



PRIMO PIANO

BROKER

## Zurich, bene gli utili 2013

Zurich ha chiuso il 2013 con un utile netto di 4,02 miliardi di dollari, in crescita del 4% rispetto ai 3,88 del 2012. Forti anche i risultati dell'utile operativo che cresce del 15% a 4,68 miliardi, dai 4,08 del 2012. I ricavi cedono il 4% a 70,38 miliardi, contro i 73,07 dei 12 mesi del 2012.

Per quanto riguarda gli indici tecnici, il combined ratio è migliorato di 2,9 punti, toccando così il 95,5%; mentre il Roe risulta migliore di uno 0,2%, passando dall'11,8% del 2012 al 12% della fine dell'anno passato. Il combined ratio ha beneficiato di un minor numero di catastrofi naturali rispetto al 2012, così come di un miglioramento dei costi. Per quanto riguarda il comparto General Insurance, il miglioramento è avvenuto grazie a una politica di underwriting più disciplinata. Nel corso del quarto trimestre, il gruppo ha registrato una ristrutturazione di 318 milioni di dollari, principalmente a causa della revisione del business retail in Russia alla luce delle nuove priorità strategiche. "Abbiamo realizzato - ha commentato il ceo Martin Senn - un margine operativo solido in tutti i nostri core business, con una buona crescita sia nel General Insurance sia nel Global Life". Zurich proporrà all'assemblea un dividendo di 17 franchi svizzeri.

FA.

## Alla conquista di mercati di nicchia

**Forte della recente partnership siglata con Peugeot Scooters, per i cui clienti comparerà le polizze più convenienti, Bridge insurance service punta all'ingresso nel mercato italiano attraverso una distribuzione particolarmente attenta all'on line (ma riconoscendo il prezioso valore dell'off line). Insurance Daily ne ha parlato con il direttore e co-fondatore, Clive Mendes**

Fondata nel 2012 da **Clive Mendes** ed **Eleonora Del Vento**, **Bridge insurance service (Bis)** è una società di brokaggio rivolta al mercato *retail* che punta a conquistare il mercato italiano attraverso un modello di business basato sulla distribuzione tanto on line, quanto attraverso una rete di intermediari. Uno degli ultimi colpi messi a segno è la partnership con **Peugeot Scooters**, che prevede la fornitura di un sito di comparazione assicurativa moto e ciclomotori e altri servizi di consulenza assicurativa essenziali, in esclusiva per i possessori di Peugeot Scooters. Il servizio, attivo dal 10 gennaio scorso, si chiama *Amo (Assicurazione moto on line)*. Al nostro quotidiano, Clive Mendes, direttore e co-fondatore di Bis, ha parlato di questo accordo e delle strategie della sua società nel nostro Paese.



Clive Mendes, direttore di Bis

### Direttore, quali obiettivi si pone Bridge insurance service per crescere in Italia?

Bridge insurance service, è un broker assicurativo retail: questo significa che i nostri clienti sono i privati, persone e famiglie. Non ci occupiamo del settore pubblico o industriale, ma siamo interessati ad alcune nicchie come i professionisti, ai quali offriamo la polizza Rc professionale grazie alle nostre particolari competenze. Il nostro modello di business è differente rispetto a quelli della maggioranza dei nostri concorrenti, per vari aspetti. Innanzitutto distribuiamo i nostri prodotti su scala nazionale sia mediante una rete di intermediari, sia on line attraverso il nostro sito principale, *bridgebroker.it*, e alcuni siti specializzati come *rc-professionale.com*. Inoltre permettiamo ai consumatori di scegliere il miglior modo per acquistare le loro polizze: ad esempio, se un cliente visita uno dei nostri siti, ma poi decide di acquistare un prodotto *offline* (come spesso accade), facilitiamo il contatto con uno dei nostri intermediari autorizzati locali (o viceversa). È importante testare modi diversi di raggiungere il nostro target usando varie tecniche di *e-marketing*. Il mercato italiano on line, fatta eccezione per l'Rc auto, non è particolarmente progredito, perciò sarà interessante vedere fino a che punto potremo sviluppare nuovi segmenti.

### Quali sono i vostri punti di forza nella distribuzione del prodotto assicurativo?

Uno dei punti di forza è rappresentato dall'esperienza che Eleonora Del Vento, amministratore di Bis, ha maturato nella gestione della rete di intermediari, permettendole di individuare chi può integrarsi al meglio col nostro sistema. Eleonora sa come formarli, assicurandosi che abbiano i prodotti al prezzo più adeguato. Inoltre offriamo una generosa divisione dei margini; se l'intermediario rispetta i nostri standard di qualità e servizio, può ricevere provvigioni tra le più alte del mercato. Un altro sicuro vantaggio sta nella mia personale esperienza maturata all'estero nella distribuzione dei prodotti assicurativi on line.

(continua a pag.2)



**Seguici anche su Facebook alla pagina di Insurance Connect e su Twitter @insurancetrade**



(continua da pag. 1)

Fuori dai confini italiani, nella maggior parte dei casi, la crescita on line è stata enorme e la distribuzione fisica ha finito per prendere una posizione secondaria. Ci aspettiamo che un numero sempre più rilevante di consumatori italiani, anche per le necessità assicurative non auto, sarà attratto dai vantaggi, dalla sicurezza e dalla comodità offerti da internet. La tecnologia che abbiamo sviluppato supporta le nostre scelte di distribuzione: il nostro sistema gestionale è l'ingrediente comune che ci permette la vendita sia agli intermediari assicurativi professionisti e specialisti di altri settori (come i mediatori del credito), sia al cliente privato. Fra qualche settimana, inoltre, andrà on line il nostro nuovo sito retail, dove il cliente avrà accesso a consigli e informazioni sui prodotti. Troverà processi chiari, supporto in tempo reale e un'estesa disponibilità di informazioni e *Faq*, permettendogli di scegliere le coperture più adatte ai propri bisogni e al proprio budget decidendo quando e come comprare: se on line, offline o attraverso entrambe le modalità. Per gli intermediari, il sistema offrirà accesso a *webinar* e a corsi di aggiornamento, nonché a risorse audio e video appositamente studiate per rendere il loro lavoro più facile e più efficiente.



### Quali sono le potenzialità di crescita in un Paese in cui gli agenti di assicurazioni rimangono la colonna portante della distribuzione?

Se il tradizionale modello di distribuzione in Italia è in uno stato di rapido e radicale cambiamento, gli agenti rimarranno senza dubbio un canale di distribuzione fondamentale. La figura dell'intermediario rappresenta un fattore essenziale e tranquillizzante nella decisione del cliente all'acquisto, e credo rimarrà così per molti anni ancora. È per questa ragione che stiamo attivamente cercando di incrementare la nostra rete di intermediari, sia attraverso professionisti indipendenti, che vogliono collaborare con un broker, sia attraverso società di mediazione del credito che hanno clienti che richiedono servizi assicurativi. Riguardo ai primi, abbiamo un sito web dedicato a fornire informazione su di noi e sul nostro modello di business, [www.intermediario-assicurativo.com](http://www.intermediario-assicurativo.com); per i secondi, abbiamo già un numero di partnership importanti con primarie società di mediazione del credito, oltre a un piano di sviluppo per trovare nuove importanti relazioni. La legge concede al cliente la libertà di scegliere le migliori coperture assicurative per la protezione

abbinata al credito: le banche non possono più imporre i loro prodotti, e i clienti vorranno esercitare i propri diritti. Esistono poi nicchie del mercato assicurativo ancora poco sviluppate che, associate anche al fenomeno più generale della sotto-assicurazione, rendono concreta l'opportunità di incrementare il business senza dover sottrarre quote di mercato alla concorrenza.

### Che valore date alla vostra partnership con Peugeot?

La capacità di individuare partner compatibili con il nostro modo di lavorare fa parte del nostro dna, e la nostra partnership con Peugeot Scooters ne è un esempio pratico. I possessori di scooter hanno difficoltà nell'individuare una copertura base a un prezzo ragionevole, e ciò non aiuta il settore. Il nuovo brand *Amo Assicurazioni* ([amoassicurazioni.it](http://amoassicurazioni.it)), dedicato esclusivamente ai clienti Peugeot, cerca il miglior rapporto qualità/prezzo tra le varie opzioni offerte sia dai mercati tradizionali, sia on line. I primi riscontri sono stati molto positivi: al momento abbiamo migliaia di visitatori interessati al nostro sito che fanno richiesta di centinaia di preventivi e abbiamo già registrato le nostre prime vendite. Siamo molto orgogliosi del fatto che Peugeot ci abbia scelto per fornire il primo servizio di comparazione assicurativa collegato al brand di una casa automobilistica in Italia. Peugeot Scooters è uno dei brand di motori più popolari al mondo, che conta su di una nutrita comunità di persone collegate da una passione comune per questo marchio, per questo ci è sembrato appropriato creare una speciale identità per il servizio che forniamo. Il successo dipenderà dalla nostra abilità di rispettare le promesse e di costruirci una solida reputazione che ci leghi alla comunità di Peugeot Scooters.



**Seguici anche su Facebook alla pagina di Insurance Connect e su Twitter @insurancetrade**

**B.M.**



## Fondi pensioni globali, continua la crescita

**Towers Watson conferma la tendenza degli investitori istituzionali a diversificare l'asset allocation su strumenti alternativi con un profilo di rendimento più alto e un orizzonte temporale più lungo**



I primi mesi dell'anno sono il momento per i bilanci e delle buone intenzioni. A questa logica non sfugge la finanza. In attesa dei risultati annuali delle imprese (compagnie di assicurazioni, banche, grandi corporation) una serie di report e ricerche restituiscono, chiarificandola, l'immagine dell'anno passato attraverso dati e statistiche, e proiettano ciò che accadrà nell'anno in corso e nel prossimo futuro.

Sono molti gli studi delle agenzie di rating, delle società di consulenza, dei grandi player internazionali e nazionali che, in modi diversi, stanno però tracciando un sentiero comune che porta alla medesima conclusione: gli investitori istituzionali stanno cambiando la propria *asset allocation*.

### Guidati dagli alti rendimenti

“Le *asset allocation* in investimenti alternativi – spiega **Alessandra Pasquoni**, responsabile dell'attività di investment consulting per Italia di **Towers Watson** – in particolare immobiliari (meno in *hedge fund*, *private equity* e *commodity*), sono aumentate passando dal 5% del 1995 al 18% dello scorso anno. In Italia il peso degli investimenti alternativi nei portafogli degli istituzionali è tradizionalmente basso, e solo parzialmente riconducibile a limiti regolamentari. Tuttavia, l'attuale contesto di bassi tassi di interesse e aumento della volatilità nei mercati azionari, pone oggi l'esigenza di diversificare il portafoglio verso investimenti alternativi, aventi un profilo di rendimento più alto e un orizzonte temporale più lungo”.

Towers Watson, tra le principali società di consulenza a livello globale, ha rilevato tuttavia che, se da un lato molti investitori istituzionali, tra cui assicurazioni e fondi pensioni, mostrano un interesse verso asset alternativi, la loro implementazione nei portafogli è ancora limitata. “Data la natura illiquida di questi strumenti – continua Pasquoni – un eventuale investimento richiederebbe una consapevolezza della complessità dell'*asset class*, del suo processo di selezione e monitoraggio, nonché del livello di *governance* richiesto”.

### I fondi alle grandi manovre

Un'altra tendenza rilevata dalla società è la crescente consapevolezza, in molti investitori, dell'importanza di allocare risorse in uno spettro di opportunità più ampio, travalicando i confini nazionali. Tra

gli “esempi evidenti” c'è il *real estate*, che tradizionalmente ha una connotazione puramente nazionale e che invece, oggi, si diversifica molto a livello geografico.

Queste macro tendenze, che si riflettono con molte declinazioni tra i vari investitori, si possono vedere chiaramente nei movimenti di massa dei grandi fondi pensione internazionali: veri giganti finanziari. Secondo l'ultima edizione del *Global pension assets study* di Towers Watson, nel 2013 i fondi pensione globali nei 13 principali mercati sono cresciuti del 9,5% rispetto al 2012, quando già erano cresciuti del 6,9% sul 2011, raggiungendo un nuovo massimo di quasi 32 trilioni di dollari.

In questi anni di crisi, e in particolare proprio negli ultimi 12 mesi, le attività previdenziali sono cresciute molto in rapporto al Pil: nel 2013 erano l'83%, nel 2012 il 76% del 2012, mentre nel 2008 si fermavano al 57%. Dal 2003 la media della crescita annuale degli asset dei fondi pensione globali è stata del 6,7%.

### Una più ampia visione del rischio

“Durante il 2013 – sottolinea Pasquoni – i mercati azionari hanno vissuto il loro migliore anno dall'inizio della crisi finanziaria e di conseguenza, anche i fondi pensione nella maggior parte dei mercati stanno vivendo il loro momento migliore. In linea generale, i fondi pensione stanno implementando delle strategie di investimento più flessibili, che incorporano una più ampia visione del rischio, così da tenere in maggiore considerazione l'estrema volatilità economica e di mercato che hanno sperimentato negli ultimi cinque anni. Questo perché la ripresa economica globale e l'implicita normalizzazione delle condizioni di mercato – conclude la manager – non sono affatto garantite”.

A livello geografico, i più grandi mercati sono gli Stati Uniti (59% del totale dei fondi pensione), il Regno Unito (10%) e il Giappone (10%), ma in termini di crescita annua media, il Sud Africa batte tutti con un +14%, seguito da Hong Kong e Australia, +12%, Regno Unito e Brasile, +11%.

Riguardo, infine, proprio all'*asset allocation*, nei primi sette mercati pensionistici, è emerso che la quota dei bond è diminuita nel complesso del 12% negli ultimi 19 anni (da 40% a 28%) mentre quella di equity è scesa del 3% (52%).



Fabrizio Aurilia





## È in uscita il numero di febbraio di Insurance Review



### L'INTERVISTA

*Strategie per i rischi emergenti*  
Andrew Kendrick,  
presidente di Ace  
European Group

### DISTRIBUZIONE

*Assiteca fa shopping e diversifica*

### RC AUTO

*L'ITALIA È IL PAESE PIÙ CARO*  
Le azioni per ridurre i costi e i premi

### SPECIALE

*FONDI SANITARI*  
Chi finanzia la sanità?

Abbonati su  
**[www.insurancetrade.it/abbonamenti](http://www.insurancetrade.it/abbonamenti)**  
abbonamento annuale € 80,00

#### 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 13 febbraio di [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it)

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