



PRIMO PIANO

Ivass, la raccolta 2013

L'Ivass ha pubblicato le statistiche (in modalità provvisoria) relative ai premi lordi contabilizzati dalle imprese attive in Italia relative a tutto il 2013. La raccolta premi ammonta a 118,7 miliardi di euro, contro i 105 miliardi del 2012, con un incremento del 13%. Nel 2012 c'era stato un segno negativo rispetto al 2011 pari al -4,6%. Il merito di questa inversione di tendenza è da ascrivere al ramo vita, che ha ampiamente bilanciato l'ulteriore arretramento del ramo danni.

La raccolta premi vita raggiunge gli 85,09 miliardi di euro, in crescita del 22,1% su base annua, con un'incidenza sul portafoglio globale che si attesta al 71,6%, in crescita rispetto al 66,3% del 2012. La nuova produzione vita raggiunge quota 56,5 miliardi, dai 44 miliardi dell'anno precedente, in crescita del 28,4%. Invece il portafoglio danni totalizza 33,7 miliardi riducendosi così del 4,9% e contraendo la propria incidenza complessiva dal 33,7% del 2012 al 28,4% dell'anno appena trascorso. Tra i sottorami danni, il calo maggiore è quello dell'auto (-7,7%), mentre, tra i pochi in positivo l'assistenza cresce a +6,6%.

Tra i canali distributivi, gli agenti mantengono salda la leadership del ramo, ma la loro quota di mercato continua a calare: dall'81,3% del 2013 all'80,8% dell'anno appena trascorso. Per il dettaglio dei dati clicca qui.

MERCATO

Semana del seguro, anche in Spagna è caccia all'innovazione

Alla 21 esima edizione della principale manifestazione di settore spagnola, si è parlato di scatole nere e tool tecnologici per rilanciare un comparto provato dalla recessione. E con un occhio all'America Latina

È il principale evento assicurativo spagnolo; si svolge da 21 anni e coinvolge tutti gli *stakeholder* del settore. Si tratta della **Semana del seguro** che quest'anno si è svolta al Centro Direzionale della Fiera di Madrid il 18, 19 e 20 febbraio. La manifestazione, organizzata dalla società editoriale **Inese**, è costituita da una trentina di incontri e conferenze sulle tematiche assicurative. "In origine - ha spiegato **Susana Perez**, managing director di Inese, a *Insurance Daily* - la Semana del seguro era un evento per il cliente finale e durava una settimana. Serviva ad aumentare la conoscenza del settore assicurativo e dei suoi prodotti e anche a generare nuovi contatti e vendite. Verso metà degli anni '90 ci siamo resi conto che non era sostenibile in termini di costi, ma che c'era un valore nell'aver un evento professionale di settore, dato che poteva generare un buon coinvolgimento e contatti d'affari". Le conferenze e i dibattiti sono animati da un gran numero di partecipanti, tra cui il top management delle compagnie che operano sul mercato spagnolo.



CEO FORUM: VERSO LA TRASFORMAZIONE DIGITALE

Solitamente la Semana del Seguro è inaugurata da un confronto tra gli amministratori delegati delle principali compagnie. Anche quest'anno non ha fatto eccezione. In Spagna, è alta la consapevolezza che l'assicurazione è ormai un prodotto digitale. La presidente di **Unespa** (equivalente della nostra **Ania**), **Pilar Gonzalez**, ha aperto il dibattito tra i ceo ricordando che nell'era digitale "il consumatore si sta abituando a nuovi modelli di relazione che dobbiamo imparare a gestire e sviluppare". A conferma di ciò, **Ricardo Cruz** di **Capgemini** ha ricordato che entro il 2018, un terzo dei ricavi globali del settore assicurativo provverrà dal canale digitale. Pertanto per diversi manager il cambiamento non è un'opzione ma una necessità: "oggi il rischio viene dal non cambiare", ha dichiarato **Jean-Paul Rignault**, ceo di **Axa** in Spagna. Opinione di molti è la necessità di creare prodotti personalizzati e più semplici, in modo che possano essere venduti o posizionati via internet. "Dobbiamo ridisegnare processi e prodotti - ha aggiunto **Ivan de la Sota**, ceo di **Allianz** in Spagna - e renderli più semplici per il cliente".

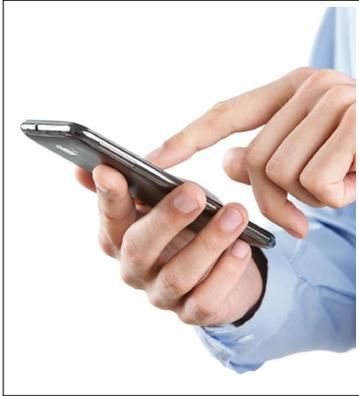
TELEMATICA E BLACK BOX: TEMI CALDI ANCHE IN SPAGNA

In Spagna la telematica è agli albori rispetto all'Italia, agli Stati Uniti e al Regno Unito, con due soli prodotti disponibili (uno di **Mapfre** e uno di **Generali**). Nel *panel* organizzato da **Octo**, la società italiana attiva a livello globale nel settore della telematica, è stato dibattuto lo sviluppo recente del settore. **Davide De Sanctis**, country manager di Octo per Spagna e Portogallo, ha riconfermato la leadership italiana sia per il numero di box installate, sia per quello di soluzioni disponibili a livello mondiale.

Giulia Nasini, responsabile marketing di Octo, ha presentato tre *case study* di utilizzo e posizionamento della black box: *Autometrica* di **Axa** in Italia, *Little Box* di **Admiral** nel Regno Unito e *Teensurance* di **Safeco insurance** negli Stati Uniti, che utilizzano la stessa tecnologia, ma con diverso posizionamento del prodotto e della *value proposition* per il cliente.

Molto interessante anche la dimostrazione effettuata da **Ignacio Grillo** di **Octocam** per l'applicazione della black box con videocamera, nella gestione dei sinistri delle flotte di veicoli commerciali e del trasporto pubblico. Anche qui, esempi tutti italiani tratti dall'esperienza **Unipol** con le aziende di trasporto toscane.

(continua a pag.2)



(continua da pag. 1) I NUMERI DELL'ASSICURAZIONE

Nel panel organizzato da **Towers Watson**, sono stati confermati i risultati del ramo auto in Spagna nel 2013: calo dei premi del 5,5% a seguito della pesante crisi economica, con stabilità del rapporto sinistri/premi (77,9%) e del *combined ratio* (98%). In forte evoluzione il mix per canale distributivo che vede un calo del peso del ramo agenti (dal 48,1% del 2012 al 39,2% nel 2013), una crescita della *bancassurance* danni (dallo 0,9% al 6,2%) e degli altri canali (dal 3,9% al 12,9%).

L'INNOVAZIONE PASSA DALLO SMARTPHONE

Nel panel organizzato da **Detector** (soluzioni per *fleet management*, sicurezza e antifurti), **Luis Peña**, direttore dell'innovazione di Mapfre, ha sottolineato l'importanza di passare dal controllo dei costi all'innovazione tecnologica, che arriverà attraverso gli smartphone: il 75% degli spagnoli ne ha uno (l'85% tra coloro che hanno da 18 a 24 anni) e lo utilizza in media 150 volte in un giorno. Sulla stessa linea, la presentazione di **Accenture** sulle micro-assicurazioni, cioè assicurazioni dal premio medio basso, quali polizze viaggi e garanzie estese.

Contrariamente all'opinione comune, questi prodotti sono acquistati da un pubblico con reddito medio alto e abituato a comprare più assicurazioni, che vuole un acquisto semplice e immediato e prodotti facili da capire. Quindi, a livello operativo, servono processi snelli ed efficienti, ma al contempo *customer friendly*.

L'AMERICA LATINA COME OPPORTUNITÀ DI CRESCITA

Data la lunga e perdurante recessione in cui si è trovata la Spagna negli ultimi anni, varie assicurazioni spagnole hanno guardato o stanno guardando a opportunità di crescita in America Latina. Come spiega **Dave Sanderman**, direttore della società di ricerca **Axco**, nell'insieme i mercati dell'America Latina crescono favoriti dal trend demografico positivo e dall'emergere e consolidarsi della classe media.

Rafael Casas, presidente di Mapfre America, e **Bruno Laval**, regional manager di **XL** per Iberia e America Latina, concordano però che non esiste una sola America Latina, ne esistono varie, per cui bisogna adattarsi alle diverse realtà locali e studiare a fondo il mercato, per definire una strategia di ingresso. È un'opportunità di business che si concretizza nel medio termine, non nel breve periodo.

Carlo Palmieri,
managing partner di CP Consulting



ENTRA A FAR PARTE DI ANAPA!

**INSIEME POSSIAMO
GUARDARE LONTANO!**

CLICCA QUI PER ISCRIVERTI

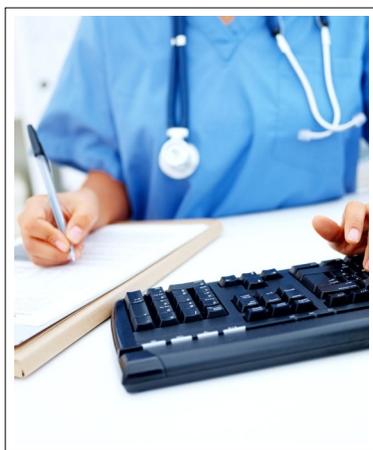
CLICCA QUI RINNOVARE



MERCATO

Si aprono le frontiere europee della Sanità

Dalla fine di febbraio il nostro Paese ha recepito la norma europea che permette il rimborso delle spese per gli italiani che si cureranno nella Ue, aprendo le porte delle strutture sanitarie italiane ai cittadini dell'Unione: cosa cambierà per le polizze sanitarie?



Il 28 febbraio scorso il Consiglio dei Ministri ha definitivamente recepito la *Direttiva 2011/24* riconoscendo così i diritti relativi all'assistenza sanitaria transfrontaliera: gli italiani sono finalmente liberi di scegliere se curarsi in Italia o in un altro Stato membro dell'Unione Europea. Tale innovazione è il punto di partenza per un sistema sanitario europeo che garantirà qualità e sicurezza delle prestazioni di assistenza fornite da un altro Stato dell'Ue.

L'erogazione delle prestazioni resta comunque subordinata ad un'autorizzazione preventiva: lo Stato di affiliazione dovrà sempre accordare l'assistenza richiesta per evitare il rischio di destabilizzare la pianificazione e/o il finanziamento del sistema sanitario dello Stato stesso.

I costi saranno rimborsati nella misura corrispondente a quelli che lo Stato di affiliazione avrebbe coperto se la prestazione fosse stata da esso erogata; l'eccedenza sarà a carico del paziente, ferma restando la possibilità, da parte dello Stato, di rimborsare anche le spese di viaggio e di alloggio.

Ne deriva che gli italiani potranno recarsi all'estero per richiedere una prestazione che, in parte (a seconda del sistema di autorizzazione sopra citato), verrà rimborsata dal Ssn.

Si evidenzia che restano esclusi dall'ambito della Direttiva i servizi nel settore dell'assistenza di lunga durata, i trapianti d'organo e i programmi pubblici di vaccinazione. Non sono inoltre accordati rimborsi a coloro che intendono recarsi in cliniche private *tout court*.

A integrare tale panorama innovativo, è il recepimento di un'altra direttiva, la 2012/25 (avvenuto anch'esso in data 28/2/2014) volta ad agevolare il riconoscimento delle ricette mediche emesse in un altro Stato dell'Ue. Gli Stati membri potranno riconoscere la validità delle prescrizioni mediche se i medicinali prescritti sono autorizzati sul loro territorio.

Non è da sottovalutare la macchina organizzativa che una tale inno-

vazione mette in moto, coinvolgendo tutte le amministrazioni competenti, dal ministero della Salute alle Regioni: non può mancare infatti una forte cooperazione tra le autorità nazionali. Le informazioni relative alle prestazioni, alle liste d'attesa, allo stato dei rimborsi e a tutto ciò che concerne l'assistenza verranno fornite attraverso il *National contact point*.

Opportunità per le strutture sanitarie italiane

Tale innovazione sanitaria rappresenta un'opportunità per il nostro Paese, sia per i pazienti sia per l'intero Ssn. Gli Stati membri saranno incoraggiati a collaborare nel trattamento di nuove malattie potenziando la capacità di diagnosi e di cura. Le nostre strutture sanitarie avranno la possibilità di essere rilanciate aumentando il flusso di pazienti di tutta l'Ue. L'Italia avrà la possibilità di promuovere l'accesso alle cure per pazienti esteri, nonché di prevedere piani di trattamento per il paziente italiano all'estero. Su quest'ultimo aspetto sarà interessante capire il comportamento delle compagnie di assicurazione e dei fondi sanitari.

avvocato **Loredana Rendina**,
associato **Jenny Avvocati**

PRODOTTI & SERVIZI

Il preventivo Rc auto si fa con l'home banking

Axa Mps lancia Quotazione veloce, un nuovo servizio rivolto ai clienti del gruppo Montepaschi

I clienti del **gruppo Montepaschi** avranno a disposizione un nuovo servizio per ottenere la quotazione per una polizza Rc auto attraverso la *PasKey internet banking*, lanciata dal gruppo bancario come chiave d'accesso ai propri servizi on line e mobile. Per accedere a *Quotazione veloce*, basta andare nella scrivania *Protezione*, dove l'utente potrà visualizzare sia l'icona del servizio, sia l'apposito banner: cliccandoci sopra, si potrà ottenere in maniera rapida una quotazione per la polizza auto. Oltre alla garanzia Rc, *Quotazione veloce* comprende anche il calcolo di coperture aggiuntive come quelle *Furto*, *Incendio* e *Assistenza*. Chi vuole usufruire del servizio viene successivamente contattato dalla propria filiale per ricevere una proposta di polizza, potendo decidere di ricevere o meno una promemoria via posta elettronica, attivando il servizio *Ricordamelo* appositamente dedicato, attraverso cui un mese prima della scadenza, si potrà ricevere via sms un preventivo completo. Inoltre, nel desk *Protezione*, si potrà anche rinnovare on line la polizza auto **Axa Mps Guidare protetti**, e ottenere subito il contrassegno provvisorio.

B.M.

Insurance Daily

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio alaggio@insuranceconnect.it

Editore e Redazione: Insurance Connect Srl, Via Montepulciano 21, 20124 Milano 02.36768000 redazione@insuranceconnect.it

Per inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.it

Supplemento al 5 marzo di www.insurancetrade.it

Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012



L'INNOVAZIONE PER CRESCERE

Valorizzazione delle informazioni, dei canali distributivi e dell'offerta assicurativa.
Da qui partono le strategie per lo sviluppo del settore e per una nuova relazione con il cliente

Milano, 19 marzo 2014 (9.00 - 17.00)
Palazzo delle Stelline, Corso Magenta 61

insurance Trade®
WWW.INSURANCETRADE.IT

INSURANCE REVIEW®

PROGRAMMA

Chairman **Maria Rosa Alaggio**, *Direttore di Insurance Review e Insurance Magazine*

09.00 - 09.30 - **Registrazione**

09.30 - 10.00 - **Innovazione: come ridisegnare l'industria e la sua profittabilità**
Massimiliano Sodano, principal di Boston Consulting

10.00 - 10.30 - **Il patrimonio informativo come motore per la crescita**
Valeria Sandei, amministratore delegato di Almaviva Gruppo Almaviva

10.30 - 11.00 - **L'innovazione secondo Generali Italia**
Intervista a Bruno Scaroni, chief distribution officer

11.00 - 11.30 - **Coffee break**

11.30 - 12.00 - **Detector: la nuova frontiera nel contrasto alle frodi assicurative**
*Giovanni Campus, direttore generale di Msa Multi Serass;
Andrea Guerra, managing director di Kube Partners*

12.00 - 13.00 - **TAVOLA ROTONDA: Tecnologia e canali distributivi**
Dai provvedimenti legislativi alla capacità di rimettersi in gioco
Intervengono:
*Mauro Giacobbe, amministratore delegato di Facile.it
Roberto Grasso, general manager D.A.S.
Michele Quaglia, responsabile sviluppo rete di Reale Mutua
Patrick Savre, direttore danni Groupama Assicurazioni
Carlo Scarbolo, responsabile Sviluppo business e Crm, Società Cattolica di Assicurazione*

13.00 - 14.00 - **Lunch**

14.00 - 14.30 - **Come cambia l'offerta assicurativa**
Massimiliano Maggioni, partner di Excellence Consulting

14.30 - 15.00 - **Conoscere il cliente significa anticiparne i bisogni assicurativi**
Sonia Grieco, sales & marketing manager Previnet

15.00 - 15.30 - **L'innovazione verso nuovi target di clientela: l'importanza della specializzazione e del servizio**
Maurizio Ghiloso, amministratore delegato di Dual Italia

15.30 - 16.00 - **Le nuove frontiere della ricerca e del neuro marketing**
*Ferdinando Boschi, managing director di Art
Arianna Trettel, Presidente BrainSigns*

16.00 - 17.00 - **TAVOLA ROTONDA: L'innovazione nei prodotti Auto, danni e vita**
Così cambia la relazione con il cliente
Intervengono:
*Marco Brachini, direttore marketing di Sara Assicurazioni
Roberto Felici, direttore marketing di Allianz Italia
Enrico Cavallari, direttore marketing, digital & multiaccess di Axa Assicurazioni
Vittorio Pini, responsabile prodotti danni di UnipolSai
Alessandro Scarfò, amministratore delegato di Intesa Sanpaolo Assicura
Luca Sina, direttore vendite rete agenti Zurich*

Iscriviti su www.insurancetrade.it
Scarica il programma completo

