



PRIMO PIANO

## Ivass difende Generali contro S&P

Il settore assicurativo presenta una "forte solidità patrimoniale". È quanto ha assicurato ieri in commissione Industria del Senato, il presidente dell'Ivass, Salvatore Rossi. Il presidente dell'Autorità di vigilanza ha contestato nello specifico il comportamento di alcune agenzie di rating, come, per esempio, Standard & Poor's, nei confronti delle compagnie italiane. La decisione di S&P di porre Generali nella prospettiva di un declassamento "suscita perplessità - ha detto Rossi - in quanto, se il passivo in Italia di Generali è di circa il 30%, allora l'attivo in Italia deve essere di un apporto corrispondente. Da questo punto di vista le politiche d'investimento delle assicurazioni italiane risultano complessivamente coerenti". Generali investe circa il 24% in titoli di Stato italiani, di cui il 15% è l'incidenza sul totale dell'attivo dei titoli sovrani: "non si può chiedere - ha sottolineato il numero uno di Ivass - uno sbilancio forte, altrimenti si chiede alla compagnia di non essere prudente".

Anche le tempistiche della decisione sono sbagliate, secondo Rossi. "L'annuncio - ha precisato - cade in una fase di costante e significativo miglioramento della valutazione espressa dai mercati sull'affidabilità dei primari gruppi nazionali".

FA.

COMPAGNIE

## Allianz1, l'assicurazione come la Tv

Più che un prodotto, un'offerta modulare che scardina il concetto di polizza per avvicinarsi a quello di abbonamento. Con questa iniziativa, saluta l'Italia il ceo George Sartorel e si presenta il successore Klaus-Peter Roehler

Un unico contratto assicurativo per tutti, sul modello di un abbonamento alla tv satellitare, per proteggere il singolo, ma anche il nucleo familiare dai rischi considerati più gravi, che possono davvero avere conseguenze drammatiche: il tutto lasciando le risorse per l'autoassicurazione per quelle piccole precauzioni che ognuno deve prendere nella vita quotidiana.

È quanto promette *Allianz1*, la nuova offerta assicurativa del gruppo tedesco in Italia, disponibile nelle agenzie dal gennaio 2014, che mira a scardinare il concetto stesso di polizza. Attraverso la selezione dei rischi singoli, per coprire tutta la famiglia e i beni, con un pagamento mensile, stile abbonamento, appunto, l'impresa guidata da **George Sartorel**, ma presto da **Klaus-Peter Roehler**, prova a imporre un'offerta modulabile via *touchscreen*, che, insieme alla *Digital Agency*, potrebbe smontare il mercato italiano dei rischi.

"Innovazioni come la *Modular Offer* e l'agenzia digitale - ha detto il futuro ad di **Allianz Italia**, Roehler, ieri in occasione della presentazione dell'iniziativa - si distinguono all'interno del gruppo a livello mondiale e per questo sono state esportate quali esempio di *best practice* internazionali".

### PIANIFICARE LA SPESA ATTRAVERSO I MODULI

Allianz1 è composto da un unico contratto assicurativo, con *13 moduli* selezionabili, che comprendono altrettante garanzie per le persone e per i beni: si va dall'invalidità permanente da infortuni o invalidità permanente da malattia, alla diaria per gli infortuni, la copertura per interventi chirurgici e gravi malattie e premorienza, ma anche danni al contenuto e danni ai locali dell'abitazione, furto in casa e danni alla seconda abitazione, danni a terzi, assistenza per emergenze familiari e, infine, per emergenze alla guida. I moduli che compongono il contratto sono quindi modificabili sostanzialmente in tempo reale, insieme a un agente in una delle agenzie del gruppo.

È previsto un sistema di quotazione sul modello del già sperimentato *Fastquote* per l'Rc auto: il cliente, inserendo data di nascita, professione e provincia di residenza può ottenere subito un prezzo indicativo. L'offerta mira a seguire il cliente in tutto il ciclo di vita, modulandosi in base alle sue esigenze. I moduli si possono disattivare temporaneamente o sostituire con altri, quando ci si rende conto di non aver più bisogno di quel determinato tipo di protezione.

"Si tratta di adattarsi - ha spiegato George Sartorel - alle esigenze dei nostri clienti, che siano singoli individui, famiglie, imprese. Sono loro a scegliere di aumentare o diminuire le protezioni assicurative in base alle risorse disponibili, pianificando così la spesa mensilmente".

(continua a pag.2)



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



(continua da pag. 1)

## UN "ABBONAMENTO ALLA SERENITÀ"

La soluzione proposta ha quindi l'obiettivo di funzionare come "abbonamento alla serenità", come l'ha definito **Roberto Felici**, chief marketing officer di Allianz in Italia. "Per noi - ha continuato -, Allianz1 rompe con la tradizione di fare assicurazione. Finora l'approccio tradizionale dell'agente è stato quello di proporre la miglior polizza, ad esempio sugli infortuni, entro un determinato perimetro di rischio, con il risultato di assorbire spesso tutta la disponibilità per la spesa assicurativa del cliente. Allianz1, invece, rompe questa logica, seleziona il rischio singolo grave per concentrarsi in particolare sulle sfortunate evenienze che il singolo non potrebbe coprire da sé. Così, con una spesa mensile contenuta e sempre rimodulabile, il cliente può scegliere di assicurare le proprie singole necessità".

Costruire Allianz1, per l'agente, dovrebbe essere semplice: attraverso un'interfaccia grafica su un tablet (o su una scrivania digitale, come quelle previste per le agenzie), l'agente e il cliente possono insieme inserire o eliminare le garanzie. Un indicatore di prezzo, simile a quello che si trova sui siti internet delle compagnie aeree on line, oppure sui portali di *e-commerce*, segnalerà in tempo reale il costo della propria offerta modulare. Ogni modulo è indipendente e rispetta tutti i parametri di *compliance* con le leggi e i regolamenti italiani: "non è stato facile", commentano da Allianz.



Klaus-Peter Roehler, da gennaio nuovo ceo Allianz Italia

## L'ULTIMA DI SARTOREL, LA PRIMA DI ROEHLER

Roehler, che ufficialmente sarà ceo da gennaio, intende dare continuità a quanto fatto finora. Tra la fine del 2007 e il 2011, Roehler era stato chief operating officer proprio di Allianz Italia, per poi andare a guidare la *branch* svizzera. "Ora torno - ha detto - dove ho già lavorato bene, e trovo un'azienda più matura, che è il punto di riferimento del gruppo Allianz in fatto di innovazione. Grazie alle strategie condivise anche con George Sartorel, sono certo che la mia, nel 2014, sarà una partenza veloce e nel segno della continuità".

Allianz1 conferma ancora una volta lo sforzo di innovazione che la gestione di Sartorel ha impresso ad Allianz Italia. Il ceo tuttora in carica, ma che da gennaio si sposterà a Singapore per diventare il numero uno della area Asia-Pacifico, era stato nominato nell'aprile 2010 e aveva subito guidato l'integrazione delle tre compagnie italiane: **Ras**, **Lloyd Adriatico** e **Subalpina**. "Siamo al top di crescita e redditività - ha sottolineato Sartorel - questo ci dice che il metodo *digital* dà risultati. Con la Digital Agency abbiamo abbattuto l'uso della carta del 70-90% in agenzia: gli agenti hanno a disposizione strumenti per fare business. Io continuerò a seguirvi da lontano - ha concluso - perché credo in questa squadra e in questo Paese".



George Sartorel, ceo Allianz Italia

Fabrizio Aurilia

Lunedì 16 dicembre 2013 - ore 20,30  
Assimedici ha il piacere di invitarla al

# GRAN GALÀ di MILANO

TEATRO MANZONI - Via Manzoni 42 - Milano

presenta  
Maria Teresa Ruta

MILANO  
Metropolitan  
ORCHESTRA SINFONICA  
in Wolfgang Amadeus Mozart

special guest  
Rossana Casale

Giancarlo De Lorenzo, direttore  
Stefano Miceli, pianoforte

Per informazioni 02.87.16.80.29  
www.grangalamilano.it





## Perché si emigra? Per trovare lavoro, ma anche l'amore

**Un sondaggio di Zurich, che ha coinvolto 12 Paesi nel mondo, fa il punto sulle motivazioni che spingono a partire. I tedeschi e gli austriaci lasciano il Paese per passione e spirito d'avventura**

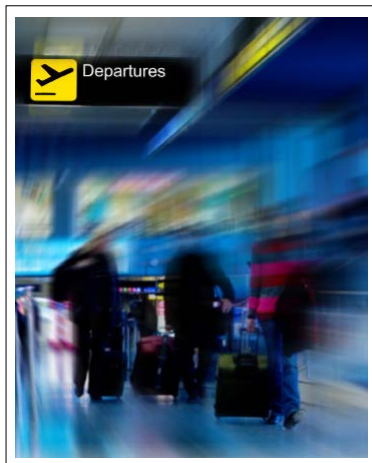
Un lavoro, la sicurezza sul lavoro, la stabilità politica, bassi tassi di criminalità, ma anche un sistema previdenziale e assicurativo affidabile sono le condizioni più ricercate all'estero dagli italiani che decidono di emigrare. È quanto ha potuto constatare Zurich in un sondaggio internazionale condotto in 12 Paesi nel mondo (Italia, Svizzera, Germania, Spagna, Regno Unito, Austria, Irlanda, Portogallo, Russia, Marocco, Australia e Messico), sul fenomeno dell'emigrazione.

Più di un terzo degli intervistati, il 38% prende in considerazione l'espatrio come ipotesi per ricominciare una nuova vita: tra questi c'è chi ci sta pensando e ha già deciso di emigrare, mentre il 15% esprime forti preoccupazioni. Solo il 17%, invece, ritiene di vivere già nel miglior Paese possibile e si sente più sicuro in patria. Questo dato non riguarda solo gli abitanti che vivono nei Paesi più stabili ed economicamente solidi, come Svizzera, Germania, Austria e Australia, che effettivamente ritengono di risiedere già nel miglior Paese possibile, ma anche chi abita in altri Paesi sostiene di sentirsi comunque più sicuro a casa.

### Italiani in fuga dalla disoccupazione

Per quanto riguarda l'Italia, il discorso è complesso e ricco di sfumature: con alcune sorprese. È sorprendente, per esempio, che ben il 71% degli intervistati italiani non prenda in considerazione di ricominciare una nuova vita trasferendosi in un'altra nazione, nonostante molte statistiche (e il senso comune) suggeriscano il contrario. Il 21% si sente più sicuro in patria, mentre il 18% di chi vorrebbe emigrare prova troppa ansia per farlo.

Ciò che non sorprende è l'esigenza di fuga dalla disoccupazione che comprende il 30% del totale degli intervistati in Italia, in maggioranza giovani fra i 14 e 34 anni, che sarebbe disposto a trasferirsi in un altro Paese. Circa il 24%, invece, vuole emigrare, nonostante abbia un lavoro, per ricercare migliori condizioni occupazionali. La maggioranza degli intervistati del nostro Paese si definisce "preoccupata": il 20% del campione ha espresso preoccupazione per la situazione politica italiana, il 18% per la propria difficile situazione finanziaria e il 16% per la crisi dell'economia in generale.



### Austria e Germania, la terra dei sogni

Ma dove ricomincerebbero tutto daccapo gli italiani, se potessero, o ne avessero il coraggio? Qui le risposte confermano gli stereotipi dell'italiano emigrante: il 26% ritiene Austria, Germania e Svizzera i Paesi preferiti per l'emigrazione, mentre al secondo posto ci sono i Paesi nordici, Danimarca, Finlandia, Norvegia e Svezia, seguiti da Australia, Nuova Zelanda e quindi Nord America.

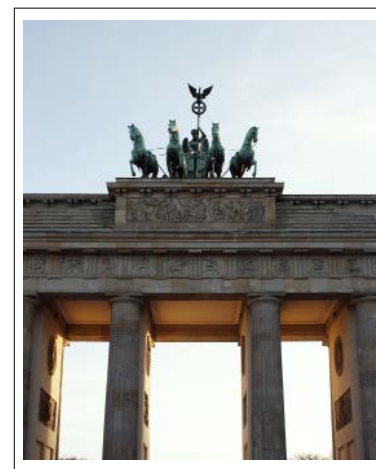
Quest'ultimo (Stati Uniti e Canada) è invece la meta preferita tra tutto il *panel* degli intervistati (31%). Al secondo posto ci sono Australia e Nuova Zelanda (29%), al terzo Austria, Germania e Svizzera (28%). Insomma tutto il contrario di quello che pensano gli italiani.

### Amore, rapporti interpersonali e voglia d'avventura

Più in generale, quindi, le principali motivazioni che gli intervistati prendono in considerazione per emigrare sono le condizioni economiche e le opportunità occupazionali. Il 49% del totale considera la disoccupazione nel Paese d'origine e la ricerca di migliori condizioni lavorative, fattori chiave per prendere una decisione finale. Questa tendenza è particolarmente significativa nel Sud dell'Europa (come abbiamo visto anche per l'Italia): il 41% degli intervistati spagnoli e il 44% dei portoghesi temono l'acuirsi della disoccupazione, che nei loro Paesi galoppa a ritmi difficili da sostenere.

Il 38% degli austriaci e il 29% dei tedeschi, viceversa, sono spinti a lasciare il Paese d'origine dall'amore, i rapporti interpersonali o lo spirito d'avventura.

A margine, è interessante notare come il 22% degli intervistati ricerchi Paesi in cui sia possibile sottoscrivere polizze assicurative che coprano malattie e disabilità, mentre il 20% guarda alle coperture pensionistiche e solo il 14% è interessato prevalentemente al sistema scolastico. Il 12% degli intervistati, infine, è spinto a emigrare in regioni caratterizzate da minori rischi ambientali, quali ad esempio terremoti o eruzioni vulcaniche.





DALLE AZIENDE

## Dal Big Data a Solvency II passando per la valorizzazione del business

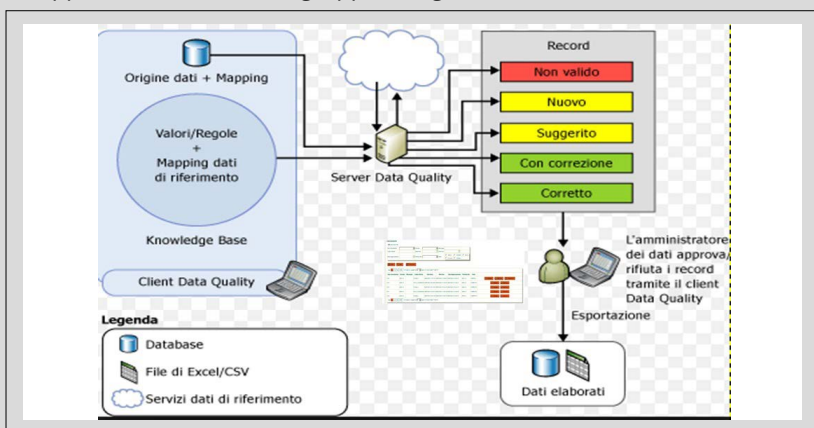
Le decisioni di *business* delle compagnie di assicurazione richiedono sempre più, per motivi organizzativi, normativi e legati all'evoluzione delle tecnologie, che le ICT focalizzino la propria attenzione (anche) su *Big Data* e *Data Quality*, nel completo rispetto di quanto richiesto dalla normativa **Solvency II**.

La sfida principale è quella di adeguare i sistemi e i processi all'utilizzo e alla gestione di un dominio **Vasto** e **Variegato** di informazioni, con massima **Velocità** di aggiornamento, ricerca e correlazione, mantenendo costante (se non migliorando) la qualità del dato.

Scelte e soluzioni devono tenere conto delle caratteristiche di un mercato con esigenze sempre più attente e raffinate da parte dei clienti, che comportano un'offerta fortemente personalizzata e flessibile, e che, per questi motivi, possa valersi di un patrimonio informativo sempre più vasto e complesso, di provata qualità, e che sia di sostegno alle fasi di preventivo ed emissione dei contratti, sia a quelle di supporto e fidelizzazione del cliente (Crm), e *last but not least*, alla eventuale gestione dei sinistri, con una valutazione attenta delle potenziali frodi.

In questo contesto il **gruppo Energent** si propone come *partner* ideale, potendo esibire esperienze e soluzioni che hanno portato a storie di successo, nell'affiancare le compagnie di assicurazione nel processo di costruzione di un progetto integrato, che parte dal Big Data per arrivare all'individuazione delle soluzioni e opportunità del Business, passando per un portale di gestione della qualità del dato, fino a complementare il percorso con l'adeguamento contabile della compagnia alla normativa Solvency II.

Approfondimenti: [www.gruppoenergent.it](http://www.gruppoenergent.it)



INTERMEDIARI

## Anapa ad Antitrust, legittimi gli accordi

**Nell'audizione dall'Agcm, l'associazione degli agenti ha ribadito che le clausole sottoposte a verifica non limitano la diffusione del plurimandato**

**Anapa** è stata ascoltata in audizione dalla direzione Credito dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato in merito al procedimento in corso, in cui l'**Antitrust** sta verificando la correttezza di alcuni presunti accordi tra gruppi agenti e imprese. A seguito del ricorso sporto da **Sna**, l'Autorità ha aveva quindi aperto l'indagine per verificare se le intese fossero in qualche modo restrittive verticali nei contratti agenziali. Coinvolti sono otto gruppi assicurativi tra i principali che operano in Italia.



Giovanni Pitruzzella, Antitrust

Anapa ha prima di tutto manifestato la propria preoccupazione per le conseguenze immediate delle decisioni di Antitrust: in gioco ci sarebbe la possibile sospensione degli accordi tra gruppi agenti e compagnie. Secondo Anapa si tratterebbe di un *vulnus* alla contrattazione di secondo livello, "in quanto si intravede il pericolo che l'attuale sistema distributivo possa essere scardinato nella sua sostanza, non garantendo più un fattore di stabilità per le agenzie e per l'intero indotto (circa 250 mila operatori), e mettendo a rischio la tutela e il servizio di qualità di professionalità verso i consumatori finali".

Anapa sostiene, e ha sempre sostenuto, che le clausole oggetto dell'indagine non incidano né sulla libertà di scelta dell'intermediario né sulla diffusione del plurimandato, cosa che invece sta verificando l'Antitrust.

La delegazione di Anapa, composta dal vice presidente, **Enrico Olivieri**, dal componente della Giunta Esecutiva Nazionale con delega all'area legale, **Roberto Arena**, e dal consulente, **Antonello Galdi**, ha espresso infine la propria posizione affinché "la contrattazione integrativa abbia piena validità, in quanto essa è ritenuta parte integrante e un valido supporto dell'accordo collettivo nazionale, nel rispetto delle peculiarità aziendali".

F.A.

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 11 dicembre di [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it)

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