



PRIMO PIANO

## La Borsa premia UnipolSai

Tra Torino e Milano si stanno consumando storie opposte di declino e rinascita. A Milano, precisamente a Piazza Affari, i titoli della galassia UnipolSai questa mattina hanno gonfiato il petto sulla scia degli ottimi giudizi espressi dagli analisti di Goldman Sachs e di Equita. Sia il titolo Unipol sia quello di UnipolSai, frutto della fusione con Fonsai, Premafin e Milano Assicurazioni, hanno guadagnato intorno al 7% dopo che Goldman Sachs ha inserito Unipol nella sua Conviction Buy List e UnipolSai nella Buy List, ovvero le liste di titoli che conviene acquistare. Anche gli analisti di Equita Sim hanno spinto, con un report, sull'acquisto delle azioni di UnipolSai, dicendo di attendersi per il prossimo 20 marzo, in occasione della pubblicazione dei conti 2013, buoni numeri del combined ratio.

In parallelo a Torino, si consuma l'ennesimo capitolo del processo Fonsai a Jonella Ligresti. Il tribunale ha oggi rinviato l'udienza al 10 aprile, con l'intento di unificare il procedimento a quello che già coinvolge Salvatore Ligresti, Fausto Marchionni, Emanuele Erbetta e Antonio Talarico. Infine, si sono costituiti parte civile circa 1.500 azionisti di Fonsai e Milano Assicurazioni, la maggior parte già impegnati nel primo processo.

Fabrizio Aurilia

BROKER

## Osservatorio auto Aiba, cala del 4,4% il premio medio Rc auto

Presentati ieri a Milano i dati dello studio, realizzato dall'associazione degli intermediari e da Innovation Team. Il dato lordo scende a 589 euro e migliora il combined ratio (92,1%: il migliore degli ultimi 20 anni). Tuttavia, secondo il presidente Carlo Marietti Andreani, questi dati apparentemente positivi sono determinati da fattori contingenti

Nel 2013 le tariffe Rc auto sono calate del **4,4%**, determinando un premio medio lordo di **589 euro**. Questo il dato principale dell'*Osservatorio auto Aiba 2014*, lo studio realizzato annualmente dall'associazione dei broker di assicurazione, che quest'anno è stato realizzato in collaborazione con **Innovation Team** che è stato presentato ieri a Milano dal presidente di Aiba, **Carlo Marietti Andreani**, e dal direttore generale di **Consap, Paolo Panarelli**. I dati mostrano una riduzione tariffaria che ha interessato l'Italia da nord a sud, con diminuzioni più accentuate nelle aree considerate a maggior rischio, come Bari (dove si è avuto un calo del 12,1%), Palermo (-11,3%) e Napoli (-11,1%), a cui seguono Bologna (-10,3%), Verona (-9,8%) e Trento (-8,6%). Buone notizie non solo per i consumatori, ma anche per le compagnie. Sebbene la raccolta premi del ramo auto sia scesa del 5,9% rispetto all'anno precedente, diminuisce il *combined ratio*, sceso a quota 92,1%: il più basso degli ultimi 20 anni. A incidere positivamente sui conti delle compagnie sono stati principalmente due fattori: il calo della frequenza dei sinistri (diminuiti dell'1,7% rispetto al 2012) e l'incremento contenuto del costo medio, aumentato di 1,8 punti percentuali, che si deve alla diminuzione dei casi di danno alla persona di lieve entità.



### UN CALO DOVUTO A FATTORI CONTINGENTI

Tuttavia l'impressione è che questi dati, apparentemente positivi tanto per i consumatori quanto per le imprese, "siano determinati da fattori contingenti - osserva Carlo Marietti Andreani - come l'alto prezzo dei carburanti, che ha effetto sulla mobilità determinando un minor utilizzo dei veicoli". Per questo motivo, secondo il presidente di Aiba, bisognerebbe riconsiderare anche "il profilo fiscale eccessivamente elevato dell'Rc auto, dove il peso del fisco varia tra il 19,5% e il 26,5% sul prezzo della polizza". L'auspicio, insomma, è quello di arrivare a una diminuzione strutturale del sistema tariffario del ramo auto, "condizione determinante per la crescita di tutta l'industria assicurativa". Alle parole di Marietti Andreani fanno eco quelle di Paolo Panarelli: "Il sistema assicurativo - spiega - e in particolare il ramo danni, può fornire un contributo di rilievo allo sviluppo e alla stabilità economica e sociale del Paese, grazie a interventi a sostegno dei bisogni della collettività". Panarelli cita i dati forniti da **Insurance Europe** sul rapporto tra premi del ramo danni e Pil nazionale, che in Italia si ferma al 2,3% (ben lontano dal 3,6% riscontrato, ad esempio, in Germania). "In Italia i premi danni, al netto del settore auto, per il 2012 sono stati l'1% del Pil: meno del 50% rispetto alla media europea. Tale situazione - osserva il dg di Consap - evidenzia una potenziale esposizione del conto economico delle compagnie all'andamento altalenante del ciclo tecnico dell'Rc auto".

### GUADAGNANO TERRENO I CANALI NON TRADIZIONALI

Tornando alla ricerca, quello mostrato dall'Osservatorio è *Un mercato in cambiamento, tra evoluzione normativa e innovazione dell'offerta*, come sottolinea lo stesso titolo della ricerca di Aiba e Innovation Team. Un cambiamento che vede il canale di vendita on line avere un ruolo sempre più rilevante, con le **compagnie dirette** che si conquistano una quota pari all'**8,8%** del mercato (era al 7,5% nel 2012), e con un *exploit* dei **comparatori**: il loro utilizzo è aumentato del **78,3%** rispetto all'anno precedente, con circa la metà delle nuove polizze stipulate on line realizzata tramite un aggregatore. (continua a pag.2)



Carlo Marietti Andreani, Aiba

(continua da pag. 1) Il peso crescente di internet si riflette anche nel fatto che il 50% dei clienti ha effettuato un preventivo on line. Aumenta (anche se i numeri restano modesti) il canale bancario, che passa dal 1,6% del 2012 al 2% del 2013. Nella diminuzione dei listini, sono i prezzi delle compagnie tradizionali a calare in misura maggiore (-8,6%, contro l'8,1% delle dirette). In linea generale, le compagnie hanno puntato prevalentemente sulle nuove tecnologie, con le polizze con scatola nera che non sono più appannaggio solo delle compagnie tradizionali, ma vengono offerte anche dalle dirette e dalle banche, con un crescente numero di servizi. Segno di una competizione che resta alta. Lo studio ricorda che nel 2009-2010 un vantaggio medio di **150 euro** in meno era determinante per invogliare i clienti a orientarsi verso le compagnie on line; ciò nonostante, oggi che il divario si è ridotto ad appena **64 euro**, il prezzo non rappresenta più un incentivo decisivo, quanto piuttosto l'offerta di servizi e prestazioni.

### UNO TSUNAMI NORMATIVO LUNGO UN DECENNIO

Passando al capitolo riguardante l'evoluzione legislativa dell'Rc auto, che l'Osservatorio definisce "uno tsunami normativo lungo un decennio", l'analisi viene focalizzata sul disegno di legge nato all'indomani dello stralcio dell'articolo 8 di *Destinazione Italia*. Un ddl che, secondo Aiba, "spinge verso una profonda revisione dell'offerta delle polizze auto. Il disegno - si legge nello studio - favorisce lo sviluppo di nuove politiche di *pricing* basate su un maggior controllo dei costi e una forte politica degli sconti", e pertanto "costituisce una opportunità per creare valore sui servizi". Tuttavia, sul fronte dell'imposizione normativa di sconti per sviluppare la concorrenza tra competitor, Aiba si dice perplessa, soprattutto per quanto riguarda i sistemi di calcolo degli sconti. Cinque gli interventi su cui l'associazione dei broker suggerisce di puntare: aumento dei massimali minimi di legge per i pullman; migliore valorizzazione dei dati registrati dalla scatola nera, restrizione nell'uso delle prove testimoniali, riduzione dei termini di presentazione della richiesta di risarcimento e regolamentazione della cessione di quest'ultimo. "Le norme dei decreti liberalizzazione - spiega Marietti Andreani - sono ancora in parte inattuati. È auspicabile che gli sforzi siano concentrati sull'applicazione della disciplina piuttosto che sull'introduzione di ulteriori norme che andrebbero a sovrapporsi a quelle esistenti e ancora non pienamente attuate". Aiba ritiene urgente ultimare la regolamentazione secondaria per la dematerializzazione della documentazione assicurativa (contrassegni e attestati di rischio), e, allo stesso tempo, completare la normativa sulle invalidità macropermanenti e la revisione dei *forfait* del sistema di indennizzo diretto.

Beniamino Musto



**ENTRA A FAR PARTE DI ANAPA!**

**INSIEME POSSIAMO  
ANDARE LONTANO!**

**CLICCA QUI PER ISCRIVERTI**

**CLICCA QUI RINNOVARE**



## I vantaggi del welfare aziendale

**L'introduzione in azienda di uno strumento integrativo rivolto ai dipendenti agevola la contrattazione collettiva, l'efficienza fiscale e la condivisione degli obiettivi, ponendo le basi per relazioni industriali più efficienti**



Il *welfare* aziendale è il nuovo pilastro della retribuzione: uno strumento integrativo fortemente innovativo rispetto ai tradizionali interventi di retribuzione e incentivazione. Il *welfare* aziendale crea valore nel breve, medio e lungo periodo. Aumenta il benessere dei dipendenti e migliora il clima aziendale consolidando il senso di appartenenza, la

condivisione di obiettivi e agevola la contrattazione collettiva ponendo le basi per relazioni industriali efficienti.

A fronte di una riduzione sempre più consistente di *welfare* pubblico, si sviluppano nuove esperienze di *welfare* aziendale: dall'*azienda mamma* che pensava alle colonie estive dei nostri figli, si è passati alle più moderne e sofisticate tecniche di *benefit* per soddisfare i diversi bisogni di una popolazione aziendale in costante evoluzione.

Finalmente il mercato si sta muovendo e le aziende hanno realizzato che il *welfare* è un'area nella quale si può fare efficienza fiscale, dare servizi a valore aggiunto e cambiare in maniera significativa la vita del proprio personale dipendente.

### Le aree di defiscalizzazione

Facciamo un passo indietro, cos'è il *welfare* aziendale in sostanza? È l'applicazione congiunta delle aree di defiscalizzazione che sono previste nel corpus del D.p.r 22 dicembre 1986 n. 917 (Tuir) relativo alle disposizioni inerenti le forme di retribuzione non monetaria, cosiddetta *fringe benefit*. L'art. 51 Tuir si occupa del loro trattamento in capo ai dipendenti, mentre gli artt. 95 e 100 Tuir definiscono i limiti e le condizioni di deducibilità dei relativi costi in sede di determinazione del reddito d'impresa (vedi tabella).

Oggi l'Italia non è più in grado di incrementare il salario se non in maniera discrezionale perchè il cuneo fiscale aumenta o comunque rimane stabile, portando il costo del lavoro a livelli di difficile sostenibilità: per dare 100 euro l'azienda ne spende 140 euro e il dipendente ne percepisce poco meno di 60 euro netti in busta paga.

Il meccanismo del *welfare* aziendale consente nelle *tasche di riferimento* di erogare somme senza costi aggiuntivi nè lato azienda nè lato dipendente: è una soluzione *win win*. Ovvero l'azienda dà

100 euro di *welfare* e il dipendente riceve esattamente 100 euro senza oneri aggiuntivi, tassazione in capo al dipendente o carichi previdenziali. Ma come si finanzia un piano di *welfare*?

**A. Investimento/recupero di efficienza:** l'azienda destina un valore per ciascun dipendente senza modificare il sistema retributivo in essere.

**B. Premio di produzione:** l'azienda definisce in fase di contrattazione sindacale la conversione di una parte di premio e l'incremento del premio stesso non in *cash*, ma in beni e servizi. Questa modalità è sempre più in voga sia nelle realtà medio grandi, ma anche in quelle piccole.

### Riduzione dei costi e servizi per i lavoratori

Le esperienze si sono moltiplicate negli anni e le varie forme di *welfare* hanno integrato le prestazioni garantite dallo Stato non solo quantitativamente, ma anche qualitativamente offrendo servizi personalizzati a tutte le categorie di lavoratori e alle loro famiglie. Il mercato oggi sembra pronto ad implementare queste forme di sostegno economico in quanto le aziende hanno bisogno di dare segnali significativi a costi contenuti.

**Federico Isenburg,**  
Muoversi  
**Federica Rambaldi,**  
Jenny.Avvocati

ID	NOME BENEFIT	ART. TUIR	LIMITE SPESA
1	CASSA SANITARIA	51	€ 3615,20 Base Annuale
2	TICKET MENSA	51	€ 5,29 /gg.
3	TRASPORTO COLLETTIVO (NAVETTA)	51	NA
4	ASILO NIDO (ANCHE RIMBORSO DIRETTO)	51	NA
5	COLONIE CLIMATICHE	51	NA
6	ISTRUZIONE / TESTI SCOLASTICI	51	NA
7	FRINGE BENEFIT	51	€ 258,64 Base annua
8	PRESTITI/MUTUI	51	NA
9	FONDI PENSIONE	51	€ 5.164,57
A	EDUCAZIONE	100	NA
B	RICREAZIONE Es. abbonamenti, teatro, sky/mediaset	100	NA
C	ASSISTENZA SOCIALE, SANITARIA O CULTO (Baby sitter + badanti)	100	NA
-	CONVENZIONI PER DIPENDENTI AZIONI DI CONCILIAZIONE	NA	NA

### 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 02.36768000 [redazione@insuranceconnect.it](mailto:redazione@insuranceconnect.it)

Per inserzioni pubblicitarie contattare [info@insuranceconnect.it](mailto:info@insuranceconnect.it)

Supplemento al 26 febbraio di [www.insurancetrade.it](http://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  
Enrico San Pietro, vicedirettore generale UnipolSai (\*)  
Alessandro Scarfò, amministratore delegato di Intesa Sanpaolo Assicura  
Luca Sina, direttore vendite rete agenti Zurich*

(\*) invitato a partecipare

**Iscriviti su [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it)**  
**Scarica il programma completo**

