

## PRIMO PIANO

## Le ultime modifiche al ddl

L'iter del ddl Concorrenza dovrebbe vedere "un'accelerata risolutiva" nella giornata di domani. È quanto hanno indicato i relatori del provvedimento, Salvatore Tomaselli (Pd) e Luigi Marino (Ap) che nei giorni scorsi hanno tenuto una riunione presso il Mise, a seguito della quale è stato definito un serrato iter dei lavori in commissione Industria del Senato. L'approdo in aula potrebbe avvenire già questo giovedì o, al più tardi, all'inizio della prossima settimana. Per quanto riguarda uno dei capitoli più controversi del provvedimento, quello della definizione degli sconti Rc auto, arriva ora un subemendamento depositato dai relatori in commissione, dove viene specificato il ruolo dell'Ivass. Entro tre mesi dall'entrata in vigore del ddl, l'Autorità dovrebbe emanare un proprio regolamento attraverso cui definire i parametri per il calcolo dello "sconto aggiuntivo" destinato agli "automobilisti virtuosi" che abitano in province con un alto tasso di sinistri stradali, e che non abbiano provocato incidenti negli ultimi quattro anni. Questa proposta prevede anche che l'Ivass garantisca l'efficacia dello sconto sulla riduzione delle differenze dei premi applicati nelle diverse città nei confronti di assicurati con le stesse caratteristiche.

B. M.

## MARKETING

## Disintermediazione: il cliente alla ricerca di autonomia

**Il nuovo utente vuole muoversi liberamente, all'insegna di protagonismo e di "temporaneità", con referenti sempre più uguali a se stessi. In questa evoluzione, un ruolo chiave è svolto dalla digitalizzazione, che si espande sempre più anche tra gli over 55**

Nel corso del seminario annuale Gfk - **consumer experience**, dal titolo *Disintermediazione, tra empowerment individuale e condivisione digitale*, Gfk ha disegnato il profilo del consumatore odierno, illustrando un cambiamento nell'approccio alla scelta che parte da una nuova consapevolezza del singolo a scapito dell'associazione omologante e acritica al brand. Il rapporto di fiducia verso i diversi player del mercato cresce su nuove basi, capaci di riflettere un nuovo protagonismo del singolo e la sua auto attribuzione di potere. La disintermediazione non riguarda però solo i consumi, ma anche i riferimenti sociali e istituzionali. Ciò che emerge dalla presentazione di Gfk è l'attribuzione ai nuovi sistemi *peer to peer* di un valore non di semplice mezzo ma di rivendicazione della propria autonomia di giudizio e di auto-determinazione. Gli esempi sono numerosi: sempre più spesso le persone si informano sui blog anziché sui quotidiani, possono fare investimenti on line senza il consiglio di consulenti finanziari, utilizzano forme di *car sharing* e di scambio di alloggi, senza contare il più comune utilizzo dei canali diretti per l'acquisto di beni e servizi.

Lo studio di Gfk è stato finalizzato a comprendere se esiste un reale mutamento nel comportamento d'acquisto dei consumatori, derivato anche dall'accesso alle tecnologie. Secondo **Silvio Siliprandi**, amministratore delegato di Gfk - consumer experiences, le tendenze socio-culturali che determinano la disintermediazione riguardano ormai l'intera società, sempre più caratterizzata dalla diffusione capillare del digitale. La digitalizzazione conferisce senso di potere, prestigio e visibilità, annulla le gerarchie, cambia i processi e crea nuovi protagonismi. "Ormai da anni le istituzioni tradizionali sono in crisi di legittimità e i cittadini, se da una parte godono di maggiore autonomia, dall'altra sentono il bisogno di nuove forme e occasioni di identificazione, relazione e scambio - sostiene Siliprandi - gli ingredienti essenziali per una re-intermediazione soddisfacente sono la fiducia, il coinvolgimento e l'innovazione". Come ha spiegato **Paolo Salafia**, senior insights director Gfk, la *sharing economy* non si sviluppa solo dal risparmio di tempo e di denaro e dall'accesso alle tecnologie digitali, ma "intercetta nuove aspettative del consumatore: la ricerca di autenticità e di esperienze, il piacere della novità, la voglia di condivisione, l'accessibilità dei servizi, il desiderio di semplificazione della vita, la personalizzazione dei contenuti e la domanda di sostenibilità".

### DIGITALIZZAZIONE PER TUTTE LE ETÀ

I confini più ampi determinati dalla digitalizzazione non sono estranei a questo processo, anzi ne sono uno stimolo. Dai dati presentati nel corso del seminario si evince una presenza più pervasiva dell'utilizzo digitale in tutti i segmenti di età, con numeri in continuo aumento: nella classe di età 14-34 anni i "digitali" sono l'83% (nella settimana precedente al convegno), con un aumento del 70% dal 2007, mentre sono il 40% degli over55, aumentati del 400% rispetto al 2007.

Tra le persone con più di 55 anni, coloro che hanno pratica digitale sono anche i più *cross medial*: consultano mediamente quattro mezzi al giorno, contro i 3,7 - 3,8 dei digitali fino ai 54 anni e i 2,9 degli over 55 non digitalizzati.

(continua a pag. 2)



(continua da pag. 1)

Ma colpisce in questo anche il tempo di esposizione, che qualifica la ricerca di informazione: gli over 55 non digitalizzati dedicano mediamente 110 minuti al giorno ai media di riferimento, mentre i digitalizzati ne dedicano 92, e gli under 54 un tempo medio tra gli 82 e gli 87 minuti.

### UN NUOVO ACCESSO A BENI E SERVIZI

In questo contesto, aumentano le opportunità di approcciare beni e servizi on line, bypassando il canale degli intermediari. Oltre alla storica condivisione di contenuti musicali, si avviano a prendere piede nuove forme collettive, come il *social lending* o il *crowdfunding* nel settore finanziario. **Stefania Conti**, industry lead financial services GfK ha parlato di una possibile "Uberizzazione della finanza", mettendo però in evidenza come nel mercato finanziario italiano la disintermediazione rimanga ancora più nelle intenzioni che nei fatti. Solo un cliente capofamiglia su due, oggi, ha una relazione multicanale con la banca e l'on line viene utilizzato come canale esclusivo per il banking solamente da un cliente su dieci. Anche tra i Millennials, una relazione su due avviene a viso aperto. I siti preventivatori sono conosciuti dal 75% dei capifamiglia (utenti Internet) che utilizzano servizi bancari e/o assicurativi, ma solo il 4% dichiara di effettuare direttamente acquisti di prodotti finanziari.

Le tendenze nel settore della salute sono considerate da GfK come anticipatrici rispetto ai cambiamenti che riguarderanno tutti gli altri ambiti della vita delle persone. Secondo quanto esposto da **Isabella Cecchini**, healthcare director GfK, il 48% dei consumatori-pazienti affianca la ricerca di informazioni sulla salute su siti e social o forum con il bisogno dei consigli di un professionista esperto.

La disintermediazione trova ancora una via più diretta nell'ambito retail, in cui le aziende considerano ormai una necessità affiancare il canale digitale ai tradizionali punti vendita, con una strategia equiparata a livello di offerta.

### CAMBIA LE GERARCHIA DEI VALORI

Con questa nuova libertà di accesso diretto ai beni e ai servizi, l'utente assume una diversa consapevolezza e aumenta il suo potere di decisione e di scelta. I contenuti che circolano in rete nei siti, nei blog e nei social network sono una fonte di nuova conoscenza del potenziale consumatore che, non sempre in maniera critica, assume informazioni che ne aumentano la volontà di decidere in autonomia. Più velocità, più scambio di informazioni, maggiore considerazione data all'opinione dei *pari* stanno modificando il valore attribuito ai brand e della loro storia. Secondo GfK, l'esperienza individuale oggi è dettata dalla velocità, ed è legata ai consumi: una società del temporaneo, che impone alle aziende di rincorrere la clientela offrendo *esperienze temporary*, dove il vantaggio è dato dall'identificazione con i valori del cliente e dalla capacità di essere presenti per condividere il momento.

Ma, parallelamente, una ricerca di nuovi riferimenti *degni di fiducia* pare accompagnare il processo di disintermediazione. L'*empowerment* dell'individuo, l'aumento della volontà di essere autonomo, si sviluppa in parallelo a una crescita della sfiducia verso ogni forma di istituzione e all'aumento della considerazione data all'opinione dei pari: il giudizio degli altri (80%), le informazioni on line (57%), i blog (25%), i video (42%), i social (46%), i forum (14%), le recensioni (40%) e i quotidiani on line (25%) sono i principali riferimenti.

La disintermediazione legata all'*empowerment* va vista come una fase di transizione fondamentale, non verso l'autonomia assoluta (che non appartiene alla socialità del genere umano) ma verso la ricerca di nuovi punti di riferimento: l'intermediazione resta una necessità forte, ma va ricostruita su nuove basi di rispetto, non più quindi verso un consumatore acritico, ma verso una persona che ha maggiore consapevolezza di sé, dei propri bisogni e spesso anche di nuovi valori.

Maria Moro



In collaborazione con:



## SONDAGGIO: Distribuzione Assicurativa 2016

Sei un Agente o un Collaboratore (sezioni A ed E del RUI)?

Per partecipare al sondaggio

[clicca qui](#)

RICERCHE

## Il successo degli asset alternativi

**Secondo l'indagine Global alternatives survey di Willis Towers Watson il patrimonio totale gestito per gli investimenti non tradizionali, a livello mondiale, ha raggiunto i 6.200 miliardi di dollari**

Ammonta a 3.600 miliardi di dollari il valore complessivo del patrimonio gestito dai primi 100 fondi di investimento alternativi mondiali. Fra i primi 100 gestori alternativi sono quelli attivi nell'immobiliare a possedere la più alta percentuale di attività gestite (34%, oltre 1.200 miliardi di dollari), seguiti dai fondi *hedge* (21%, 755 miliardi di dollari), dal *private equity* (18%, 640 miliardi di dollari), dai fondi di fondi *private equity* (Pefofs) (12%, 420 miliardi di dollari), dai fondi di fondi *hedge* (Fohfs) (6%, 222 miliardi di dollari), da infrastrutture (5%) e dal credito illiquido (5%).

È questa la fotografia scattata dall'indagine *Global alternatives survey* di **Willis Towers Watson**, che ha monitorato dieci asset class e sette diverse tipologie d'investitori.

### Insurance, attività per 30 miliardi di dollari

Complessivamente, il valore del patrimonio gestito è cresciuto del 3% rispetto all'anno precedente all'attuale rilevazione. Dalla ricerca, che ha osservato 602 diverse società, emerge che gli asset alternativi totali attualmente gestiti hanno raggiunto quota 6.200 miliardi di dollari. L'indagine, inoltre, riporta l'elenco dei gestori preferiti dagli investitori, in ogni asset class, sulla base degli asset *under management*. La ripartizione rispecchia quella descritta in precedenza, con l'eccezione del real estate (che scende al 23%) e degli hedge fund (che aumentano al 27% del totale gestito). Viene inoltre evidenziato che il livello delle attività legate al settore insurance è di 30 miliardi di dollari, due terzi dei quali investiti in Europa da 13 asset manager. "Gli investitori istituzionali - spiega **Alessandra Pasquoni**, responsabile Willis Towers Watson in Italia per l'attività di investment consulting - continuano a focalizzarsi sugli investimenti alternativi, ma non a tutti i costi. Mentre l'afflusso verso questi tipi di asset continua a ritmo sostenuto, gli investitori sono sempre più consapevoli di un necessario allineamento tra interessi e il giusto valore della moneta". Secondo Pasquoni, questo ha contribuito a un ulteriore ribilanciamento tra le singole asset class: "gli investitori aumentano la loro attenzione sui driver di ritorno differenziando gli investimenti



per rendere i propri portafogli solidi e in grado di resistere all'alta volatilità dei mercati e all'attuale incertezza macroeconomica".

### Un terzo delle attività gestite sono fondi pensione

L'indagine, che include i dati di una vasta gamma di tipologie di investitori istituzionali, mostra che gli asset dei fondi pensione rappresentano un terzo (34%) delle attività gestite dai primi 100 gestori alternativi. Seguono: *wealth managers* (19%); compagnie assicurative (10%); fondi sovrani (6%); banche (2%); fondi di fondi (2%);

fondazioni (2%).

La ricerca mostra che per i primi 100 gestori, il Nord America continua ad essere la destinazione favorita per gli investimenti alternativi (50%), con l'eccezione di infrastrutture e credito illiquido, che investono la maggior parte del capitale in Europa. Complessivamente, il 37% degli investimenti alternativi è in Europa, l'8% in Asia-Pacifico, e il 5% nel resto del mondo.

### L'eterno fascino del real estate

Fra i primi 100 gestori, i fondi pensione, ancora una volta, hanno aumentato il patrimonio gestito rispetto all'anno precedente, superando i 1.500 miliardi di dollari in asset under management. I gestori immobiliari continuano a detenere la quota maggiore di attività dei fondi pensione con il 40%, seguiti da Pefos (20%), fondi hedge (10%), private equity (9%), infrastrutture (8%), Fohfs (7%), credito illiquido (4%).

L'indagine spiega inoltre che, alla fine del 2015, i primi 25 gestori in termini di attività in gestione di wealth management rappresentano un patrimonio pari a 476 miliardi di dollari (+4%), seguiti dai gestori di asset di compagnie assicuratrici (304 miliardi di dollari: +1%); di fondi sovrani (173 miliardi di dollari: +8%); bancari (100 miliardi di dollari: +10%); fondi di fondi (89 miliardi di dollari: -1%); fondazioni (87 miliardi di dollari: +8%).

**Beniamino Musto**

# 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](http://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](http://www.insurancetrade.it/abbonamenti)
- Inviando un'email a [abbonamenti@insuranceconnect.it](mailto:abbonamenti@insuranceconnect.it)

Modalità di pagamento:

- On line con Carta di Credito all'indirizzo [www.insurancetrade.it/abbonamenti](http://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](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)