cambiamento della compagnia e all'evoluzione di mercato, ossia quando le cooperative delle origini sono diventate agenzie societarie sotto forma di società di diritto privato", ha affermato **Lorenzo Cottignoli**, presidente dell'associazione delle agenzie societarie di UnipolSai, nella sua relazione introduttiva. Il processo di integrazione ha dato i frutti sperati. "Abbiamo consolidato la nostra organizzazione, abbiamo incrementato il nostro capitale umano, e negli ultimi anni – ha aggiunto – abbiamo avuto utili consolidati circa 90 milioni di euro, con un payout del 70%".

I PASSAGGI CHIAVE DEL 2023

Cottignoli è dunque passato ad analizzare la performance di un 2023 che ha visto una diminuzione dei clienti ma, allo stesso tempo, una sostanziale tenuta dei ricavi. "Non possiamo essere pienamente soddisfatti dal punto di vista commerciale, ma il bilancio ha visto comunque risultati positivi che ci mettono adesso nelle condizioni di fare investimenti per crescere e pensare al futuro con serenità", ha commentato. *(continua a pag 2)*



Lorenzo Cottignoli, presidente di Assicoop

(continua da pag 1) In fondo, il 2023 non è stato un anno come tutti gli altri per il canale delle agenzie societarie Assicoop, scandito com'è stato da quelli che Cottignoli ha definito "tre passaggi chiave: il rinnovo del contratto dei dipendenti, la sottoscrizione del Patto Unipol e l'impatto degli eventi atmosferici che hanno colpito i nostri territori". Di fronte a questi eventi, si è deciso di puntare su varie linee strategiche: ricambio generazionale, formazione, specializzazione, digitalizzazione e omnicanalità. "Rivendichiamo la nostra storia, ma oggi vogliamo vederci come una società proiettata al futuro, al passo coi tempi, anzi un passo avanti", ha concluso Cottignoli, indulgiando col claim dell'attuale piano industriale di UnipolSai.

Essere un passo avanti significa oggi confrontarsi anche con un approccio alla sostenibilità divenuto sempre più centrale per le strategie del mercato assicurativo (ma non solo). "La sostenibilità è una sfida che si rinnova, perché le Assicoop hanno una lunga storia di rendicontazione sociale che negli ultimi anni si è trasformata in rendicontazione per la sostenibilità", ha commentato a seguire **Rita Ghedini**, delegata per l'attuazione del piano Esg. "Abbiamo deciso – ha aggiunto – di aumentare la frequenza di rendicontazione, passando a un bilancio annuale e coinvolgendo tutta la popolazione aziendale in un progetto di partecipazione attiva".

LA STRATEGIA AZIENDALE DI UNIPOLSAI

La transizione digitale, l'attenzione alla sostenibilità, la ricerca di talenti, la fluttuazione dei tassi di interesse e la dinamica di un mercato in rapida evoluzione: bastano pochi esempi per comprendere che il settore vive una fase di grandi cambiamenti. E per superarli, ha osservato **Enrico San Pietro**, direttore generale assicurativo di UnipolSai, sarà fondamentale "la nostra capacità di leggere l'evoluzione e di adattarci al cambiamento in corso". È quello che la compagnia ha fatto per esempio nel 2023 nell'ambito dell'Rc auto, quando la dinamica di mercato ha posto la necessità di adeguare le tariffe destinate ai clienti. "Abbiamo voluto partire prima e in maniera più decisa rispetto al settore: non è stato facile, però possiamo dire che siamo usciti dal tunnel più forti di prima", ha commentato. La stessa cosa è avvenuta in ambito property, quando gli eventi atmosferici estremi hanno generato sinistri per 1,5 miliardi di euro per UnipolSai. "Abbiamo perso quattro punti di retention, ma i ricavi stanno crescendo grazie agli incrementi in doppia cifra del premio medio", ha proseguito San Pietro.

Lo scenario che si pone davanti ad Assicoop è dunque ricco di sfide, ma il top manager si è detto "orgoglioso del percorso che stiamo facendo: stiamo indossando tutti la stessa maglia e condividiamo con voi obiettivi molto ambiziosi".

LE NUOVE REGOLE DEL PATTO

La parola è dunque passata a Raffaele Errico, il quale ha approfittato del palco per aggiornare la platea sull'andamento del canale delle agenzie societarie Assicoop in questi primi mesi di 2024. Punto di partenza dell'intervento è stata però la constatazione che "l'anno è partito con regole nuove, quelle di un patto che identifica cinque punti essenziali: sviluppo dei business auto e rami elementari, focus su prodotti individuali per il comparto auto, attenzione alla marginalità, attività nell'ambito salute e rafforzamento della rete di vendita". In estrema sintesi, ha proseguito, "sono queste le direttrici che ci guideranno nei prossimi anni, ma molto dovrà essere attivato già nel corso di quest'anno".

L'andamento di business vede diverse estensioni del piano di sviluppo: a un comparto auto sostanzialmente in linea con gli obiettivi fa, per esempio, da contraltare un settore dei rami elementari in ritardo rispetto al benchmark della società. Molta attesa poi per le attività nell'ambito degli ecosistemi di offerta predisposti dalla compagnia: **UnipolRental** in ripresa dopo la risoluzione di alcune problematiche tecniche, **UnipolMove** in predico di raggiungere il proprio obiettivo e, in decisa progressione, i risultati in ambito welfare con **WelBee**. Grandi aspettative infine per quanto riguarda la partnership con **Bper Banca**. "Dobbiamo riuscire a dialogare con i colleghi dall'altra parte perché sono convinto che qui possiamo raggiungere risultati importanti", ha concluso Errico. (continua a pag 3)



Enrico San Pietro, direttore generale assicurativo di UnipolSai



Da sinistra: Simone Tarchiani, Massimo Piana, Giacomo Lovati e Angelo Galetti

(continua da pag 2)

LA RIDEFINIZIONE DELL'OFFERTA

Molto atteso il momento delle risposte del top management di UnipolSai ai dubbi e gli interrogativi della rete distributiva, interamente moderato e condotto da **Maria Rosa Alaggio**, direttore di questa testata. Tantissimi gli argomenti sul tavolo, a cominciare da un'offerta in rapida evoluzione. In ambito salute, **Massimo Piana**, responsabile operations & innovation di **UniSalute**, ha evidenziato che "la strategia della compagnia riflette un mercato in trasformazione in cui, per esempio, si registrano un maggiore ricorso alle prestazioni e una polarizzazione della domanda che può essere oggi soddisfatta con il ricorso a una congrua componente di servizi, in grado fra l'altro di trasmettere meglio il valore della polizza". Dinamica simile anche in un ambito vita fortemente segnato nel 2023 dall'andamento dei tassi di interesse. "Siamo stati costretti a una rapida rotazione di prodotti e programmi, puntando molto sulla logica delle campagne", ha commentato **Alberto Boidi**, direttore vita di UnipolSai. "Quest'anno – ha proseguito – siamo partiti molto bene con una ripresa delle gestioni separate al 100%: il prodotto *Multigest* è stato un grandissimo successo, con una raccolta di 300 milioni di euro in pochi mesi".

A una dinamica di mercato che impone una sostanziale revisione dell'offerta, si sommano poi gli effetti delle nuove strategie della compagnia. Una di queste, richiamata più volte nel corso dell'evento, è senza dubbio rappresentata dagli ecosistemi. **Giacomo Lovati**, chief beyond insurance officer di UnipolSai, ha portato l'esempio di *UnipolMove*. "L'obiettivo di questa iniziativa è principalmente quello di portare prospect in agenzia, cosa che abbiamo realizzato in pieno: abbiamo distribuito 1,3 milioni di dispositivi in due anni, 400mila sono andati a persone che non erano nostri clienti e in 50mila casi la relazione è sfociata nella sottoscrizione di una polizza", ha commentato. Molto ci si aspetta poi ora dalla già citata partnership strategica stretta con Bper Banca. "L'accordo è stato molto apprezzato, lo dimostrano i numeri: abbiamo messo a disposizione un team dedicato ai rapporti con la banca e



Da sinistra: Maria Rosa Alaggio, Norberto Odorico, Claudio Belletti, Alberto Boidi e Vittorio Corsano

possiamo anche iniziare a pensare a momenti di confronto istituzionali che possano favorire il dibattito e facilitare la creazione di un tessuto di relazioni fra i diversi operatori di mercato", ha affermato **Angelo Galetti**, responsabile direzione bancassicurazione di UnipolSai.

DALLA RELAZIONE ALLA VENDITA

Sono tanti i fattori che stanno contribuendo alla revisione dell'offerta: la dinamica di mercato e le strategie della compagnia, come già evidenziato, ma poi anche fenomeni che difficilmente possono essere subito previsti e gestiti. Se n'è avuto prova di recente con l'ondata di eventi atmosferici estremi che ha colpito vaste aree del nostro paese, generando danni ingenti per i clienti e un numero inedito di sinistri per le compagnie. "Gli eventi del 2023 hanno generato 200mila sinistri in più di quelli che solito gestiamo ogni anno", ha osservato **Norberto Odorico**, chief claim officer di UnipolSai. "Siamo vicini alla chiusura per la stragrande maggioranza di essi – ha rassicurato – però siamo arrivati alla conclusione che è necessaria una revisione dei modelli, perché eventi di questo genere potranno essere più frequenti in futuro". La revisione arriverà a toccare anche l'ambito di offerta, come ha illustrato **Vittorio Corsano**, chief property & casualty officer di UnipolSai. "A fronte dei già citati 1,5 miliardi di euro in sinistri generati dagli agenti atmosferici estremi, avevamo solamente 250 milioni di euro in premi che potevano essere utilizzati come copertura, quindi – ha detto – è stato inevitabile dover fare una manovra rapida e importante, senza dover mandare una disdetta al cliente quando è stato possibile".

Di fronte a un simile scenario, si pone per il canale delle agenzie societarie Assicoop e UnipolSai la necessità di mettere le agenzie nella condizione migliore per poter continuare a fare il proprio lavoro: instaurare una relazione con il cliente che poi possa sfociare nella sottoscrizione di una polizza assicurativa. Per farlo, ha detto **Simone Tarchiani**, direttore rete agenziale di UnipolSai, sarà innanzitutto necessario "riscrivere la narrazione della professione per reclutare talenti e introdurli nel settore". (continua a pag 4)



Un momento dell'evento

(continua da pag 3) Poi, ha proseguito, "favorire la creazione di momenti di contatto con la clientela: è da qui che si parte per poi arrivare alla vendita". E magari, come ha aggiunto **Claudio Belletti**, chief commercial officer di UnipolSai, si partirà sempre più dai contatti digitali resi possibili dalla strategia omnicanale adottata dalla compagnia. "Il cliente ormai è ibrido e si informa sul web: il nostro obiettivo è stimolare bisogni e spingere l'utente a consultare i nostri preventivatori, lasciando dati che poi noi possiamo trasferire alle nostre agenzie in forma di lead", ha commentato. "Per farlo – ha concluso – è però fondamentale che le agenzie abbiano gli strumenti e la preparazione per intercettare questi bisogni, nei modi e nei tempi che il digitale oggi richiede".

IL CONFRONTO SULLA DISTRIBUZIONE

L'evento si è concluso con un confronto fra il già citato **Lorenzo Cottignoli**, **Matteo Laterza**, amministratore delegato di UnipolSai, ed **Enzo Sivori**, presidente di Aua. Il dibattito, sempre moderato da Maria Rosa Alaggio, si è aperto con un riferimento all'opa che **Unipol** ha lanciato sulla totalità delle azioni di UnipolSai. "Al di là degli aspetti finanziari dell'operazione – ha esordito Laterza – credo che sia arrivato il momento di essere rappresentati da un unico brand, quello di **Unipol Assicurazioni**".

In base alle parole dei due presidenti, le agenzie societarie Assicoop e quelle private hanno già molti punti in comune, che vanno dalla forte presenza sul territorio alla vocazione all'innovazione e alla professionalità nella consulenza fra i punti di forza dei rispettivi network, condividendo inoltre le posizioni sullo scenario di mercato. Sivori ha evidenziato quale differenza quella delle diverse delle agenzie societarie Assicoop, dimensioni sia come articolazione delle strutture



Da sinistra: Lorenzo Cottignoli e Matteo Laterza

sia come volumi di raccolta, cosa che rappresenta un unicum nel mercato assicurativo italiano, anche, come sottolineato dal presidente delle agenzie societarie Assicoop, a seguito della diversa storia da cui derivano.

A tal proposito, Laterza ha sottolineato che dal suo punto di vista (e non può essere diversamente) la nascente Unipol Assicurazioni ha una rete distributiva, con modalità diverse di interpretare la strategia: una basata su un modello partecipativo proprietario, quella delle Assicoop, e una basata sul concetto di mandato volta a valorizzare l'imprenditorialità degli agenti nelle agenzie private.

"Credo che nel prossimo futuro ci potranno essere enormi opportunità nell'ambito del welfare e della protezione, soprattutto per quanto riguarda infortuni e malattia, mentre vedo ancora un certo ritardo nel settore della previdenza", ha commentato Sivori. Sulla stessa linea anche Cottignoli, il quale ha voluto evidenziare anche "le potenzialità dell'accordo bancario, a patto però che ci sia dialogo e reciprocità fra le due parti, perché tutto funziona quando ci sono buoni rapporti fra le persone".

Entrambi hanno infine rimarcato la centralità dell'intermediario nel rapporto assicurativo: che si parli di digitale o omnicanalità, hanno concordato, è l'agente quello che poi costruisce e coltiva una relazione con il cliente. Un punto su cui in chiusura ha concordato anche Laterza "La compagnia intende investire nel canale delle agenzie societarie Assicoop, quindi noi vediamo un futuro in questa struttura, che non trova valore semplicemente nell'assetto proprietario – ha concluso – ma nella capacità delle persone di soddisfare le esigenze dei clienti: la nostra missione come compagnia è creare le condizioni per un'evoluzione delle nostre reti distributive, anzi, della nostra rete distributiva".

Giacomo Corvi



Da sinistra: Maria Rosa Alaggio, Lorenzo Cottignoli, Matteo Laterza, e Enzo Sivori

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