

PRIMO PIANO

Rc auto, più sconti per i virtuosi

Sconti sul prezzo dell'Rc auto a chi monta la scatola nera, indipendentemente dalla città di residenza. Ieri l'aula della Camera ha approvato un emendamento all'articolo 6-bis del ddl Concorrenza, a firma dei deputati Pd Leonardo Impegno e Silvia Fregolent. "Tecnicamente - spiega Impegno - agli automobilisti residenti nelle regioni dove il costo medio del premio, calcolato sulla base dell'anno precedente, è superiore alla media nazionale, e che non abbiano fatto incidenti per cinque anni consecutivi, verrà applicata una percentuale di sconto tale da commisurare la loro tariffa a quella media che verrebbe applicata a un qualsiasi assicurato, dalle medesime caratteristiche soggettive e collocato nella stessa classe di merito, residente in una regione con un costo medio inferiore alla media nazionale, riferito allo stesso periodo".

Secondo Impegno, questo provvedimento rappresenta "un gigantesco passo in avanti, garantendo premi in alcuni casi anche dimezzati. Abbiamo rotto un muro di pregiudizi ed eliminato una discriminazione a base territoriale davvero intollerabile di cui sono state vittime finora gli automobilisti delle regioni del Sud". L'on. Fregolent ha spiegato che "non c'è nessuna richiesta di modifica in seconda lettura", auspicando che "il Senato proceda nel modo più rapido".

Beniamino Musto

RICERCHE

Gli italiani e i pagamenti elettronici

Trend in crescita per le transazioni elettroniche e gli strumenti alternativi al contante



Anche se il contante rimane uno dei principali strumenti di pagamento, crescono gli italiani che fanno ricorso alle transazioni elettroniche. E nonostante lo scorso anno le carte di credito in circolazione, in Italia, siano diminuite (-3,5% rispetto al 2013), principalmente a causa delle politiche di razionalizzazione dell'offerta, si conferma la crescita del numero di transazioni con carta di credito (+9,6%), iniziata nel 2013 dopo il calo di oltre otto punti percentuali del 2012. L'aumento porta il numero assoluto delle transazioni a un livello superiore rispetto a tutti i valori registrati nell'intero quinquennio. È l'istantanea che emerge dalla tredicesima edizione dell'osservatorio sulle carte di credito realizzato da **Assofin**, **Crif** e **GfK**. Nel dettaglio, il 2014 ha riconfermato il trend di costante crescita della diffusione degli strumenti di pagamento alternativi al contante, sia in termini di volumi sia di numero di transazioni. Il numero dei pagamenti effettuati in Italia con strumenti diversi dal contante è cresciuto del 6,5% rispetto al 5,4% registrato l'anno precedente. Coerentemente con questa dinamica, si osserva una crescita, anche se meno sostenuta, del volume complessivo delle transazioni effettuate (+3,7%). Al contempo, si registra una diminuzione dell'importo medio transato annuo, pari a 1.860 euro, rispetto ai 1.911 euro del 2013 (-3%), che conferma il trend di riduzione iniziato nel 2011.

GIÙ LE CARTE DI CREDITO, CRESCONO QUELLE DI DEBITO E LE PREPAGATE

Da un lato il segno meno per le carte di credito in circolazione lo scorso anno, dall'altro, la continua crescita del numero di carte di debito (+5,1% rispetto all'anno precedente). Ma il 2014 ha visto anche la crescita a un ritmo significativo della diffusione delle carte prepagate (+13,9% nel 2014 rispetto al 2013), a conferma del loro ruolo di strumento di inclusione finanziaria. Tale diffusione è stata accompagnata anche da una crescita nell'utilizzo, con un +19,4% del numero di transazioni e un +14,8% del valore delle operazioni. Peraltro, risulta in aumento anche il numero medio di operazioni per singola carta (+4,9% sul 2013), mentre diminuisce l'importo medio delle transazioni (-3,9%), assestatosi a 46 euro contro i 48 euro del 2013 e i 53 euro del 2012. Un dato, questo, che può essere spiegato dalla nuova abitudine da parte degli italiani di usare la moneta elettronica anche per l'acquisto di beni di importo più contenuto. *(continua a pag. 2)*



INSURANCE CONNECT su FACEBOOK

Seguici sulla pagina cliccando qui





© CVictoria - Fotolia.com

(continua da pag. 1)

IL SUCCESSO DELLA RATEIZZAZIONE

Dopo anni di progressivo ridimensionamento, il numero complessivo di *carte rateali* e *opzione* in circolazione torna leggermente a crescere (+3%). Tale trend riflette il deciso aumento delle emissioni di nuove carte, sia opzione sia rateali, alimentato dalla proposizione di prodotti bancari e assicurativi sul mercato. Restano, tuttavia, selettive e mirate le politiche di affidamento. Relativamente ai flussi veicolati dalle carte rateali/opzione, si registra una evoluzione positiva nel 2014 (+5,3% rispetto al 2013), che si rafforza nel primo semestre del 2015 (+14,7%). Il comparto è trainato dalle carte opzione, ossia quelle che lasciano al titolare la scelta se rimborsare a fine mese o rateizzare il credito (+16,9% i volumi transati nel primo semestre 2015), tipologia di carta verso la quale l'offerta ha mostrato una progressiva focalizzazione. Si conferma, infine, la forte preferenza dei titolari per la flessibilità di questo tipo di carta, maggiormente utilizzata in modalità *charge*. Tuttavia, anche le carte rateali pure mostrano una ripresa dei flussi finanziati nei primi sei mesi del 2015 (+4,4%), riflettendo il successo delle carte dedicate alla rateizzazione dei premi assicurativi.

Renato Agalliu

NEWS DA WWW.INSURANCETRADE.IT

Assiteca, bene il primo bilancio dopo Ipo

Il cda di **Assiteca** ha approvato il bilancio consolidato pro forma al 30 giugno 2015, certificando un utile netto in crescita del 2% a 3,25 milioni di euro contro i 3,2 milioni del 30 giugno 2014. Si tratta del primo bilancio dopo la quotazione sul listino *Aim* di Borsa Italiana, avvenuta lo scorso 27 luglio. Il gruppo ha redatto i prospetti consolidati pro forma, in conformità con i principi contabili internazionali. Le rettifiche recepiscono retroattivamente gli effetti delle acquisizioni nel corso dell'esercizio 2015.

Il broker italiano ha aumentato i ricavi lordi dell'1% dai 58,3 milioni del 2014 ai 58,6 del giugno 2015. Crescono anche i ricavi netti e l'Ebitda. "Rispetto ai dati consolidati las/lfrs 2014 non pro-forma - si legge in una nota della società - la crescita dei ricavi netti risulta più significativa (+14%) e riflette l'impatto delle acquisizioni avvenute nel corso del 2015 a conferma della bontà del programma di crescita per linee esterne. Tale incremento si riflette sull'Ebitda e sul risultato ante imposte". L'Ebitda pro forma è pari a 7,9 milioni al 30 giugno, in progressione del 13,4% rispetto ai 7,6 milioni del 30 giugno 2014. Il bilancio sarà sottoposto all'approvazione dell'assemblea degli azionisti prevista in prima convocazione per il 29 ottobre e in seconda il 30 ottobre 2015. Il cda propone all'assemblea la distribuzione di un dividendo pari a 0,03 euro per azione; il 5% dell'utile a riserva legale e il residuo riportato a nuovo.



24 ORE EVENTI Meet the leaders, share the experience

www.eventi.ilsolo24ore.com/annual-assicurazioni-2015

17° ANNUAL ASSICURAZIONI

MILANO, 27 E 28 OTTOBRE 2015
SEDE GRUPPO 24 ORE - VIA MONTE ROSA, 91

Il Sole 24 ORE



INTERVENGONO

- | | | | | | | | | | | | |
|---|--|---------------------------------------|-----------------------------------|---|---|------------------------------------|---|---|--|---------------------------------------|---|
| Angelo Apponi
Consob | Camilo Candia
Zurich Italia | Giulio Coraggio
DLA Piper Italy | Emanuele Costa
BCG | Leonardo Felician
Genialloyd | Nicola Maria Fioravanti
Intesa Sanpaolo Vita | Laura Galvagni
Il Sole 24 ORE | Umberto Guidoni
ANIA | Carlo Mariotti
AIBA | Pierluigi Paganini
ENISA - European Union Agency for Network and Information Security | Klaus-Peter Roehler
Allianz Italia | Gian Paolo Tagariello
Legance - Avvocati Associati |
| Andrea Battista
Eurovita Assicurazioni | Maurizio Cappiello
AXA Assicurazioni | Sergio Corbelli
Assoprevenza AVIVA | Patrick Dixneuf
AVIVA | Flavio Fidani
PwC - Actuarial Services | Dario Focarelli
ANIA | Bruno Giuffrè
DLA Piper Italy | Maurizio Hazan
Studio Legale Taurini & Hazan | Aldo Minocci
ANIA | Alessandro Plateroti
Il Sole 24 ORE | Debora Rosciani
Radio 24 | Michele Tronconi
Assofondipensione |
| Giovan Battista Mazzucchelli
Cattolica Assicurazione | Carlo Cimbrì
UnipolSai e Unipol Gruppo Finanziari | Davide Corradi
BCG | Massimo Doris
Banca Mediolanum | Luca Filippone
Reale Mutua | Gabriele Galateri di Genola
Assicurazioni Generali | Alberto Grassani
Il Sole 24 ORE | Giuseppe Latorre
KPMG | Yuri Narozniak
Grupama Assicurazioni | Alessandro Santoliquido
Sara Assicurazioni | | |

IN COLLABORAZIONE CON



OFFICIAL SPONSOR



SPONSOR



EXHIBITOR



CON IL PATROCINIO DI



Servizio Clienti
Tel. 02 5660.1887 - Fax 02 7004.8601
Info@formazione.ilsolo24ore.com

GRUPPO 24 ORE

Il Sole 24 ORE Business School ed Eventi
Milano - via Monte Rosa, 91 / Roma - piazza dell'Indipendenza, 23 b/c
ORGANIZZAZIONE CON SISTEMA DI QUALITÀ CERTIFICATO ISO 9001:2008

RICERCHE

Paure e aspettative delle Pmi

Le aziende temono la crescita della concorrenza e il calo della domanda, ma aumenta il numero delle realtà che investono nelle risorse umane. È quanto emerge dal sondaggio internazionale presentato da Zurich sulle piccole e medie imprese

La contrazione della domanda (40%) e l'alto livello di concorrenza congiunto agli effetti del calo dei prezzi sulla marginalità (33,5%): sono i principali timori delle Pmi italiane legati alla congiuntura economica. È quanto emerge dalla terza edizione del sondaggio internazionale presentato da Zurich e realizzato da Gfk Eurisko sui rischi e le opportunità, su un campione di 3 mila piccole e medie imprese in 15 Paesi del mondo in Europa, America e Asia-Pacifico, negli ultimi 12 mesi. Un trend, seppur in lieve peggioramento, che è in linea con i risultati ricavati nelle passate edizioni dell'indagine di Zurich. A seguire la preoccupazione di incorrere in problemi legali e fiscali (17,5%) e danni all'immagine e alla reputazione (13,5%). Da rilevare, inoltre, quest'anno, un aumento esponenziale delle Pmi che temono i rischi legati alla vulnerabilità dei sistemi tecnologici (da 0,8% nel 2013 a 8,5% nel 2015), ai crimini informatici (da 3,2% nel 2013 a 10,5% nel 2015) e alla corruzione (da 0,4 nel 2013 a 3,5% nel 2015). Si abbassa, invece, rispetto al 2014 la paura che si verifichino danni dolosi, disordini (-75%) catastrofi naturali (-50%).

Non solo timori e preoccupazioni, ma anche un segnale di rinnovato ottimismo per le Pmi del nostro Paese. Un *sentiment* evidente, questo, che si segnala con l'aumento delle opportunità di sviluppo: quasi quadruplicato il numero delle aziende che investono nelle risorse umane. Mentre i principali vantaggi sono la riduzione dei costi (per il 34,5% delle Pmi), le agevolazioni nell'accesso al credito, l'apertura verso nuovi segmenti di clientela e le novità legislative (34,5%). Inoltre, come accennato, le imprese italiane riscoprono il valore degli investimenti nelle risorse umane: dal 2013 si registra una percentuale di Pmi aumentata di quasi quattro volte (3,2% nel 2013 e 11,5% nel 2015). In sostanza, una buona gestione del personale non viene vista come un onere, ma come un'opportunità di crescita che permette di presentarsi sul mercato con un forte vantaggio competitivo.

R.A.

DALLE AZIENDE

“Pad”, Progetto agente diretto: Soluzioni assicurative targate Lloyd's

Il mercato assicurativo sta cambiando. I modelli distributivi anche. Orientarsi verso la specializzazione di prodotti di nicchia quale la Responsabilità civile professionale è ormai una necessità. Il gruppo Aec ha da poco lanciato un nuovo modello di business che ha come protagonista l'agente di assicurazione. Ne parliamo con Andrea Costa, leader del progetto e coordinatore commerciale della rete agenziale di Aec

DOMANDA. In che modo l'agente di assicurazioni può accedere al Progetto Pad?

RISPOSTA. Il modello di business consiste nel conferire all'agente un mandato diretto di un mercato assicurativo *per il tramite* di Aec. Il nostro gruppo ne gestirà l'intero ciclo di business.

D. Quali caratteristiche deve avere l'Agente di Assicurazioni?

R. Prerequisito fondamentale è la capacità imprenditoriale di mettersi in gioco specializzandosi, oltre ovviamente al desiderio di realizzare un progetto investendo tempo e risorse della sua agenzia.

D. Una volta conferito il mandato, quali strumenti ha l'agente per poter operare?

R. L'agente avrà la possibilità di emettere soluzioni assicurative targate Lloyd's, primario mercato assicurativo mondiale. Con la linea di prodotti *Self Made Standard* il nostro agente potrà emettere, in totale autonomia, tutte le soluzioni assicurative disponibili in piattaforma, come ad esempio la Responsabilità civile professionale. Ovviamente, oltre ai prodotti a emissione diretta, il nostro agente può contare su quotazioni personalizzate (*tailor made*) affidandosi a sottoscrittori Aec di alto livello di specializzazione.

D. Solo Rc professionale?

R. Assolutamente no. Usciremo molto presto con una polizza D&O (Rc amministratori e altri esponenti aziendali) dedicata alla Pmi, con la colpa grave per i dirigenti e dipendenti di enti pubblici e un polizza *Infortuni fine carriera* dedicata ai professionisti con supervalutazione per l'area medico-sanitaria.



Andrea Costa

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.itPer 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

50
ARAG
2015

Insurance Daily



GIOVEDÌ 1 OTTOBRE 2015 N. 786

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 Ghilosso, 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 Cappelletto, 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 – **Soluzioni tecnologiche innovative per portare valore ai nuovi modelli distributivi**
Francesco Merzari, direttore generale Sia
Roberto Rossi, direttore IT di Donau Versicherung AG

15.10 - 15.30 – **Differenziarsi in un mercato altamente competitivo**
Roberto Grasso, General Manager di D.A.S. Italia

15.30 - 16.45 – **TAVOLA ROTONDA: Compagnie, intermediari e cliente: centralità di canale, di offerta e di relazione**
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

patrocinio



ASSEPRIM
ASSOCIAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE

sponsor



Scarica il programma completo