

PRIMO PIANO

Vita, ramo I ancora in calo

Continua, per il secondo mese consecutivo, il calo della nuova produzione vita. Nel mese di luglio, ultima rilevazione fatta da Ania, le nuove polizze vita emesse dalle imprese italiane e dalle rappresentanze extra Ue, è stata di 8,1 miliardi di euro, in calo del 16,4% rispetto allo stesso mese del 2014. Tuttavia, da inizio anno, i nuovi premi vita hanno raggiunto i 61,8 miliardi, con un incremento del 10,5% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Se a questa raccolta sommiamo il campione delle imprese dell'Unione Europea, pari a 1,3 miliardi, in calo del 22,4% rispetto al luglio 2014 i nuovi affari vita hanno toccato i 9,4 miliardi, ampliando così il calo al 17,3%. Nel periodo gennaio-luglio, invece, la raccolta sale a 72,3 miliardi e conferma la variazione positiva del 10,5%.

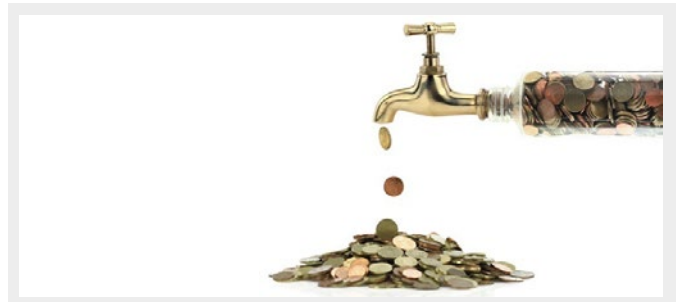
A soffrire particolarmente è il ramo I. Nel mese di luglio, le polizze sottoscritte hanno toccato il valore di 5,4 miliardi, due terzi dell'intera nuova produzione, per una contrazione del 20,3%, la più consistente da inizio anno. Da gennaio i premi di ramo I ammontano a 39,8 miliardi, -7,4% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Infine il ramo III (unit linked) non presenta variazioni anno su anno (2,5 miliardi di nuova produzione), ma da inizio 2015 conferma l'andamento più che robusto, con un +80,8% rispetto al 2014: 20,1 miliardi.

INTERMEDIARI

Fondo pensione agenti, siamo alle battute finali

La vicenda è vicina all'epilogo: ieri si è tenuta la riunione in cui il commissario Ermanno Martinetto ha svelato i dettagli del piano alle parti sociali, da cui si attende una risposta formale entro il prossimo 18 settembre

La delicata vicenda legata al destino del **Fondo pensione agenti**, che tiene con il fiato sospeso migliaia di intermediari (pensionati e contribuenti attivi) è ormai alle battute finali. Ieri si è tenuta l'attesa riunione tra il commissario straordinario **Ermanno Martinetto** e le parti sociali: intermediari e compagnie. Come già anticipato in un documento diffuso nella giornata di mercoledì 9 settembre,



il commissario ha presentato un piano circostanziato, nel quale sono state illustrate nel dettaglio i numeri dell'operazione. La proposta prevede interventi sia sulle pensioni in essere, sia sui contributi degli aderenti attivi. Per chi è già in pensione, l'ipotesi è quella di procedere a un taglio complessivo (pensione ordinaria+pensione integrativa) che non dovrebbe superare il 40%. Il complesso degli interventi tiene conto dei 20 milioni di euro messi a disposizione dall'**Ania**. Contestualmente all'assestamento della situazione pregressa di Fonage, il commissario propone l'avvio di una nuova gestione a contributi definiti, che "funzionerà come una normale gestione separata assicurativa e riceverà tutti i futuri contributi degli agenti e delle compagnie", si legge nel documento redatto da Martinetto. "La nuova gestione - precisa il commissario - avrà un patrimonio separato dalle altre attività del fondo", e "prenderà avvio dal primo gennaio 2016 con l'investimento dei primi contributi che vi affluiranno".

LE PARTI SOCIALI NON SI SBILANCIANO

Nella riunione di ieri, il commissario Martinetto ha chiesto alle parti sociali di inviare una valutazione scritta, da formalizzare con una accettazione o una non accettazione entro il prossimo venerdì 18 settembre. Al momento gli attori in causa non hanno voluto sbilanciarsi nel dare una valutazione rispetto al piano presentato. Non lo ha fatto lo **Sna**, che si riserva di studiare attentamente la proposta, e nemmeno **Anapa** e **Unapass** che tuttavia hanno espresso un giudizio di massima sostanzialmente positivo. Anche sul fronte delle compagnie, l'**Ania** (rappresentata dal presidente della commissione distribuzione, **Maurizio Capiello**) e **UnipolSai** (rappresentata da **Vittorio Verdone**) si sono riservate di fornire ogni valutazione nella loro risposta formale.

In caso di accettazione di tutte le parti sociali, il commissario predisporrà l'accordo basato sul piano presentato ieri. Successivamente potrà essere sottoposto all'approvazione (scontata) della **Commissione di vigilanza sui fondi pensione (Covip)**, che già conosce i termini della questione.

In caso di non approvazione del piano, la Covip dovrà prendere le decisioni conseguenti: senza apportare alcuna modifica statutaria al Fondo, potrebbe probabilmente procedere a mettere in atto tagli lineari ben maggiori di quelli presentati da Martinetto, necessari per salvaguardare l'equilibrio futuro; inoltre potrebbe essere dato avvio alla procedura concorsuale che porterebbe a una liquidazione del Fondo pensione agenti.

Beniamino Musto

Un mondo di servizi dischiuso dalla blackbox

Gli sforzi delle compagnie sempre più si stanno focalizzando sull'introduzione di servizi, che sfruttino la tecnologia telematics, da associare alla polizza auto



La blackbox dà la possibilità alle compagnie di arricchire la *value proposition* delle polizze auto con servizi basati sulle informazioni telematics raccolte. Questa opportunità rappresenta uno degli elementi da considerare nel valutare il Roi complessivo di un programma telematics e va analizzata sotto una duplice prospettiva. Da un lato questi servizi rappresentano un modo per *de-commoditizzare* l'assicurazione auto potendo rappresentare anche una fonte incrementale di ricavi. Tale aspetto sarà sempre più importante se si considera il trend di medio lungo periodo di *de-risking* del business Rca legato all'evoluzione della sicurezza delle *connected car*. Dall'altro lato l'erogazione di questi servizi contribuisce significativamente ad accrescere la frequenza ed arricchire la portata delle interazioni della compagnia con i propri clienti. La portata di questo potenziale cambiamento delle modalità di interazione è sottolineata dalla correlazione tra soddisfazione e livello di interazione che emerge dalle indagini della soddisfazione dei clienti verso le compagnie a livello sia italiano sia internazionale.

Gli approcci relativi ai servizi possono essere classificati in tre macro categorie:

1. Erogazione servizi informativi legati alla polizza Ubi (*Usage based insurance*), tipicamente forniti attraverso un'app per smartphone o un'area personale del cliente su sito internet. Questi servizi spaziano dalla quantificazione del prezzo che l'attuale comportamento di guida comporterà al momento del rinnovo ai consigli riguardanti la guida e quindi le modalità

per massimizzare il risparmio, arrivando fino ad approcci di *gamification* che consentano di confrontare il proprio stile di guida con i propri amici. La canadese **Intact** e la **Sudafricana Discovery** possono essere considerati tra gli esempi più avanzati di questi approcci. Recenti statistiche diffuse da un fornitore di servizi telematics mostrano come più di quattro clienti su cinque con polizza telematica consultano almeno una volta al mese il proprio *scoring* di guida e come associare programmi di *coaching* da remoto permetta di ottenere risultati concreti nel modificarne i comportamenti di guida.

2. Proposta agli assicurati di offerte di prodotti e servizi legati propria auto, come fatto in Sud Africa da **Discovery** con focus particolare al cambio di pneumatici, o di coperture assicurative che sfruttino le informazioni raccolte con il box (*reverse geocoding*). Questo secondo aspetto basato sul cross-selling di impulso di coperture assicurative di piccolo importo rappresenta una innovativa modalità di fruizione del prodotto assicurativo introdotto con successo in Giappone da **Tokio Marine** insieme all'operatore telefonico **Docomo NTT**.
3. Erogazione di servizi legati al customer journey del cliente come guidatore di una *connected car*.

I SERVIZI PER LA CONNECTED CAR

Il mondo di servizi che possono essere sviluppati nell'ambito dell'ecosistema delle *connected car* è estremamente ampio e in rapida evoluzione, caratterizzato a livello internazionale dalla frequente comparsa di nuove *start-up* e *business model* innovativi. Per citare un recente esempio italiano, **WoW** – il *digital wallet* di **CheBanca!** – ha integrato all'interno del proprio sistema il servizio di **Smarticket.it** per il pagamento del parcheggio.

Focalizzandosi sui servizi caratterizzati dalla maggior vicinanza all'offerta assicurativa, è possibile osservare le *value proposition* lungo le tre macro fasi del *customer journey*:

- *Durante la guida*. Questi servizi spaziano dalle allerte meteo di condizioni pericolose a segnalazioni del superamento dei limiti di velocità, da *concierge* che diano consigli stradali o offrano altra assistenza su richiesta del guidatore, fino alla notifica all'assicurato in caso la vettura esca da una *safe area* predefinita (opzioni di controllo dei famigliari su giovani o anziani). In questo ambito indubbiamente uno degli approcci più completi e innovativi è quello di Discovery in Sudafrica che è arrivata ad includere anche un servizio antifurto che segnala al cliente se l'auto viene guidata secondo uno stile di guida differente da quello abituale; (*continua a pag. 3*)

(continua a pag. 3)

- **In caso di incidente.** Questi approcci vedono il mercato italiano come la *best practice* internazionale in termini di sfruttamento delle informazioni *telematics* e molte compagnie hanno investito sulla creazione di *customer experience* di valore coinvolgendo player specializzati nell'assistenza. Le soluzioni in caso di incidente prevedono da un lato il contatto proattivo del cliente o l'invio diretto dei soccorsi in funzione della portata dell'impatto e dall'altro il *case management* per risolvere tutte le problematiche relative all'incidente. Il focus dell'innovazione si sta spostando sul semplificare il processo di denuncia del sinistro, riguardo al quale ad esempio, **Ania** ha annunciato per l'inizio del 2016 una app per dematerializzare il modulo di constatazione amichevole (Cai);
- **Durante la sosta.** Oltre alla localizzazione e recupero del veicolo in caso di furto, su cui tutte le compagnie italiane hanno ormai una consolidata pluriennale esperienza, la *black-box* consente di inviare notifiche a fronte della rimozione del veicolo o di urti al veicolo parcheggiato, permettendo anche di offrire in servizio come la localizzazione del veicolo parcheggiato. In Italia **Tua**, **Cattolica** e **Cargeas** sono tra le compagnie che hanno recentemente lanciato innovazioni della *value proposition* in questa direzione.



Su tutti questi elementi di servizio le compagnie si troveranno sempre più a dover co-competere (collaborare e competere) con differenti attori dell'ecosistema delle *connected car*. L'Italia - che indubbiamente è ad oggi il paese più avanzato in termini di sviluppo delle componenti di servizio legate ai *telematics* come dimostrato dai casi citati sopra - rappresenta il contesto ideale per l'affermazione di approcci guidati dalle compagnie assicurative essendo l'unico Paese al mondo in cui le polizze con *blackbox* non sono più solo una nicchia ma sono diventate *mainstream*: recenti statistiche dell'**Ivass** mostrano infatti come nell'ultimo trimestre del 2014 i *telematics* hanno rappresentato quasi il 15% delle vendite e rinnovi di polizze Rca in Italia (con punte vicino al 30% in alcune regioni).

Matteo Carbone,
manager Bain & Company

RISK MANAGEMENT

Cyber risk, l'assicurazione è solo una parte della soluzione

Secondo il rapporto di Agcs, le aziende devono creare think tank e condividere le esperienze

I crimini informatici incidono sull'economia globale per circa 445 miliardi di dollari all'anno. È a partire da questo scenario insidioso, non più trascurabile, che le imprese devono attrezzarsi per scongiurare il pericolo derivante da violazione dei dati, della privacy e danni reputazionali. A questi rischi, inoltre, potrebbero aggiungersi falle operative e interruzione delle attività. È quanto emerge dall'ultimo rapporto di **Allianz global corporate & specialty (Agcs)**, *A guide to cyber risk: managing the impact of increasing interconnectivity*, che esamina le ultime tendenze del rischio cyber e dei pericoli emergenti nel mondo.

Un ulteriore elemento di criticità deriva dall'iper connettività. La crescente interconnessione dei dispositivi e la maggiore fiducia nella tecnologia e nei dati in tempo reale sia a livello di persone sia di aziende, noto come *internet delle cose*, provoca ulteriori vulnerabilità. Recenti stime suggeriscono che entro il 2020 potrebbero esservi un trilione di dispositivi connessi, e che 50 miliardi di macchine si scambieranno i dati quotidianamente. Gli *Ics (integrated computer solution)* sono un'altra area interessata, poiché un grande numero di sistemi di controllo industriali, ancora oggi in uso, sono stati progettati prima che la sicurezza informatica divenisse un problema importante. Un attacco contro un *Ics* potrebbe dar luogo a danni gravi, come incendi o esplosioni, ma anche a *business interruption*.

Come rispondere dunque a questi pericoli? Una soluzione, secondo il report di Agcs, può essere la cyber assicurazione: anche se non sostituisce una solida sicurezza It, ma crea una seconda linea difensiva per mitigare gli incidenti informatici. In generale, però, la gestione del rischio informatico è troppo complessa per essere affrontata da un singolo o da un dipartimento. In quest'ottica, quindi, Agcs consiglia un approccio *think tank* per affrontare il rischio, così che i vari soggetti coinvolti possano collaborare per condividere le esperienze. A partire da ciò, possono essere prese in esame varie prospettive e scenari: ad esempio è possibile considerare i rischi posti da sviluppi aziendali, come fusioni e acquisizioni, o dall'uso di servizi esterni o basati sul *cloud*. Infine, il coinvolgimento tra aziende è essenziale per identificare i beni principalmente a rischio e soprattutto sviluppare piani di gestione e reazione della crisi.

Renato Agalliu

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

Convegno

INTERMEDIARI NELL'ERA DELLA SELEZIONE

Milano, 8 ottobre 2015 (9.00 - 17.00)
Palazzo delle Stelline, Corso Magenta 61

Gli intermediari non potranno continuare a operare come in passato.

Per gli agenti è tempo di fare i conti con le strategie delle compagnie basate sulla multicanalità, con le operazioni di integrazione tra reti e di ottimizzazione del presidio sul territorio. La crisi, la ricerca di redditività, la necessità di operare con più incisività sul mix di portafoglio rappresentano spinte all'azione che passano attraverso un efficace utilizzo della tecnologia. Impossibile sottrarsi a questo cambiamento, pena la sopravvivenza dell'agenzia.

Per i broker si accentua il quadro competitivo, con un pesante gap da colmare tra i grandi player e le realtà di più piccole dimensioni, che affrontano le difficoltà del mercato aggregandosi, specializzandosi, valorizzando le capacità consenziali.

Su tutti pesano gli interventi legislativi, le decisioni che arrivano dall'Europa, gli obblighi di adeguamento a provvedimenti che puntano alla tutela del consumatore e alla semplificazione in nome della qualità dell'offerta e del servizio.

La ricerca di maggiore concorrenza apre così le porte ad altri canali e altri operatori: molteplici sono allora gli interrogativi sul posizionamento degli intermediari e, in prospettiva, sul reale valore del lavoro che potranno continuare a svolgere nel nostro Paese.

Il convegno si propone di analizzare:

1. L'attuale fisionomia del canale agenti e del canale broker e il loro peso nel sistema distributivo
2. Le motivazioni che conducono molti agenti a diventare broker
3. Il ruolo delle associazioni e delle rappresentanze di categoria
4. L'impatto (e le incognite) del quadro legislativo, normativo e sanzionatorio
5. Le scelte per recuperare fiducia nella relazione tra compagnia, intermediario, cliente
6. La gestione del rapporto tra attività di integrazione, operatività nell'era digitale e provvigioni

***IN CHIUSURA DEL CONVEGNO I PIÙ FORTUNATI
TRA IL PUBBLICO VERRANNO SORTEGGIATI E RICEVERANNO
UN PRESTIGIOSO PREMIO: UN RINGRAZIAMENTO
PER LA COSTANTE ATTENZIONE CHE IL MONDO
DEGLI INTERMEDIARI RISERVA ALL'ATTIVITÀ
DI INSURANCE CONNECT***

Iscriviti su www.insurancetrade.it

INTERMEDIARI NELL'ERA DELLA SELEZIONE

PROGRAMMA

Chairman **Maria Rosa Alaggio**, direttore di *Insurance Review* e *Insurance Trade*

09.00 - 09.30 – Registrazione

09.30 - 09.50 – **Presentazione dei risultati dell'Osservatorio sulla distribuzione assicurativa. L'evoluzione del mercato assicurativo e le nuove sfide per intermediari e compagnie**
Marco Lanzoni, senior manager e responsabile Mercato Finanza di Scs
Giorgio Lolli, manager Mercato Finanza di Scs

09.50 - 10.10 – **L'evoluzione del servizio come chiave per la competitività**
Sonia Grieco, senior manager Previnet
Sonia Lupi, senior consultant di Iama Consulting

10.10 - 10.30 – **Specializzazione e intraprendenza. E la professionalità diventa successo**
Maurizio Ghiloso, ad Dual Italia

10.30 - 11.15 – **Leggi e norme: è vera concorrenza?**
Maria Luisa Cavina, responsabile servizi intermediari Ivass
Fabio Maniori, responsabile legale, compliance e distribuzione Ania
Carlo Marietti Andreani, presidente Aiba
Luigi Viganotti, presidente Acb

11.15 - 11.30 – Coffee break

11.30 - 13.00 – **Essere agente nell'era della selezione**
Giovanni Calabrò, direttore generale per la tutela al consumatore Antitrust
Maurizio Capiello, presidente Commissione Distribuzione Ania
Vincenzo Cirasola, presidente Anapa
Massimo Congiu, presidente Unapass
Claudio Demozzi, presidente Sna

13.00 - 13.15 – Q&A

13.15 - 14.00 – Pranzo

14.00 - 14.20 – **PROGETTO AGENTE DIRETTO: Soluzioni innovative a portata di Click**
Andrea Costa, coordinatore commerciale rete agenziale Aec

14.20 - 14.30 – **L'agente del futuro secondo Aviva Italia**
Intervista a Patrick Dixneuf, ceo Aviva Italia

14.30 - 14.50 – **La scelta di diventare broker**
Giancarlo Guidolin, presidente onorario dell'associazione agenti Tua, delegato e amministratore unico della società di brokeraggio Consulenze Assicurative

14.50 - 15.10 – **Tecnologia per nuovi modelli distributivi**
Intervento a cura di Sia

15.10 - 15.30 – **Differenziarsi in un mercato altamente competitivo**
Intervento a cura di Das

15.30 - 16.45 – **TAVOLA ROTONDA: Compagnie, intermediari e cliente: centralità di canale, di offerta e di relazione**
Simone Amati, Aig FL profit center manager e ad di Advisor srl
Marco Lamola, direttore distribuzione e marketing Gruppo Cattolica
Alessandro Lazzaro, presidente Unione Agenti Axa
Jean François Mossino, presidente Commissione agenti europei
Andrea Pezzi, vice direttore generale area commerciale UnipolSai
Domenico Quintavalle, direttore rete agenti Zurich

16.45 - 17.00 – Q&A

sponsor



Scarica il programma completo