

PRIMO PIANO

Priips, una bocciatura dall'Ue

Insurance Europe, la federazione europea degli assicuratori, plaude al voto del Parlamento Europeo che, a larga maggioranza ha respinto la bozza sugli standard normativi tecnici (regulatory technical standards, Rts) per la vendita dei Priips. Secondo Strasburgo, nella proposta persiste il rischio che gli Rts vadano "contro lo spirito e lo scopo della normativa, che è quello di fornire informazioni chiare, confrontabili e comprensibili, attraverso il Kid", il documento da consegnare ai consumatori con i punti chiave del prodotto.

Dal canto suo, Insurance Europe si augura che il lavoro si concentri ora sulle problematiche, già sollevate, del rischio di credito, del costo dell'investimento, del premio di rischio biometrico. "La timeline di attuazione deve ora essere regolata - argomenta Michaela Koller, direttore generale della federazione - e siamo felici che il regolamento sui Priips possa essere rivisto anche solo per modificarne le scadenze. Pertanto, Insurance Europe sostiene pienamente l'emendamento presentato da un relatore che ha invitato la Commissione Europea a rivedere i tempi di attuazione del primo livello".

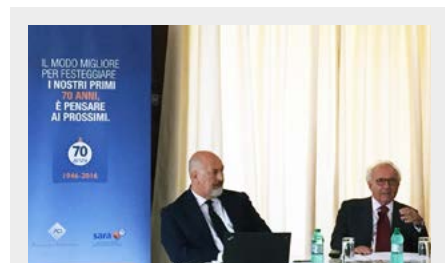
Secondo gli assicuratori europei, i tempi per la definizione degli Rts sono stati troppo stretti e la qualità ne ha risentito.

Fabrizio Aurilia

COMPAGNIE

Per il suo compleanno, Sara si riposiziona

La compagnia ufficiale dell'Acì vuole estendere la propria presenza a settori diversi dall'Rca. Ad annunciarlo, il vertice, che, ieri a Roma, ha presentato due importanti iniziative: la volontà è quella di studiare nuove forme di assicurazione per affrontare le sfide della rivoluzione digitale



Da sinistra Alessandro Santoliquido e Rosario Alessi

70 anni nel segno dell'innovazione. Con questo messaggio si è aperta, ieri nella capitale, la conferenza stampa organizzata da Sara Assicurazioni, per celebrare i suoi 70 anni di vita.

Il presidente, della campagna, Rosario Alessi, ha esordito ricordando la prima polizza stipulata a Napoli, il 29 agosto del 1946, che conteneva, già allora, una clausola innovativa: se l'assicurato non avesse provocato incidenti nel primo anno, avrebbe avuto diritto a uno sconto del 5% sulla tariffa dell'anno successivo. "Era questo - ha spiegato Alessi - un embrione, largamente in anticipo, del meccanismo *bonus-malus* tuttora in vigore", sottolineando la vocazione innovativa

confermata, nel 2003, dal lancio di *Sarafree*, la polizza che collega ai chilometri effettivamente percorsi il premio pagato dall'assicurato. E, oggi, da due nuove iniziative: la prima, che regala ai nuovi clienti (nel caso dei terremotati, il discorso è esteso anche a coloro che sono già clienti) 70 giorni di Rca, pari a circa il 20% del premio di polizza. "La campagna commerciale - ha affermato il direttore generale, Alessandro Santoliquido - verrà sostenuta da un significativo investimento pubblicitario (su web e radio) per dare visibilità alla ricorrenza del 70° e promuovere il vantaggio economico sui futuri clienti che vorranno festeggiare con noi questo traguardo".

UNA POLIZZA PER L'USATO

La seconda iniziativa si rivolge ai soci Acì, con un nuovo prodotto pensato per chi vuole vendere o acquistare un'auto da un privato e desidera sentirsi più sicuro circa lo stato di manutenzione del veicolo. "La polizza - ha spiegato Santoliquido - nasce dalla collaborazione con Acì e la compagnia CarGarantie e sarà lanciata a ottobre, in fase test, a Roma, Milano e Torino, per essere poi estesa su tutto il territorio nazionale".

Il prodotto, denominato *Sara check point*, indennizza i danni subiti dal veicolo (con meno di 9 anni di vita e di 150mila km e in possesso del *certificato dell'usato*), su specifiche componenti, a seguito di guasti meccanici, nonché i costi di manodopera e delle parti di ricambio necessari per la riparazione delle stesse in due differenti formulazioni, a seconda di quante parti del veicolo vengano assicurate. La polizza si rivolge a un mercato, quello dell'usato, che è addirittura maggiore di quello nuovo, con oltre 2 milioni e 700mila auto acquistate nel 2015.

(continua a pag. 2)



INSURANCE REVIEW su LINKEDIN
Seguici sulla pagina cliccando qui



(continua a pag. 1)

L'ONDATA DIGITALE IN ARRIVO

Ma il cambiamento per Sara non si ferma qui. Partendo da una recente ricerca, effettuata da **Swiss Re**, secondo cui un'ondata di gadget digitali è destinata a spazzare via 20 miliardi di dollari di premi assicurativi auto nei prossimi cinque anni, Sara intende "allargare considerevolmente la propria presenza in settori diversi dalla Rca", come preannuncia il presidente, sottolineando che, se il ramo auto, nel 2009, costituiva l'81% del portafoglio, nel 2015, è sceso al 71% e potrà diminuire ancora.

Alessi evidenzia quelli che, a suo avviso, sono i nodi strutturali del settore: l'avvento, sempre più prossimo, dell'auto a guida autonoma, il passaggio dalla cultura della proprietà a quella della condivisione, il progressivo invecchiamento della popolazione e il rapporto della persona con la rivoluzione digitale.

GUIDA AUTOMATICA: CHI È RESPONSABILE?

Per quanto riguarda il primo punto, due le criticità individuate dal presidente di Sara: il nodo responsabilità, ovvero, "in caso di incidente con un'auto che si guida da sola, a chi va imputata la responsabilità e chiesto il risarcimento? Al proprietario-passeggero, al costruttore o a chi ha fornito il software?". È necessario, poi, affrontare il problema della gestione di una "complessa fase transitoria, nella quale continueranno a circolare, con percentuali diverse da una nazione all'altra, le vetture tradizionali insieme con quelle a guida autonoma".

DALLA PROPRIETÀ ALLA CONDIVISIONE

Riguardo al passaggio dalla cultura della proprietà a quella della condivisione, Alessi ritiene che, progressivamente, la prima sarà riservata alle auto di altissima gamma e a quelle storiche, mentre, nel giro di pochi anni, *car sharing*, *car pooling* e vetture *car peer to peer* (una sorta di autonoleggio fra privati) diventeranno sempre di più i nuovi modi di vivere la mobilità privata.

AUMENTA LA VITA E LA SOLITUDINE

Infine, l'aumento della vita e, soprattutto, della vitalità media delle persone: secondo l'Istat, l'Italia è uno dei Paesi con il più alto indice di vecchiaia del mondo, e la popolazione è destinata a invecchiare ulteriormente nei prossimi decenni: il 48,7% delle famiglie, composto da persone sole, sono anziani con 65 anni o più.

"Una fascia sempre crescente di popolazione over 75 - ha avvertito il presidente Sara - subirà la rivoluzione digitale e, molto spesso, non risulterà in grado di goderne i benefici". Secondo l'Istat, a utilizzare il computer è il 24,4% degli over 65 anni e solo il 6,6% degli over 74; la crisi della famiglia tradizionale vedrà poi aumentare un altro fenomeno negativo preoccupante: la solitudine e l'isolamento degli anziani.

"Il mondo assicurativo - ha esortato Alessi - deve guardare oltre i settori tradizionali, come trasporti, vita, sanità e risparmio, esaminando con attenzione le conseguenze dei cambiamenti che si stanno verificando nella composizione della popolazione e nella società civile, soprattutto nei Paesi a più alto tasso di sviluppo".

CHI CAMBIA, SOPRAVVIVE

Anche la rete di agenti si è ormai resa consapevole della necessità di un cambiamento, e ha reagito positivamente al riposizionamento di Sara, anche se, come ha precisato Santoliquido, in modo differenziato: "chi ha capito di avere in mano una miniera ancora inutilizzata, il portafoglio auto, da poter impiegare anche in altri rami, sta traendo successo da questa apertura; viceversa chi non lo capisce, non sopravviverà".

In definitiva, ha ribadito Alessi, occorre individuare "nuove forme di assicurazione, con molto impegno, molto ingegno e molta fantasia. Mi chiedo - ha concluso il presidente di Sara - se non sia opportuno studiare una polizza contro la solitudine degli anziani".

Laura Servidio



INSURANCE CONNECT su FACEBOOK

Seguici sulla pagina cliccando qui 

INIZIATIVE

La customer experience al centro del contest di Bnp Paribas Cardif

Fino al 17 ottobre sarà possibile partecipare all'Open-F@b Call4Ideas. Importanti opportunità per le tre migliori idee

La crescita delle aziende non può prescindere dall'innovazione. Su questo tutti i player sono d'accordo. Il tema cardine però è come tramutare idee innovative in valore aggiunto per costruire realtà di successo. Un passaggio che, a ben guardare, sembra noto in Italia, dove il numero di start-up innovative continua a crescere a ritmi sostenuti: a oggi risultano iscritte, a livello nazionale, ben 6.235 imprese (+21,2% rispetto a fine 2015). Il 13,2% è a prevalenza femminile mentre le start up coordinate dagli under 35 sono ben il 21,6% del totale. Lo dicono i dati elaborati da **Bnp Paribas Cardif**, aggiornati a settembre di quest'anno, in occasione di *Open-F@b Call4Ideas 2016*, il contest, giunto ormai alla terza edizione, che fino al 17 ottobre raccoglierà le idee innovative pensate per migliorare la customer experience nel mondo assicurativo. Per approfondire il tema, nei giorni scorsi si è tenuto il *Re-Boot Open-F@b 2016*: il workshop ha dato a start-up e giovani imprenditori l'occasione per approfondire come le innovazioni digitali possano migliorare la customer experience nelle relazioni con le compagnie assicurative.

L'innovazione tra le regioni italiane

Per molti innovare significa semplificare e migliorare attività o processi già esistenti, per altri introdurre assolute novità che riguardano servizi o prodotti. Tornando ai numeri del Belpaese, a livello regionale, è la Lombardia a registrare in assoluto il valore più alto, con 865 start up innovative (pari al 21,7% del totale nazionale), seguita dall'Emilia Romagna con 750 (12%), il Lazio con 619 (9,9%), il Veneto con 483 (7,7%), il Piemonte con 397 (6,4%) e la Campania con 396 (6,4%). Tra le province più dinamiche Milano con 917 giovani imprese, Roma con 536 e Torino con 298. Rispetto alla fine del 2015, la crescita più alta in termini percentuali si registra in due regioni del centro-Sud, Abruzzo (+35,7%) e Basilicata (+34,3%), seguite dall'Emilia Romagna (29,8%). "Le giovani imprese, in un momento di staticità dell'economia a livello generale, rappresentano una grande risorsa per dare nuovo impulso al mercato assicurativo e accelerarne il cambiamento attraverso soluzioni più *disruptive* - afferma **Isabella Fumagalli**, ad di Bnp Paribas Cardif -. Con Openf@b Call4I-

deas 2016 vogliamo incoraggiare le buone idee fornendo gli strumenti e mettendo a disposizione l'esperienza dei manager di Bnp Paribas Cardif per trasformare i progetti in business". Fumagalli ha poi ricordato che "dopo due anni di lavoro abbiamo già raccolto più di 100 progetti, e abbiamo iniziato a cooperare con le start up su una decina di iniziative, in particolare nell'ambito della protezione della famiglia e della casa. Quest'anno abbiamo scelto il tema della customer experience perché non possiamo sottovalutare i nuovi trend di abitudini e consumo dei clienti digitali che ci portano necessariamente ad avere un rapporto diverso con il cliente finale."



Isabella Fumagalli, ad di Bnp Paribas Cardif

Cos'è Openf@b Call4Ideas

Rivolta a chiunque abbia un'idea innovativa (startup, technology provider, professionisti, sviluppatori, studenti ecc.), Open-F@b Call4Ideas 2016 è un progetto di open innovation, lanciato per la prima volta nel 2014 da Bnp Paribas Cardif in collaborazione con **InsuranceUp.it** e **PoliHub**, start up *district&incubator*. Quest'anno, come detto, il contest affronterà il tema della customer experience e le tre migliori idee, selezionate dal Comitato di valutazione, composto da manager di Bnp Paribas Cardif e da altri esperti, saranno premiate e sostenute nel raggiungimento dei loro obiettivi di business dando loro la possibilità, grazie al supporto dei manager e dell'r&d interno della compagnia, di realizzare un prototipo e di commercializzarlo in Italia o all'estero.

Renato Agalliu

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

Convegno

COSÌ CAMBIA LA DISTRIBUZIONE ASSICURATIVA

5 OTTOBRE 2016

MILANO

Palazzo delle Stelline,
Corso Magenta, 61

9.00 - 17.30

PROGRAMMA

Sponsor:



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

09.00 - 09.30 – Registrazione

09.30 - 09.50 – Presentazione dell'Osservatorio sulla distribuzione assicurativa
Compagnie e intermediari, insieme per le sfide future della distribuzione assicurativa
Marco Lanzoni, responsabile divisione finance Scs Consulting
Giorgio Lollì, manager mercato finanza Scs Consulting

09.50 - 10.10 – **IDD2: così cambia la distribuzione assicurativa**
Chiara Cimorelli, legal director DLa Piper Studio legale e tributario

10.10 - 10.30 – **La centralità degli agenti (secondo Aviva Italia)**
Video - Phil Willcock, ceo Aviva Italia
Andrea Amadei, chief operating officer & retail director Aviva Italia
Pierangelo Colombo, presidente Gruppo agenti Aviva

10.30 - 10.50 – **Crescere con gli intermediari**

10.50 - 11.10 – **Il nostro punto di vista sull'assistenza, tutela legale e assicurazione viaggio per intermediari**
Stéphane Coulot, ceo AXA Assistance Italia

11.10 - 11.30 – Coffee break

11.30 - 13.00 – TAVOLA ROTONDA: **Obblighi, opportunità e prospettive della rete agenziale**
Maurizio Cappiello, presidente Commissione Distribuzione Ania
Maria Luisa Cavina, responsabile servizi intermediari Ivass
Vincenzo Cirasola, presidente Anapa Rete ImpresAgenzia
Claudio Demozzi, presidente Sna
Stefano Gentili, chief marketing e distribution officer Generali Italia
Vittorio Verdone, direttore affari istituzionali gruppo Unipol e responsabile gestione normativa reti distributive UnipolSai

13.00 - 13.10 – Q&A

13.10 - 14.00 – Pranzo

14.00 - 15.00 – TAVOLA ROTONDA: **Gli intermediari tra direttive, tecnologia e proposte assicurative**
Alessandro De Felice, presidente Anra
Luca Franzì de Luca, presidente Aiba
Fabrizio Premuti, presidente Konsumer Italia
Luigi Viganotti, presidente Acb

15.00 - 15.20 – **Sinistri: come gestire l'emergenza e la fase di risanamento**
Stefano Sala, amministratore delegato gruppo per

15.20 - 15.40 – TAVOLA ROTONDA: **Creare valore per le agenzie: il ruolo dei gruppi agenti**
Umberto D'Andrea, presidente Associazione Agenti Allianz
Dario Piana, presidente comitato gruppi aziendali Sna
Enrico Olivieri, presidente Gruppo agenti Zurich e vice presidente Anapa Rete ImpresAgenzia

15.40 - 16.00 – **L'importanza della specializzazione**
Antonio Sacchi, country manager per l'Italia di Liberty Specialty Markets

16.00 - 17.15 – TAVOLA ROTONDA: **Come sviluppare nuovo business per compagnie e canale agenziale**
Marco Lamola, direttore distribuzione e marketing gruppo Cattolica
Jean François Mossino, presidente Commissione agenti europei al Bipar
Marco Oddone, responsabile marketing & distribution Alleanza
Domenico Quintavalle, direttore rete agenti Zurich
Marco Rossi, head of sales & marketing di Das
Simone Salerni, direttore commerciale Allianz Italia
Federico Serrao, vice presidente Ga.Gi
Sergio Sorgi, vice presidente Progetica

IN CHIUSURA DEL CONVEGNO I PIÙ FORTUNATI TRA IL PUBBLICO VERRANNO SORTEGGIATI E RICEVERANNO UN PRESTIGIOSO PREMIO: UN RINGRAZIAMENTO PER LA COSTANTE ATTENZIONE CHE IL MONDO DEGLI INTERMEDIARI RISERVA ALL'ATTIVITÀ DI INSURANCE CONNECT

Iscriviti su www.insurancetrade.it
Scarica il programma completo