

## EDITORIALE

### L'identità di gruppo

Quante volte abbiamo scritto e argomentato circa le strategie delle compagnie tese all'identità di gruppo e alla riconoscibilità di un unico marchio?

Si tratta di politiche di brand e di evoluzione della presenza sul mercato che implicano investimenti consistenti, oltre che interventi sui modelli organizzativi e sulle modalità commerciali. In tutto questo, le reti agenziali rappresentano sempre il fulcro per il raggiungimento del successo.

Nei piani industriali si parla di obiettivi e di cifre, di metodi per aumentare la solidità dell'impresa, incidere sui costi, aumentare l'efficienza. E i risultati attesi, in particolare quando si parla di integrazioni tra compagnie assicurative o di riassetto organizzativo, devono arrivare con gli sforzi di tutti, dal management alle reti agenziali.

In pochi anni il settore assicurativo è stato teatro di accorpamenti e integrazioni, con brand storici che (non senza qualche mal di pancia) hanno dovuto lasciare spazio al nuovo.

E così qualche sacrificio e molte preoccupazioni per il futuro, le reti agenziali hanno lavorato su un percorso tracciato. Ma il tempo passa velocemente e i manager possono anche cambiare. Sul campo restano gli agenti che, contando i loro sforzi, sperano che altri manager, o altre strategie, non li vanifichino.

**Maria Rosa Alaggio**  
Direttore di Insurance Daily

## COMPAGNIE

### UnipolSai, archiviata la fusione si apre una fase nuova

**Si conclude il triennio del piano industriale 2013-2015 caratterizzato dalla fusione con Fonsai. L'esercizio appena chiuso ha visto un calo dell'utile netto (-5,8%) e della raccolta (-8,8%), ma nel triennio il risultato consolidato è superiore ai 2,2 miliardi di euro**

Il 2015 di UnipolSai si è chiuso con un utile netto consolidato pari a 738 milioni di euro, in calo (-5,8%) rispetto ai 783 milioni dell'esercizio 2014. Una flessione che per la compagnia è imputabile "alla contabilizzazione - spiega UnipolSai in una nota - di un impatto negativo straordinario, pari a 84 milioni di euro, relativo al ricalcolo della fiscalità anticipata e differita per effetto del recente cambiamento dell'aliquota Ires (dal 27,5% al 24%)". Il risultato consolidato ante imposte è sceso a 1.044 milioni di euro (1.142 milioni nel 2014), con il settore danni che contribuisce per 813 milioni di euro (954 milioni nel 2014), e il vita per 344 milioni (254 milioni nel 2014).

Quello appena concluso è anche l'anno che chiude il *Piano industriale 2013-2015*. Un triennio caratterizzato dal processo di integrazione con **Fondiarria Sai**, una delle operazioni più ampie e complesse avvenute nell'ultimo periodo sul mercato italiano, non solo assicurativo. Nei tre anni, spiega la compagnia, gli utili consolidati cumulati di UnipolSai sono stati pari a 2.216 milioni di euro e sono stati distribuiti dividendi per 1.462 milioni con un *payout* medio sull'utile civilistico pari al 63%, in linea con il *range* 60/80% indicato nel piano.

#### GIÙ LA RACCOLTA

Tornando al solo 2015, la raccolta diretta, al lordo delle cessioni in riassicurazione, è risultata pari a 13.982 milioni di euro, in flessione del 8,8% su base omogenea rispetto al 2014 (tenendo conto della cessione del ramo d'azienda ad **Allianz**: -12,7% includendo l'effetto di tale cessione).

Nello specifico, il calo dei premi danni è risultato pari al 5,3%, con 7.334 milioni di euro di raccolta (di cui 4.254 milioni nei rami auto: -7,3% al netto della cessione ad Allianz) e 3.080 milioni nel non auto (-2,4% al netto della cessione di premi sopra citata). Tuttavia la *combined ratio* migliora, attestandosi al 93,9%, contro il 95,3% realizzato nel 2014.

Nel comparto vita, la compagnia sta puntando a privilegiare una produzione che consenta un minore assorbimento di capitali, per far fronte ai bassi tassi di interesse, e anche in ottica *Solvency II*. La raccolta diretta risulta pari a 6.648 milioni di euro, in flessione del 12,3%. Il risultato ante imposte del settore è positivo per 344 milioni di euro (254 milioni nel 2014).

#### L'ADEGUAMENTO A SOLVENCY II

Al 31 dicembre 2015, il margine di solvibilità consolidato calcolato su metriche Solvency I, è pari al 177% del capitale regolamentare, superiore rispetto al 165% di fine 2014. Per quanto concerne il nuovo regime di vigilanza prudenziale Solvency II, UnipolSai precisa di essere stata autorizzata dall'**Ivass** all'utilizzo dei parametri specifici dell'impresa (*Undertaking specific parameters, Usp*) per la quantificazione del requisito patrimoniale di solvibilità per i rischi tecnico-assicurativi danni e salute.

(continua a pag. 2)





Carlo Cimbri, ad di UnipolSai

(continua da pag. 1)

Secondo la compagnia, l'utilizzo degli Usp, nell'attesa di poter applicare il modello interno, consentirà "di meglio cogliere il proprio profilo di rischio, permettendo così una più efficace gestione del capitale".

#### A MAGGIO SI APRE UNA NUOVA FASE

"Con questo bilancio - ha spiegato l'ad della compagnia, **Carlo Cimbri** - si chiude la fase del processo di integrazione con Fondiaria Sai. I risultati sono stati positivi. Ora ne apriremo un'altra con il prossimo piano industriale che verrà presentato, al più tardi, all'inizio di maggio con i primi dati trimestrali". Cimbri ha parlato del futuro della compagnia, ricordando anche i dividendi distribuiti in questi anni. "UnipolSai - ha osservato l'ad - attraverso i risultati della gestione, di

fatto, ha autofinanziato l'acquisizione e l'integrazione, restituendo sostanzialmente agli azionisti quanto anticipato tre anni fa sotto forma di aumento di capitale". Tra il 2013 e il 2015, ha ricordato, la compagnia ha distribuito cedole per oltre 1,4 miliardi (con un payout al 63%), che sono "molto vicini agli 1,7 miliardi che UnipolSai ha ricevuto come aumento di capitale".

#### IL PROCESSO AGLI EX VERTICI FONDIARIA SAI

Rispondendo a una domanda sulle richieste di risarcimento avviate da **Mediobanca** (300mila euro di provvisoriale) e **Unicredit** (124,7 milioni di euro, più 150mila euro per il danno di immagine non patrimoniale) nell'ambito del processo agli ex amministratori di Fonsai, accusati di manipolazione del mercato e falso in bilancio, Cimbri ha voluto precisare che "Unicredit e Mediobanca non si sono costituite parte civile nei nostri confronti ma esclusivamente nei confronti degli imputati". Le richieste di risarcimento, quindi, "non riguardano l'attuale società UnipolSai".

**Beniamino Musto**





*Scarica la nuova app*

# ANAPA

 

## COMPAGNIE

### Numeri in crescita per AmTrust

**Presentati i dati 2015: utile operativo in aumento del +15% e raccolta premi +12% rispetto al 2014**

I risultati del 2015 confermano il trend di crescita di AmTrust, che ha fatto registrare utile operativo in aumento del 15% e una raccolta premi, che si attesta a 6,8 miliardi di dollari, incrementata del 12% (14% escludendo gli effetti derivanti dall'applicazione delle differenze cambi con le valute europee), rispetto ai 6,09 miliardi di dollari nel 2014.

Nel dettaglio, i premi netti di competenza, pari a 4,02 miliardi di dollari, registrano un incremento del 14% rispetto i 3,53 miliardi di dollari dell'esercizio precedente. L'utile operativo raggiunge quota 526,7 milioni di dollari, con un aumento del 15% rispetto ai 458,4 milioni di dollari nel 2014. Mentre l'utile netto 2015 si attesta a 472 milioni di dollari rispetto ai 434,3 milioni di dollari registrati nel 2014. Il *loss ratio*, infine, si mantiene sostanzialmente stabile attestandosi al 66,7%, contro il 66,4% registrato al 31 dicembre 2014.

R.A.

## PARTNERSHIP

### Cgpa punta ai broker in Gran Bretagna

**Accordo con British insurance brokers association per la copertura di responsabilità civile professionale**

Cgpa Europe attraversa la manica e sbarca in Gran Bretagna, grazie a un accordo con **British insurance brokers association** (Biba), la principale associazione di broker britannici che riunisce 2.000 imprese, 100 mila dipendenti per un contributo dell'1% al Pil.

Per Cgpa, compagnia specializzata nella responsabilità civile professionale degli intermediari assicurativi, l'accordo firmato in Gran Bretagna rientra nella strategia di sviluppo, che prevede di esportare il modello d'impresa costituito in Francia oltre ottanta anni fa. In Italia, Cgpa Europe ha incrementato l'attività nel 2015 grazie agli accordi con Aiba e con i gruppi agenti delle principali compagnie assicurative (per esempio Gruppo agenti Generali, Associazione agenti UnipolSai, Gruppo agenti Sai, Gruppo agenti Sara).

Il gruppo Cgpa serve oltre 17mila intermediari in Europa.

F.A.

## COMPAGNIE

### Oltre 3.000 persone alla prima convention di Reale group

**Le imprese del gruppo: Reale Mutua, Italiana Assicurazioni, Reale Seguros, Banca Reale, Reale Immobili, Blue Assistance e Reale Ites Geie, riunite per la prima volta**



*Together more.* Insieme di più. Per condividere l'identità comune e per guardare insieme al futuro. All'insegna di questo claim, che rappresenta anche la nuova filosofia legata al concetto di condivisione e compartecipazione, si è tenuta nei giorni scorsi, al Pala Alpitour di Torino, la prima convention di **Reale group**. L'evento ha coinvolto le società del gruppo e circa 3.000 persone, tra consiglieri, sindaci, dipendenti e agenti, provenienti da tutta Italia e, in parte, dalla Spagna. Per l'occasione, il management del gruppo ha illustrato i progetti strategici, le principali sfide future e il piano triennale 2016-2018.

*Together More* esprime oggi l'essenza stessa del gruppo, attuando il concetto di mutualità ed esplicitando la sua missione: "entrare a far parte di Reale group significa condividere un senso di appartenenza, dove lo stare insieme crea più valore", ha evidenziato **Iti Mihalich**, presidente di Reale Mutua. *Together More* si rivolge tanto ai portatori di interesse interni, uniti sotto i colori di un solo brand di gruppo, quanto ai soci/clienti delle singole imprese, "nei confronti dei quali la direzione e la rete vendita mettono a servizio ogni giorno la propria competenza per costruire una relazione professionale e di qualità". Infine, *Together More*, è anche sinonimo di attenzione verso tutto il contesto sociale, nei confronti del quale il gruppo, da sempre, si è distinto per il suo approccio corretto e trasparente, al fine di garantire sviluppo e benessere.

Renato Agalliu

RICERCHE

## I media digitali rivoluzionano il mondo del lavoro

**L'uso di smartphone e tablet sta migliorando il modo di relazionarsi, collaborare e trovare un'occupazione. Ma i rischi non mancano, come emerge da un'indagine di Willis Towers Watson**

La crescita esplosiva della digitalizzazione sta trasformando il lavoro. È il concetto chiave dell'indagine, *Le implicazioni future dei media digitali*, condotta da **Willis Towers Watson**, in collaborazione con il **World Economic Forum**, su un campione di oltre 5.000 utenti digitali provenienti da diverse aree del mondo.

In particolare, in Italia circa l'85% della popolazione compresa nella fascia di età fra i 16 e i 54 anni utilizza uno smartphone e il 55% un tablet; c'è chi trascorre più di tre ore al giorno su questi strumenti, di cui il 32% per ragioni di lavoro, il 28% per divertimento, il 21% utilizzando i social media e il 18% per cercare informazioni.

“Il maggiore uso dei media digitali – afferma **Matteo Fiocchi**, direttore di Willis Towers Watson – sta cambiando la vita quotidiana delle persone e il loro modo di relazionarsi e collaborare, soprattutto

capacità di svolgere il proprio lavoro e collaborare con i colleghi, mentre secondo circa sei intervistati su dieci aiutano a mantenere un equilibrio tra lavoro e vita privata, e a trovare occupazione.

In termini geografici, solo un quarto degli intervistati tedeschi e statunitensi afferma di aver migliorato la qualità della propria vita sociale e professionale, mentre in Brasile e Cina, invece, la percentuale sale a due terzi.

### Produttività ed efficienza, a rischio

“Nonostante le opportunità offerte dai media digitali per colmare il divario economico e ridurre le disuguaglianze di produttività – sottolinea Fiocchi – esistono ancora potenziali aspetti negativi: i media digitali e le tecnologie connesse possono causare, nel breve termine, delle disuguaglianze poiché innovazioni come le *talent*



tutto sul lavoro. La digitalizzazione dei contenuti e dei dati, così come le nuove tecnologie di comunicazione, hanno aperto nuove opportunità su dove, quando, come e da chi il lavoro viene svolto. Tutto questo sta cambiando la natura del rapporto con il lavoro”.

In particolare, il 56% degli intervistati afferma che i media digitali hanno trasformato il loro modo di lavorare; secondo il 41% i social media migliorano l'efficacia del loro lavoro; circa due terzi degli intervistati dichiara che i media digitali hanno migliorato la loro

*platforms* aumentano la produttività di quei lavoratori con più elevata competenza tecnologica e, al tempo stesso, riducono i costi di quelli meno preparati. In secondo luogo, c'è il rischio che efficienza e produttività possano diminuire, perché le molte piattaforme e la grande quantità di informazioni possono distrarre i lavoratori e nuocere al lavoro”.

**Laura Servidio**

### Insurance Daily

**Direttore responsabile:** Maria Rosa Alaggio [alaggio@insuranceconnect.it](mailto:alaggio@insuranceconnect.it)

**Editore e Redazione:** Insurance Connect Srl – Via Montepulciano 21 – 20124 Milano

**T:** 02.36768000 **E-mail:** [redazione@insuranceconnect.it](mailto:redazione@insuranceconnect.it)

Per inserzioni pubblicitarie contattare [info@insuranceconnect.it](mailto:info@insuranceconnect.it)