

PRIMO PIANO

Ania, Rc auto ancora giù

Il premio medio (prima delle tasse) delle polizze rinnovate del ramo Rc auto è diminuito tra settembre 2014 e settembre 2015, da 401 a 378 euro, per un calo pari al 5,9%: cioè 23 euro in valore assoluto. Il premio medio delle autovetture ha registrato a settembre 2015 una diminuzione del 6,4%, mentre per i motocicli la riduzione è stata dell'1,2% e per i ciclomotori dell'1%. È quanto ha comunicato Ania, in una rilevazione che dimostra il calo costante dei prezzi delle polizze al rinnovo, un trend iniziato negli ultimi mesi del 2012.

Nel settembre del 2012, il premio medio si attestava a 448 euro, il che vuol dire che per arrivare all'attuale cifra di 378, il prezzo pagato si è ridotto di 70 euro, ovvero del 15,6%. Interessante segnalare le riduzioni anno su anno: meno 20 euro a settembre 2013 (-4,4%), meno 27 euro a settembre 2014 (-6,2%) e meno 23 euro a settembre 2015 (-5,9%). Il tasso di riduzione è lievemente rallentato proprio nell'ultimo anno. Sul premio medio le imposte pesano il 15,6% e il contributo al Servizio sanitario nazionale il 10,5%, sostanzialmente in linea con il 2014. Tra settembre 2014 e settembre 2015 il premio medio dopo le tasse è sceso quindi da 506 a 477 euro.

Fabrizio Aurilia

RC AUTO

Il business assicurativo si tinge di rosa

Cliente, agente e imprenditrice. Il gentil sesso rappresenta, nelle diverse vesti, un'opportunità straordinaria per l'industria delle polizze e la crescita economica, come rivela un'indagine presentata a Roma dal gruppo Axa

Un mercato globale pari a 1.7 trilioni di dollari, per il solo segmento delle donne, entro il 2030, di cui quasi la metà dalle 10 principali economie emergenti: è la straordinaria opportunità di crescita che le donne rappresentano per il settore assicurativo nel mondo, secondo il report *SheforShield: Insure Women to Better Protect All*, elaborato dal gruppo Axa, con Ifc e Accenture e presentato a Roma, in anteprima italiana, da Gaele Olivier, ceo Axa Asia P&C, nel corso dell'evento *Women in Insurance: donne che proteggono*, organizzato da Valore D e Axa Italia.



L'indagine, elaborata nel quadro della partnership globale tra il gruppo francese e Ifc, che mira ad uno sviluppo sostenibile del settore assicurativo nei mercati emergenti, analizza l'opportunità di business rappresentata dal segmento femminile per questo mercato, identificandone i fattori di crescita ed evidenziando i bisogni di protezione, sempre nuovi, delle donne, per consentire al settore di elaborare un'adeguata proposizione a valore aggiunto per questo segmento di clientela.

Dal report emerge che, oggi, l'ammontare dei premi annui del mercato retail globale, per il segmento donne, è pari a 770 miliardi di dollari, il 17% dei 4.6 trilioni di dollari corrispondente al volume complessivo dei premi assicurativi (retail e commerciale). Un valore che è destinato a crescere, raggiungendo, entro il 2030, un valore incluso tra 1.452 e 1.7 trilioni di dollari, pari a circa il 19-22% del mercato retail e commerciale globale stimato per il 2030.

UN NUOVO WELFARE DELLA DIVERSITÀ

Le motivazioni della crescita sono da ricondurre ai cambiamenti nello status socio-economico della donna: un livello di educazione scolastica più elevato, una maggiore partecipazione nel mondo del lavoro e, quindi, una crescente capacità di spesa. Inoltre, la donna è più *risk-aware* rispetto all'uomo e, perciò, più propensa a investire per proteggere se stessa e la propria famiglia.

“Le donne – spiega **Frédéric de Courtois**, amministratore delegato Axa Italia – hanno acquisito una sempre maggiore consapevolezza del rischio, un elemento che le ha portate ad essere più *decision maker* e soggetti attivi della protezione, anche finanziaria, propria e delle famiglie. (continua a pag. 2)



INSURANCE CONNECT su FACEBOOK

Seguici sulla pagina cliccando qui 



Frédéric de Courtois, ad di Axa Italia

(continua da pag. 1) Attraverso risposte concrete agli specifici bisogni di protezione delle donne, è possibile dare impulso alla componente femminile del settore e, ancora di più, della società. Per far questo – avverte de Courtois - diventa fondamentale costruire un nuovo welfare della diversità, di genere, di culture, di generazioni: un risultato possibile solo attraverso uno sforzo congiunto fra pubblico e privato”.

UN BACINO ETEROGENEO DAL GRANDE POTENZIALE

Il gentil sesso rappresenta un mercato eterogeneo, con bisogni di protezione che variano in base a reddito, provenienza geografica, occupazione e stato sociale. Da qui, la necessità, per le assicurazioni, di adattare ogni raccomandazione

alle caratteristiche dei segmenti di riferimento. Fra i cinque individuati nel report *SheforShield*, particolarmente rilevante è quello delle donne imprenditrici: un terzo dell'imprenditoria mondiale è composta da donne che vogliono far crescere il proprio business e assumersi rischi più calcolati, ma che spesso si scontrano con un evidente divario di genere. Aiutando le donne a gestire il rischio, le assicurazioni possono fornire alle imprenditrici più facile accesso al credito e facilitare così il loro *empowerment*.

Le donne possono contribuire alla crescita del settore anche nel loro ruolo di professioniste della distribuzione: dal back office al front office, fino a posizioni manageriali, l'universo femminile è in grado di sviluppare relazioni a lungo termine, migliorando così il livello di *client retention* e favorendo potenzialmente la ricorrenza di prodotto sui clienti esistenti.

DONNE, VOLANO DEL CAMBIAMENTO

Che siano clienti, imprenditrici o professioniste della distribuzione, le donne sono portatrici di nuovi bisogni di protezione, specifiche competenze professionali e un nuovo approccio al rischio e, come tali, si fanno vettore di cambiamento sia in quanto nuovo segmento di clientela retail sia in una nuova veste di professioniste. Le donne possono dunque rappresentare un fattore di sviluppo economico e sociale.

“Il settore assicurativo – spiega **Claudia Parzani**, presidente di **Valore D** e partner di **Linklaters** - ha dato voce a una tendenza che si sta affermando con sempre maggiore forza e chiarezza in un ambito, quello finanziario, tuttora caratterizzato da una scarsa presenza di donne al vertice. Come dimostrano i dati presentati oggi, le donne, con la specificità dei loro bisogni e delle loro competenze, stanno innescando dinamiche di cambiamento su più livelli. (continua a pag. 3)



Una prospettiva assicurativa intelligente

Decisioni efficaci di Capital Management

I vostri consulenti vi aiutano a vedere il quadro completo?

Attraverso la nostra unica combinazione di software leader di mercato e di consulenza attuariale, finanziaria e di risk management, aiutiamo i nostri clienti a fare le giuste scelte di capital management attraverso una visione completa del proprio business.

Towers Watson. A global company with a singular focus on our clients.

Benefits
Risk and Financial Services
Talent and Rewards

towerswatson.com

Copyright © 2015 Towers Watson. All rights reserved.
TW-EU-2015-42409. Marzo 2015.

TOWERS WATSON

(continua da pag. 2) Come professioniste, portano con sé una modalità di lavoro più sostenibile e inclusiva e uno stile di leadership innovativo. Come consumatrici rappresentano un nuovo mercato con grandissime potenzialità di crescita e con esigenze nuove che è importante sapere cogliere e soddisfare, tenendo presente che i prodotti per donne devono essere pensati anche da donne e che i prodotti pensati da donne e da uomini sapranno soddisfare più esigenze di quelli pensati da sole donne e da soli uomini”.



Gaelle Olivier,
ceo di Axa Asia P&C

I PRIMI SEGNALI ANCHE IN ITALIA

Anche in Italia, il settore comincia ad avvertire i primi movimenti. Secondo i dati rilevati da **Episteme** per Axa Italia, infatti, è cambiato l'approccio al rischio delle donne: non più avversione verso potenziali minacce, bensì una sempre maggiore consapevolezza, che incide anche sul settore assicurativo sollecitando la domanda. C'è voglia di riscatto e di mettersi in gioco in prima persona, ma in modo consapevole. In questo contesto, si evince un nuovo rapporto tra donne e impresa: il 61,8% sente di essere il tipo di persona che può mettersi in affari da sola.

“Le donne giocano un ruolo versatile nella società – conclude **Gaelle Olivier**, ceo **Axa Asia P&C** - che consente loro di agire come canale di cambiamento sociale e progresso economico. Realizzare il pieno potenziale del mercato assicurativo al femminile avrà un impatto ben oltre la bottom line assicurativa, traducendosi in innovazione, empowerment economico delle donne e crescita economica”.

Laura Servidio

EVENTI

Il valore del dolore

Se ne parlerà durante il prossimo convegno di Medicina e Diritto, il 13 novembre a Milano

Che sia fisico, morale, o spirituale, quanto può valere il dolore? Questo tema sarà il filo conduttore del convegno annuale di **Medicina e Diritto**, in programma venerdì 13 novembre a Milano, presso l'aula magna dell'Università degli Studi (via Festa del Perdono 7). Il panel di esperti, provenienti da diversi ambiti professionali proverà a tracciare un quadro multidisciplinare, dalle cui sfumature emergerà l'importanza della valorizzazione della sofferenza nei suoi diversi impatti giuridici e medico-legali. Come sottolinea il presidente di Medicina e Diritto, **Umberto Genovese**, “il dolore diventa elemento onnipresente e protagonista assoluto nel danno alla persona”.

I due interventi che apriranno le sessioni (mattutina e pomeridiana) saranno tenuti da **Oscar Corli** (Istituto Mario Negri, Milano) e dal cantautore **Roberto Vecchioni**, così da fornire “utili elementi conoscitivi sul dolore”, spiega Genovese. Gli approfondimenti medico-legali e giuridici saranno poi affidati a noti esperti dei diversi ambiti applicativi, che affronteranno argomenti tecnici “classicamente correlati al sintomo e al vissuto del dolore, ma anche temi di estrema attualità, sollecitati dalle più recenti pronunce giurisprudenziali”.

Beniamino Musto



Non sarebbe meglio lavorare con uno specialista?



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



Insieme verso il domani

PER SAPERNE DI PIÙ

Insurance Daily



Insieme verso il domani

PER SAPERNE DI PIÙ

MERCOLEDÌ 11 NOVEMBRE 2015 N. 815

Convegno

L'RC AUTO TRA TECNOLOGIA E RIFORME

Milano, 12 novembre 2015 (9.00 - 17.30)
Palazzo delle Stelline, Corso Magenta 61

PROGRAMMA

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

09.00 - 09.30 – Registrazione

09.30 - 10.00 – **Presentazione risultati Osservatorio Gestione Sinistri Auto**
Guido Proietti, manager di Scs Consulting

10.00 - 10.20 – **Case Study – L'esperienza di Aviva Italia**
Fabio Zunino, responsabile direzione sinistri di Aviva Italia

10.20 - 10.40 – **Detection e investigation di potenziali frodi nella gestione dei sinistri: evoluzione di modelli e processi con il supporto della tecnologia big data**
Luca Lanzoni, director organization, information technology and operations di Hdi Assicurazioni

10.40 - 11.00 – **Sistemi avanzati di contrasto alle frodi: fattori critici di successo e prime evidenze numeriche**
Giovanni Campus, direttore generale di Msa Multi Serass
Andrea Guerra, managing director di Kube Partners

11.00 - 11.30 – Coffee break

11.30 - 12.45 – **TAVOLA ROTONDA: Ddl Concorrenza, riforma o boomerang?**
Giovanna Gigliotti, direttore sinistri di UnipolSai
Umberto Guidoni, responsabile servizio auto di Ania
Massimo Monacelli, chief claims officer di Generali Italia
Fabio Sattler, vice direttore generale di Allianz

12.45 - 13.00 – Q&A

13.00 - 14.00 – Pranzo

14.00 - 14.20 – **Il valore del servizio nella riparazione dei vetri auto**
Giovanni De Donato, direttore generale di Glassdrive

14.20 - 15.20 – **Quanto e quale risarcimento in epoca di crisi?**
Antonia Boccadoro, segretario generale di Aiba
Maurizio Hazan, studio legale Taurini-Hazan
Flavio Peccenini, professore di diritto privato e di diritto delle assicurazioni private presso l'Università degli Studi di Bologna
Fabrizio Premuti, presidente di Konsumer Italia

15.20 - 15.40 – **La scatola nera Street Angel. L'eccellenza italiana a disposizione dell'assicurato**
Angelo Cacciotti, direttore generale di Sicurezza e Ambiente
Roberto Castelli, responsabile tecnico progetto Street Angel di Sicurezza e Ambiente
Eugenio Vanda, consigliere di amministrazione di Sicurezza e Ambiente

15.40 - 16.00 – **L'evoluzione della comunicazione durante la gestione del sinistro: nuovi strumenti digitali**
Cinzia Carbone, business development, sales and marketing national manager di Solera

16.00 - 17.30 – **TAVOLA ROTONDA: Gli obiettivi della direzione sinistri**
Laura Brancaleoni, direttore sinistri di Credit Agricole Assicurazioni
Paolo Masini, direttore sinistri di Cattolica Assicurazioni
Nicola Murano, responsabile unità antifrode e supporto tecnico di Reale Mutua
Gaetano Occorsio, direttore sinistri di Sara Assicurazioni
Marco Raggi, telematics & insurance manager di Lojack
Mirella Restelli, chief claims officer di Zurich Italia
Ferdinando Scoa, direttore sinistri di Assimoco
Massimo Treffiletti, dirigente responsabile servizio Card accordi associativi antifrode di Ania

sponsor



GFT



Sicurezza e Ambiente S.p.A.



Taurini & Hazan
STUDIO LEGALE



Iscriviti su www.insurancetrade.it
Scarica il programma completo