

PRIMO PIANO

Iorp II, l'ok del trologo

L'accordo raggiunto nel trologo europeo, formato da Consiglio, Commissione e Parlamento, sulla nuova direttiva Iorp, cioè quella che regola il funzionamento dei regimi pensionistici privati, è stato accolto da Insurance Europe con soddisfazione per quanto riguarda la trasparenza ma con scetticismo per i problemi di carattere regolatorio nelle attività di arbitraggio transfrontaliero.

Il nodo della questione, secondo Nicolas Jeanmart, head of personal insurance, general insurance & macroeconomics di Insurance Europe, risiede nel fatto che la nuova direttiva non garantisce una risposta regolamentare e coerente ai casi di sottofinanziamento delle attività transfrontaliere degli Epap, il che comporta un rischio di arbitraggio regolamentare. "È quindi di vitale importanza – secondo Insurance Europe – che gli Stati membri prendano le decisioni giuste in sede di attuazione della direttiva al fine di proteggere le pensioni professionali dei cittadini dell'Unione". In particolare, è importante che i cittadini comunitari comprendano la natura dei prodotti e i rischi che si corrono: "in questo caso – ribadisce Jeanmart – il buon livello di trasparenza della direttiva contribuisce a tali obiettivi".

Ora, il testo uscito dal trologo sarà proposto in prima lettura al Parlamento europeo in sessione plenaria ai primi di settembre.

Fabrizio Aurilia

INTERMEDIARI

Sfide e opportunità per gli intermediari assicurativi

In tutta Europa la leadership della distribuzione resta saldamente in mano ad agenti e broker (che crescono): è questa la tendenza tracciata dal terzo osservatorio europeo Cgpa Europe



Massimo Michaud, ad di Kinetica

Nonostante i cupi timori di disintermediazione, la distribuzione assicurativa continua a restare prevalentemente in capo agli intermediari professionali. Stando a quanto emerge dall'ultima edizione dell'Osservatorio europeo degli intermediari assicurativi di Cgpa Europe, gli agenti e i broker hanno il 53% del mercato distributivo. In particolare mantengono saldamente il primato nei rami danni (65%), tendenza particolarmente evidente in Italia, dove intermediano l'88% del totale dei premi totali, mentre nel vita la percentuale è decisamente inferiore (13,4%).

LE TENDENZE A LIVELLO EUROPEO

L'Osservatorio di Cgpa, che quest'anno giunge alla terza edizione, si pone l'obiettivo di tracciare un fil rouge complessivo sulle principali dinamiche che coinvolgono l'intermediazione assicurativa professionale in Europa. Nella prima edizione era emersa la tendenza a investire l'intermediario, in misura sempre maggiore, dell'obbligo di consulenza e informazione: sempre più indipendente e sempre meno emanazione delle compagnie. Nella seconda edizione si parlò di broker grossisti, portatori di nuove tecnologie e del mercato britannico, all'indomani della soppressione delle provvigioni vita, analizzando la situazione dopo il passaggio al sistema basato sulle fee, che ha portato alla creazione di un mercato più parcellizzato.

PIÙ BROKER, MENO AGENTI

Tra le altre evidenze emerse dall'edizione di quest'anno, i cui dati sono stati presentati lo scorso 30 giugno presso l'Università Bocconi di Milano, l'Osservatorio di Cgpa ha riscontrato in Europa una generale crescita dei broker e una diminuzione degli agenti (anche sulla scorta della razionalizzazione delle reti distributive). Una dinamica che dal 2008 al 2014 ha visto i broker aumentare del 18%, ma che nell'ultimo anno, comunque, è stata nettamente più contenuta (1%). In Italia, i broker nel 2014 sono aumentati del 5%, e gli agenti sono diminuiti del 3%.

(continua a pag. 2)



INSURANCE REVIEW su FACEBOOK
Seguici sulla pagina cliccando qui

(continua da pag. 1)

Secondo lo studio di Cgpa, la distribuzione assicurativa sta recuperando il terreno perduto, e attualmente incide per il 7,9% (in Italia l'8,9%) sull'intero Pil europeo, peso ben superiore a quello rilevato in America (6,3%) e in Asia (5,2%). Questi ultimi dati, in particolare, mostrano come il Vecchio Continente si collochi in una posizione di leadership nella distribuzione assicurativa con il 36% dei premi totali, seguita dall'America (33%) e dall'Asia (28%).



Patrizia Contaldo, università Bocconi di Milano

INTEGRARE LA RELAZIONE DIRETTA ALLE CAPACITÀ DIGITALI

Osservando più nel dettaglio il mercato europeo, si possono notare alcune dissomiglianze tra un Paese e l'altro. Come ha spiegato **Massimo Michaud**, amministratore delegato di **Kinetica**, nel corso della presentazione, "ad esempio nel mercato tedesco c'è un sistema agenziale diffuso fatto di agenzie molto piccole che in questo momento stanno subendo molto il peso della regolamentazione e delle nuove tecnologie". Una struttura che fino a ora è stata preservata, ma che "presenta fragilità e potrebbe essere messa in discussione dall'irruzione di nuovi player e nuove forme di assicurazione, come la peer to peer insurance". Secondo Michaud, saranno tre le principali sfide che gli intermediari si troveranno ad affrontare nel breve periodo: "la prima è che abbiamo mercati disomogenei ma stiamo andando verso una regolamentazione europea uguale per tutti. La seconda è

rappresentata dalla tendenza ad andare verso una progressiva contrazione della distribuzione. La terza sfida si giocherà sulla capacità di integrare alla relazione diretta anche l'abilità di interagire con modalità digitali, che potrà apportare agli intermediari benefici operativi e commerciali".

MULTICANALITÀ È COSA DIVERSA DALL'IBRIDAZIONE DI CANALI

L'impatto dell'evoluzione tecnologica (dalla back box alla possibile applicazione su vasta scala delle auto senza guidatore) ha prodotto nuovi approcci al mercato assicurativo da parte degli assicurati: i quali pretendono sempre più servizi tailor made, a fronte di un'offerta che è spesso molto standardizzata. Parallelamente emerge una grande fiducia nell'intermediario professionale e questa, secondo **Patrizia Contaldo** dell'Università Bocconi, è una buona base su cui gestire il cambiamento. Contaldo ha posto l'accento sulla differenza tra multicanalità e ibridazione di canale. "Nel primo caso - ha detto - si parla di scelte di canale. Nel secondo di connessione tra i canali, cioè nuovi modelli, con strategie digitali basate su implementazioni tecnologiche, e un nuovo modello di vendita (dato del cliente, analisi Crm, diversificazione del portafoglio) e di remunerazione (modelli retributivi che considerano il valore di analisi e relazione complessa)".



Da sinistra Danilo Ariagno, Fabrizio Chiodini, Luigi Viganotti, Sergio Paci, Umberto D'Andrea e Alessandro Lazzaro

IL PREZIOSO ASSET DELLA RETE FISICA

Nel corso della presentazione si è tenuto anche un confronto a cui hanno partecipato rappresentanti di agenti e broker: **Daniilo Ariagno** (presidente del comitato scientifico di **Aiba**), **Fabrizio Chiodini** (presidente di **Ius Associati**), **Umberto D'Andrea** (presidente dell'Associazione agenti Allianz), **Alessandro Lazzaro** (presidente dell'Unione agenti Axa) e **Luigi Viganotti** (presidente di Acb) che hanno dialogato con il professor **Sergio Paci**, ordinario di Economia degli intermediari finanziari all'Università Bocconi. "Anche se il mondo sta cambiando - ha affermato Paci - la rete fisica ha e avrà un ruolo fondamentale, un prezioso asset che le compagnie fanno bene a valorizzare. Perché la clientela non compra autonomamente prodotti complessi. La stragrande maggioranza della clientela è ibrida: occorre puntare su di essa, attraverso un nuovo rapporto compagnia/agenti".

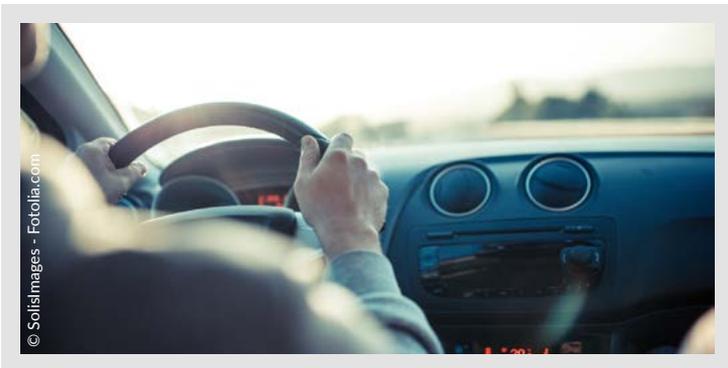
Beniamino Musto



RICERCHE

L'auto? Una passione al maschile

L'appassionato di macchine è maschio, giovane e del Nord Ovest. È una delle evidenze emerse dall'ultima indagine di Quixa, che fotografa propensioni di utilizzo, paure degli assicurati e trend nell'acquisto di garanzie



Non è un semplice o controverso luogo comune. Gli uomini amano viaggiare in auto più delle donne: almeno è questa l'istanza che vien fuori stando alle risposte fornite da un campione rappresentativo della popolazione italiana nel corso dell'indagine *Stetoscopio - Il sentire degli assicurati italiani*, promossa da Quixa e condotta dall'istituto di ricerca Mps evolving marketing research. Nel dettaglio, l'identikit dell'amante delle quattroruote che emerge dallo studio è quello di un maschio, tra i 25 e i 34 anni, che vive nelle regioni del Nord Ovest. Osservando i dati, rispetto al rapporto con l'auto il Paese risulta, in generale, diviso in due: chi ha una vera passione, e chi la sopporta malvolentieri. Il 42% degli italiani dichiara che ama guidare e viaggiare in macchina, il 43% lo trova necessario ma preferirebbe altre soluzioni di trasporto (muoversi a piedi o con i mezzi pubblici), il 10% lo vive come uno stress a causa di traffico e possibili inconvenienti, mentre il 5% è realmente preoccupato che accada qualcosa di spiacevole quando si sposta in auto.

Piacere dell'auto? Roba da uomini

Non tutti, però, affrontano la vita in auto con lo stesso atteggiamento: a fare la differenza sembrano essere sesso ed età. Per il 50% degli uomini la macchina è un piacere, contro il 29% delle donne. Per la componente femminile del campione nella maggior parte dei casi viaggiare in auto è una necessità di cui farebbe a meno (46%), uno stress (15%, contro il 7% degli uomini) o addirittura una fonte di vera preoccupazione (10%, a fronte del 2% dei maschi). Anche l'età fa la sua parte: se tra i 25 e i 34 anni quasi il 60% degli italiani dichiara amore per le quattroruote, la percentuale scende tra i guidatori under 25 (38%) e tra quelli over 55 (30%). Soprattutto dopo i 65 anni guidare diventa motivo di ansia (15%) e timore (12%). Geograficamente, gli amanti della guida si

trovano per lo più al Nord Ovest (48%), mentre al Sud si registra il picco degli *stressati* (15%).

Perdere la patente, la preoccupazione maggiore

Né multe, né danni alla macchina: la più grande paura degli automobilisti, stando ai risultati della ricerca, è quella di perdere la patente. La preoccupazione condivisa dalla maggior parte degli intervistati, infatti, è quella di vedersi ritirare, sospendere o decurtare la patente di qualche punto, come dichiara il 66% del campione. Gli italiani sembrano anche altruisti, visto che danneggiare le vetture degli altri è al secondo posto nella classifica delle paure: spaventa il 65% delle persone, con picchi tra gli uomini (71%) e gli under 24 (74%). Il 50% del campione è preoccupato di rimanere in panne, mentre solo il 44% degli automobilisti teme danni alla propria auto. Un italiano su tre ha paura di non avere a disposizione l'auto per un periodo (33%) o di dover pagare una multa (32%). Ancora meno gli automobilisti che temono di forare uno pneumatico (28%), ma tra le donne la percentuale sale al 34%. Il 27% è preoccupato di smarrire le chiavi e il 21% di perdere tempo per contrattempi legati alla vettura. Soltanto l'8%, infine, ha il terrore di dover dare spiegazioni in famiglia a seguito di un incidente o una contravvenzione, una percentuale che però sale al 29% nella fascia 18-24 anni.

Poco assicurati

Benché gli automobilisti appaiano preoccupati dai contrattempi, molti scelgono di non tutelarsi contro i possibili imprevisti: più di un quarto degli intervistati ha dichiarato di aver sottoscritto solo la garanzia Rca (27%). I meno previdenti sono gli under 24, tra i quali la percentuale sale al 32%, e i cittadini del Sud Italia, che nel 38% dei casi si assicurano solo per la responsabilità civile. Chi sceglie di limitarsi all'Rca, lo fa soprattutto per il desiderio di risparmiare sull'assicurazione (67%) o perché possiede veicoli di scarso valore economico (37%). Dall'altro lato, il 73% del campione che ha deciso di garantirsi anche contro altri rischi ha dichiarato di essersi assicurato soprattutto per furto e incendio (46%), infortuni del conducente (45%) e soccorso stradale in Italia (40%). Segue la tutela legale, attivata da un intervistato su tre (29%), mentre i danni da eventi naturali o fenomeni atmosferici e la rottura dei cristalli spingono il 25% ad acquistare una copertura specifica. Quando si sottoscrivono garanzie accessorie, lo si fa per lo più su consiglio della compagnia assicurativa (48%), piuttosto che per il desiderio di sentirsi sicuri (23%).

Renato Agalliu

Insurance Review

Strategie
e innovazione per
il settore assicurativo

La rivista che rende l'informazione specialistica
dinamica e immediata.
Uno strumento di aggiornamento e approfondimento
dedicato ai professionisti del settore.

Abbonati su
www.insurancetrade.it/abbonamenti
Abbonamento annuale € 80,00 (10 numeri)

Puoi sottoscrivere l'abbonamento annuale nelle seguenti modalità:
- Compilando il form on line all'indirizzo www.insurancetrade.it/abbonamenti
- Inviando un'email a abbonamenti@insuranceconnect.it

Modalità di pagamento:
- On line con Carta di Credito all'indirizzo www.insurancetrade.it/abbonamenti
- Bonifico bancario Antonveneta IBAN IT 94 U 01030 12301 0000 0158 0865

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