

PRIMO PIANO

Eiopa, al via gli stress test

Ha preso il via ieri lo stress test 2016 dell'Eiopa a cui dovranno sottoporsi i gruppi assicurativi per valutare le vulnerabilità del settore. L'obiettivo, quest'anno, è soprattutto quello di valutare la resilienza del comparto di fronte a due principali rischi di mercato: il prolungato contesto di bassi rendimenti e un'ipotesi di doppia difficoltà, che si avrebbe qualora uno shock negativo sulle Borse si verificasse in uno scenario di bassi tassi di interesse. La partecipazione ai test è stata allargata al 75% di ogni mercato nazionale dal 50% del 2014 in termini di accantonamenti tecnici vita per includere un maggior numero di compagnie piccole e medie.

Eiopa utilizzerà questo esercizio anche per raccogliere informazioni su Solvency II e sulle garanzie di lungo termine. La raccolta di questi dati rientra nel mandato dell'Autorità che, in una nota, sottolinea come "non vadano collegati con lo stress test". Il lancio del test avviene con una settimana di anticipo rispetto alla data inizialmente prevista (il 31 maggio), in modo da dare più tempo alle compagnie di completare il test. La scadenza per la presentazione dei risultati è il 15 luglio. L'esito sarà reso noto in dicembre in modo anonimo o aggregato.

Beniamino Musto

VITA/PREVIDENZA

Uscire dal Vita garantito

Lo scenario finanziario attuale impone un'evoluzione nella formulazione e nella proposizione dell'offerta, introducendo innovazioni che aiutino a superare il concetto di garanzie ormai non più proponibili. Fondamentali saranno la consapevolezza del cliente e la preparazione della rete di vendita

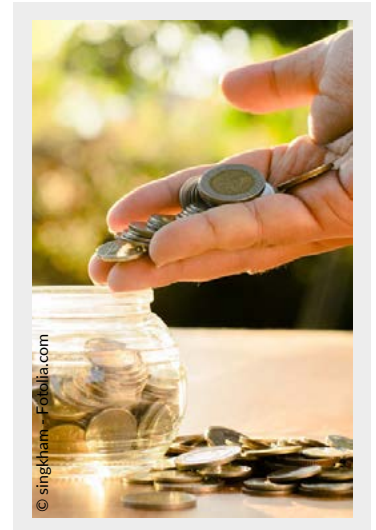
La raccolta vita 2015 (premi lavoro diretto imprese italiane ed extra Ue) di polizze individuali ammonta a circa 110 miliardi di euro. Di questi, il 70% (e cioè circa 77 miliardi di euro) è costituito da polizze di ramo I (vita umana) e V (capitalizzazione), per la quasi totalità (sono da escludere i prodotti puri di *protection*) rappresentate da prodotti di risparmio-investimento investiti in gestioni separate.

Nonostante un calo della raccolta di circa il 6% rispetto all'anno 2014 una fetta considerevole dei premi vita si poggia pertanto ancora su prodotti a capitale e rendimento minimo garantito, e questo porrà un problema di tenuta del *sistema*, non più ormai a medio termine ma a breve. Da una parte le compagnie, per i ben noti temi legati alla normativa Solvency II e al livello dei tassi di interesse, sono costrette, sulle nuove emissioni di prodotto, ad abolire i minimi garantiti e a plafonare la nuova produzione complessiva su budget ridotti. Dall'altra i clienti che hanno in portafoglio questi contratti beneficiano di uno spread interessante rispetto ai tassi di interesse riconosciuti dai titoli di stato italiani e, più in generale, dai bond governativi; ma nel breve termine dovranno adattarsi a una riduzione sensibile di questa forbice con rendimenti lordi che scenderanno sotto il 3%, e rendimenti netti effettivi (rendimenti lordi dedotti i costi effettivi presenti nei contratti) in un intorno dell'1,5%. Contestualmente, gli asset inseriti nelle gestioni separate, costituiti da una percentuale molto elevata di titoli di stato a lunga scadenza, devono poter ancora garantire rendimenti minimi annui elevati (che arrivano in molti casi fino a un 3%), considerata la duration dei contratti in portafoglio presenti nelle compagnie.

SERVE UN'INNOVAZIONE CORAGGIOSA

Lo scenario a breve termine impone quindi alle compagnie da una parte, e al mondo della distribuzione dall'altra, di impostare a un ritmo molto più veloce rispetto a quello attuale un nuovo sistema di offerta vita dei prodotti-soluzioni di risparmio-investimento, incentrato sul *non garantito*. Dalla capacità di *execution* del mercato in questa direzione dipenderà in modo rilevante sia la tenuta dei volumi e dei margini operativi di raccolta, sia la tenuta del portafoglio clienti.

(continua a pag. 2)



INSURANCE REVIEW su TWITTER
Seguici cliccando qui



(continua da pag. 1)

Sino a oggi l'innovazione di prodotto delle compagnie ha partorito in larga parte le cosiddette soluzioni multi-supporto o *multiramo* (ramo I + III), con contenuti di sofisticazione e flessibilità più o meno spinti a seconda dal canale di vendita e del target di clientela al quale sono rivolte. Se si considera però che questi prodotti prevedono al loro interno una componente fissa o variabile di ramo I (gestioni separate) ancora considerevole (generalmente compresa tra un 30% e un 50%) questa innovazione di prodotto non può essere considerata risolutiva per portare il mercato verso una vera cultura ed educazione finanziaria basata sul concetto del *non garantito*. I prodotti *multiramo*, nella realtà, rappresentano un'efficace soluzione di compromesso temporaneo per traghettare la cultura assicurativa vita, incentrata per decenni sull'offerta quasi monotematica del *garantito*, verso il mondo del *non garantito*, ma proprio perché soluzioni *miste* (con componente di *garantito* e *non garantito*), non possono essere considerate risoltrici delle criticità sopra evidenziate.

L'innovazione di prodotto vera dell'immediato futuro dovrà basarsi, dal lato finanziario, sull'adozione nel mondo assicurativo di tecniche e strategie di gestione degli investimenti (a controllo predefinito del rischio, e asset a scarsa volatilità) già oggi ampiamente utilizzate nel mondo del risparmio gestito e, dal lato assicurativo, sull'inserimento nei prodotti di consistenti componenti (garanzie) assicurative *protection* (decesso, infortuni, Ltc, ecc.) che ne rafforzino la connotazione di contratto assicurativo. I tassi di crescita del mercato vita dei prossimi anni dipenderanno notevolmente dal *know how* e dalla tempestività delle compagnie nel realizzare, a breve termine, una rivisitazione del catalogo prodotti vita. Il rischio è che l'inevitabile importante declino nella raccolta legata ai prodotti a capitale *garantito* non venga compensato in misura significativa da nuovi flussi legati a prodotti a capitale *non garantito*.

NUOVO APPROCCIO ALLA VENDITA

I dati *Ania* relativi alla suddivisione dei premi per canale distributivo indicano che esiste una frattura netta nell'orientamento alla vendita del *non garantito* tra il canale promotori (ora consulenti) finanziari da una parte, e il resto del mondo degli intermediari: agenti, broker, canale bancario. Fatta 100 la raccolta premi del canale promotori, il 67% è infatti rappresentato dal ramo III (quindi *non garantito*), mentre per tutti gli altri canali la componente premi di ramo III sul totale per canale varia, da un intorno del 10% per agenti e broker, a un 24% per quello bancario. (continua a pag. 3)



UA Underwriting Agency
Agenzia Generale AmTrust Europe



AmTrust Europe
An AmTrust Financial Company

Dalla specializzazione di Attilio Steffano in **ASSIMEDICI** e con le soluzioni di **AmTrust Europe**, esperienza, competenza e creatività incontrano la loro sintesi migliore

Il partner con esperienza locale e competenza globale nuovo leader nelle coperture in Sanità

Per l'intermediario che vuole ampliare la propria offerta assicurativa anche nella responsabilità professionale sanitaria

Con UA Underwriting Agency le soluzioni per la Responsabilità professionale sanitaria sono sempre più vicine

WWW.UNDERWRITING.IT





(continua da pag. 2)

Questi dati indicano che esiste un divario e un ritardo di educazione finanziaria importante. Occorrerà che tutte le categorie di intermediari coinvolte in questo ritardo approssino in modo consapevole e professionale la cultura del non garantito con la quale ci si dovrà per forza misurare a breve su questo mercato. Senza questo necessario cambiamento di mentalità il rischio oggettivo sarà quello

di trovare in capo ai clienti contratti obsoleti e non adeguati, oppure situazioni di scarsa chiarezza nella vendita del non garantito.

ELEVARE LA QUALITÀ PROFESSIONALE DEI CANALI DISTRIBUTIVI

Il problema complesso nella distribuzione dell'offerta vita dei prossimi anni sarà quello di riconvertire i portafogli vita dei clienti verso il capitale non garantito (concetto al quale una percentuale sempre maggiore di loro sono già abituati, date la crescita importante e continua nelle dimensioni degli investimenti impiegate nel risparmio gestito), ma la condizione necessaria sarà riconvertire i canali di vendita agenti-broker e sportelli bancari (che rappresentano il peso maggiore) verso una vendita consulenziale e professionale del non garantito, cosa oggi in molti casi latitante.

La recente normativa europea in materia di distribuzione assicurativa (Imd2) e la regolamentazione dei Priips (Packaged retail investment insurance products), disposizioni che dovranno essere recepite prossimamente dalla normativa italiana portano senza dubbio verso un'omologazione delle regole e dei vincoli nella distribuzione dei prodotti vita di risparmio-investimento a quelle proprie del mondo dei prodotti finanziari.

L'attuazione operativa delle normative e dei regolamenti di settore in tema di distribuzione richiede oggi, e richiederà sempre più, un livello professionale di qualità nella vendita (consulenza) che se confrontati all'attuale situazione esistente sul campo, fanno emergere un gap importante ancora da colmare.

Per affrontare queste due urgenti sfide, innovazione di prodotto e crescita professionale nelle modalità di vendita dei canali tradizionali, serve un ampio *commitment* di tutto il mercato assicurativo vita. Da questi fattori strategici chiave dipenderà infatti il potenziale di raccolta di *new business* nell'immediato futuro, e una reale consistenza del portafoglio vita non garantito in capo a clienti informati e consapevoli.

Guido Cappa,
managing partner InLife Advisory

TECNOLOGIE

Al centro della user experience

Comarch, software house attiva in Italia dal 2015, ha dedicato un evento ai propri servizi assicurativi, partendo dal concetto di facilità d'uso dei sistemi



Un momento della presentazione

Tutto ruota attorno alla *user experience*. Un concetto ampio che deve permeare il rapporto tra azienda, dirigenza, dipendenti, catena di distribuzione e clienti. Un'esperienza olistica, che mira a garantire affidabilità ed efficienza attraverso l'innovazione, il tutto passando per la tecnologia.

Con questi obiettivi, nel gennaio 2015 la *software house* **Comarch** è sbarcata in Italia con ambizioni di crescita. La società, nata a Cracovia in Polonia nel 1993, opera da tempo nel campo dei servizi finanziari con banche, assicurazioni, grandi broker, fondi d'investimento, in oltre 30 Paesi.

Per coinvolgere stakeholder e addetti ai lavori, Comarch ha organizzato ieri a Milano un *workshop*, dal titolo *Comarch insurance breakfast*, che sarà il primo di una serie di incontri dedicato alle industry di riferimento della società.

I sistemi di Comarch, basati su tecnologie multiplatforma, multi-dispositivo e *omnichannel*, mirano, secondo quanto dichiarato dalla società, ad agevolare le compagnie nei propri processi, attraverso un miglioramento di affidabilità ed efficienza. Del resto, da una ricerca di **Gartner**, presentata nel corso dell'evento, è emerso che in cima ai trend tecnologici che coinvolgono le assicurazioni c'è proprio la *user experience*.

Dal punto di vista delle compagnie, lo sappiamo, da alcuni anni il focus sull'innovazione è notevolmente aumentato. Per esempio, **Accenture** ha verificato che su un campione di 20 Paesi, tra cui l'Italia, il 66% delle compagnie intervistate intende investire nei prossimi anni in strumenti per la forza vendita. Gli esempi in Italia sono tanti: a partire dal nuovo piano industriale di Unipol, gli impegni di Intesa Sanpaolo, di Generali, Uniqa, solo per fare degli esempi.

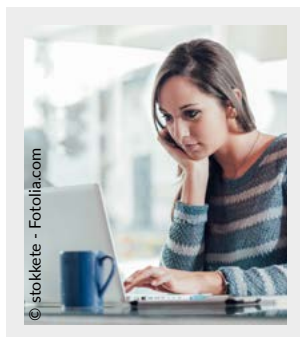
Durante il convegno di ieri, è intervenuto anche **Theodoros Iaponas**, head of corporate clients di **Swiss Life** presentando la *case history* realizzata con Comarch sul nuovo sistema di gestione di tutti i processi del ramo vita, prevenzione, sinistri e interazione con gli assicurati. In questo caso, ha sottolineato il manager, la collaborazione è partita da un ripensamento complessivo dei processi, che ha portato a una rivisitazione totale della *user experience*.

Fabrizio Aurilia

PRODOTTI

Pensaci Oggi, nasce il fondo "low cost" di Zenit Sgr

Il salvadanaio 3.0, a portata di clic, è nato dalla collaborazione con AdviseOnly



Un prodotto finanziario che abbia le sembianze di un salvadanaio evoluto ma che possa conseguire dei rendimenti interessanti e accrescere il valore del patrimonio. E quanto si prefigge di essere il fondo comune di investimento, ideato da **Zenit Sgr**, denominato **Pensaci Oggi**. Il salvadanaio 3.0, a portata di clic, è nato dalla collaborazione con **AdviseOnly**. **Raffaele Zenti**, cofondatore del roboadvisor, entra nel comitato investimenti di

Pensaci Oggi e parteciperà, dunque, in modo diretto alla definizione della strategia.

Nel dettaglio, si tratta di un fondo flessibile con una filosofia d'investimento basata su un approccio sistematico e disciplinato ai mercati globali con un orizzonte temporale di medio-lungo termine. Attraverso le modalità di versamento garantite dal piano di sottoscrizione libero **Investi come sei**, il fondo è accessibile senza vincoli di importo, frequenza e durata. Non è previsto, inoltre, nessun obbligo di versamenti periodici o somme di denaro prestabilite: serviranno 100 euro per iniziare e i versamenti successivi sono possibili a partire da 10 euro. È prevista, tuttavia, la commissione di gestione annuale dell'1% come per gli investitori istituzionali. Dopo tre anni, per premiare la fedeltà degli investitori, **Zenit Sgr** ha fatto sapere che restituirà il 30% delle commissioni sotto forma di quote del fondo, incrementando così il patrimonio dell'investitore. Al piano di sottoscrizione libero si accede solo on line, tramite qualunque dispositivo mobile o computer.

"Abbiamo costruito intorno alle esigenze degli italiani di oggi, giovani e meno giovani, un prodotto finanziario che abbia le sembianze di un salvadanaio evoluto - ha spiegato **Marco Rosati**, amministratore delegato di **Zenit Sgr** - ma che possa conseguire dei rendimenti interessanti e accrescere il valore del patrimonio. Facile da utilizzare, privo di qualsiasi vincolo economico o temporale e con costi di gestione tra i più competitivi. Anziché preoccuparci per quando andremo in pensione, con **Pensaci Oggi** possiamo iniziare a occuparci attivamente del nostro futuro e risparmiare in modo sicuro, semplice, flessibile e intelligente".

Renato Agalliu

INTERMEDIARI

Gaa Generali, da consiglio direttivo sostegno alla giunta

L'ultima riunione prima del congresso di giugno a Venezia che eleggerà i nuovi organismi del gruppo

A poco più di due settimane dal 32esimo congresso nazionale del gruppo agenti **Generali** a Venezia, l'ultima riunione del consiglio direttivo, svoltasi ieri a Riccione, "ha espresso - si riporta in una nota - pieno e unanime apprezzamento alla giunta esecutiva, per l'attività svolta e per gli obiettivi raggiunti a favore degli agenti nel corso di questo mandato triennale".

Il prossimo congresso coincide anche con i settant'anni del gruppo agenti e per l'occasione all'evento saranno presenti, tra i tanti manager, il nuovo group ceo, **Philippe Donnet**, e il neo amministratore delegato di **Generali Italia**, **Marco Sesana**.

In merito al documento uscito dal consiglio direttivo, che plaude al lavoro della giunta degli scorsi tre anni, il presidente del Gaa, **Vincenzo Cirasola** si è detto "orgoglioso dell'ulteriore unanime fiducia e consenso espresso al lavoro svolto dalla Giunta in questo triennio".

F.A.

NEWS DA WWW.INSURANCETRADE.IT

Euler Hermes Italia ha un nuovo country manager



Loeiz Limon Duparcmeur

Loeiz Limon Duparcmeur (nella foto) è stato nominato country manager per **Euler Hermes Italia**. Dirigerà, dalla sede di Roma, la business unit italiana e i suoi oltre 400 dipendenti.

Riporterà a **Luca Burrafato**, capo della regione Paesi mediterranei, medio oriente e Africa (Mmea).

R.A.

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

Convegno

LE AZIENDE TRA RISCHI E SINISTRI

9 GIUGNO 2016



MILANO



Palazzo delle Stelline,
Corso Magenta, 61



9.00 - 17.00

PROGRAMMA

Chairman Maria Rosa Alaggio *Direttore di Insurance Review e Insurance Trade*

09.00 - 09.30 – Registrazione

09.30 - 10.40 – TAVOLA ROTONDA: **Rischi globali per grandi e piccole aziende: come cambiano e come gestirli?**

Maria Rita Arena, responsabile credito e cauzioni di Ania
Adolfo Bertani, presidente di Cineas
Alessandro De Felice, presidente di Anra
Francesco Saverio Losito, vicepresidente nazionale Asseprim - Confcommercio imprese per l'Italia
Carlo Marietti Andreani, presidente di Aiba
Luigi Viganotti, presidente di Acb

10.40 - 11.00 – **I rischi dell'internazionalizzazione**

Enrico Guarmerio, ceo di Strategica Group

11.00 - 11.30 – Coffee break

11.30 - 11.50 – **Rischi, sinistri e semplificazione del contratto assicurativo**

intervento a cura di Simmons & Simmons

11.50 - 12.10 – **Aziende: come assicurare prodotti, processi aziendali e filiera distributiva**

Nicola Mancino, ceo di Agcs Italia
Orazio Rossi, country president di Chubb Aig ()*

12.10 - 12.30 – **L'innovazione nel ripristino danni**

Stefano Sala, amministratore delegato di per

12.30 - 13.00 – Q&A

13.00 - 14.00 – Pranzo

14.00 - 14.20 – **Cyber crime e rischio terrorismo**

Umberto Rapetto, Generale (R) della Guardia di finanza – cyber security advisor

14.20 - 14.40 – **Assicurazione e imprevedibilità del rischio: quali soluzioni di sicurezza per le aziende?**

Andrea Bono, general manager di Marsh Italia
Uberto Ventura, managing director di Willis Towers Watson

14.40 - 15.00 – **L'evoluzione delle responsabilità: rischi per manager e imprese**

Marco Rodolfi, studio legale MRV

15.00 - 15.20 – **Imprenditori e assicurazioni**

Angelo Bruscolo, presidente nazionale dei giovani imprenditori di Confapi
Nicola Cattabeni, presidente di Ugari

15.20 - 16.45 – **Le aziende nel momento del sinistro: esperienze a confronto**

Andrea Angeletti, insurance and claims manager Aeroporti di Roma
Alberto Beretta, consigliere delegato del gruppo Beretta
Francesco Cincotti, presidente di Aipai
Carlo Cosimi, insurance vice president di Saipem
Filippo Emanuelli, amministratore delegato di Belfor Italia
Claudio Marchionni, responsabile logistica di UniEuro
Falegnameria Gianni Sala
Socio Asseprim

16.45 - 17.00 – Q&A

(*) invitato a partecipare

Con il Patrocinio di:



Città
metropolitana
di Milano

Altri Patrocini:



Sponsor:



Iscriviti su www.insurancetrade.it
Scarica il programma completo