

PRIMO PIANO

Sanzioni, la classifica dell'Ivass

Ben 784 ordinanze di ingiunzione per un ammontare complessivo di oltre 4,6 milioni di euro. Sono i numeri, pubblicati ieri dall'Ivass, delle sanzioni pecuniarie amministrative irrogate alle imprese di assicurazione nel primo semestre dell'anno. Stando ai dati del periodico bollettino, l'Rc auto raccoglie il maggior numero di violazioni: 711 provvedimenti (90,7% del totale) per un ammontare cumulato di oltre 3,2 milioni di euro. L'importo medio della sanzione si attesta a 4.515 euro. Gli altri rami totalizzano invece 73 ordinanze di ingiunzione e un ammontare complessivo di 1,4 milioni di euro: l'importo medio, in questo caso, si ferma a 19.368 euro.

A livello di singole imprese, il maggior numero di sanzioni cade in capo a UnipolSai: la compagnia bolognese raggiunge quota 153 ordinanze, seguita da Generali Italia (150) e Allianz (78). Podio rivoluzionato se si considera il dato del numero di ordinanze per milione di premi: in questo caso, a guidare la classifica è lma Italia Assistance, con un tasso di 0,6472. Chiudono il podio Donau Versicherung e Probus Insurance Company, rispettivamente a quota 0,3776 e 0,1892. A seguire, sono presenti Zurich Insurance (0,1168), Helvetia Italia (0,0812), Linear Assicurazioni (0,0800) e Genialloyd (0,0721).

Giacomo Corvi

COMPAGNIE

La sfida della crescita sostenibile

Diversificazione, tecnologia, customer care e formazione professionale sono i principali fattori competitivi alla base dello sviluppo del business di Alleanza Assicurazioni

Innovazione e sviluppo del capitale umano. **Davide Passero** traccia un bilancio decisamente positivo del lavoro svolto alla guida di **Alleanza**. In una intervista condotta da **Maria Rosa Alaggio**, direttore di questa testata, l'amministratore delegato spiega come la compagnia del gruppo **Generali** sta rispondendo ai cambiamenti in corso nel mercato assicurativo.

L'OFFERTA RINNOVATA SPINGE LA RACCOLTA PREMI

Da **Genertel** ad **Alleanza**, **Davide Passero** descrive il suo arrivo alla guida della compagnia del gruppo **Generali** come un passaggio privo di grandi difficoltà. "Mi aspettavo di trovare una compagnia tradizionale, venendo da una compagnia diretta. Il modello organizzativo di **Alleanza** è invece molto simile a **Genertel**. La proprietà dei clienti è della compagnia, mentre 15 mila collaboratori sul territorio sviluppano il business sui nostri clienti" dice **Passero** che al vertice di **Alleanza** ha subito assunto un nuovo approccio all'offerta e alla distribuzione. "Alleanza è sempre stata una compagnia solida, ma con un trend di crescita lento. La sfida era tenere la profittabilità, ma accompagnata con un percorso di crescita sostenibile, con risultati replicabili, consolidabili e sviluppabili nel tempo". Per raggiungere questi obiettivi **Passero** ha puntato su nuovi prodotti assicurativi. "In Italia il settore vita si è sviluppato con le gestioni separate, ma oggi guardando le esigenze dei clienti e i tassi di interesse strutturalmente bassi, le gestioni separate non sono più sufficienti a dare risposte su dove investire i propri soldi", spiega **Passero** che motiva la scelta della compagnia di puntare su prodotti ibridi capaci di unire la gestione separata a strumenti di investimento finanziari e protezione. Così oggi il 70% della produzione della compagnia è costituita da prodotti ibridi. **Alleanza** ha puntato sulla diversificazione dell'offerta: "Siamo market leader in Italia nella raccolta di piani di risparmio, a cui abbiamo associato il tema della protezione, dell'investimento e della previdenza: siamo tra i primi operatori in Italia nei piani di integrazione pensionistica. La nuova produzione l'anno scorso ha confermato un livello di due miliardi di premi: eravamo partiti da 1,4 miliardi di euro. Quest'anno siamo in crescita del 10%, in controtendenza rispetto al mercato che cala del 10%. La raccolta netta è più che raddoppiata, da 700 milioni a 1,4 miliardi del 2016". Risultati importanti che non possono essere imputati solo all'innovazione di prodotto, ma che riguardano anche gli investimenti per aggiornare il canale distributivo con un decisivo apporto della tecnologia.

(continua a pag. 2)



Davide Passero, ad di Alleanza



INSURANCE REVIEW su LINKEDIN

Seguici sulla pagina cliccando qui

(continua da pag. 1)

TECNOLOGIA AL SERVIZIO DEI CLIENTI

Migliorare la customer experience sfruttando l'innovazione. Passero mette in evidenza la necessità di aggiornare il canale distributivo, unendo il canale di relazione personale con il canale digitale: "Abbiamo avviato il più grande programma di digitalizzazione della rete di vendita in Europa". L'obiettivo è riuscire a rispondere ai bisogni dei clienti nel miglior modo possibile, con la velocità attesa dal mercato. "Il cliente rischia di essere più avanti in termini di esigenze e richieste di quanto siamo noi", dice Passero che punta migliorare il rapporto con il cliente in tutte le fasi per innalzare il livello di soddisfazione. "Il livello del mondo assicurativo in Italia è modesto, perché si registra un *Net promoter score* attorno allo zero, contro il 70% di Amazon. Quest'anno, misurando la soddisfazione dei clienti che ricevono una assistenza digitale (tramite tablet, comodamente a casa propria) abbiamo un Nps al 40%. Non siamo a livello di Amazon, ma unendo contatto personale e dotazione digitale possiamo trasformarci in un Amazon con le gambe". Passero tuttavia precisa che la tecnologia non basta se non accompagnata da "tanto cervello umano". Individua quindi i principali trend da cavalcare per sviluppare il business, a cominciare dai big data. "Il nostro core business è fare data management. I big data aprono scenari solo parzialmente sfruttati dell'industria per profilare i clienti. Attraverso gli analytics possiamo profilare meglio i rischi", dice il manager che sottolinea come oggi si utilizzino ancora poche informazioni rispetto a quelle che sono a disposizione delle compagnie. A tal fine diventa strategico il ruolo dei social media. "Non gestiamo polizze ma relazioni personali, noi dobbiamo fare in modo che i social media aumentino le occasioni di contatto, colmando la distanza tra noi e il cliente". In questo modo, il rapporto con i clienti diventa sempre più una condivisione. La sharing economy rappresenta una opportunità anche per il mondo assicurativo, perché, come rileva Passero, anche i rischi dei clienti possono essere condivisi.



FORMAZIONE PER CONQUISTARE NUOVI MERCATI

"Ci sono spazi da occupare per gli investimenti, della protezione e della previdenza. Dobbiamo prenderli prima dei concorrenti per generare crescita sostenibile". L'ad di Alleanza punta a valorizzare la rete capillare, fatta da 15 mila collaboratori divisi tra 1.200 punti operativi. Una rete giovane, perché il collaboratore ha una età media di 35 anni. "Chi esce dagli studi e avvia una attività professionale in Alleanza deve avere un percorso di affiancamento in modo da formare consulenti competenti perché l'evoluzione del modo di fare assicurazione richiede strutturalmente di aumentare il livello di qualificazione professionale per offrire consulenza assicurativa", dice Passero. A tal fine Alleanza ha sviluppato una intensa attività di formazione per valorizza l'identità professionale dei collaboratori. "Abbiamo investito sulla piattaforma di digital learning - conclude - perché formare 15 mila persone in tutta Italia è complesso. Il digitale abilita a fornire formazione e contenuti 24 ore su 24. Uno stimolo all'aggiornamento professionale che è una strada di non ritorno, perché il mercato va verso la consulenza assicurativa".

A.G.P.

MERCATO

Luca Colombano direttore commerciale di Uniqa Italia

Subentra a Riccardo Raucci, che ha lasciato il ruolo dopo 16 anni

Dal 20 novembre, la direzione commerciale delle società italiane **Uniqa** (che dal 16 maggio scorso fanno parte di **Reale Group**) è stata affidata a **Luca Colombano** (nella foto). Il manager sostituisce **Riccardo Raucci**, che dopo 16 anni di collaborazione in questo ruolo ha lasciato gli incarichi presso le società Uniqa in Italia.

Colombano mantiene le sue cariche di direttore centrale commerciale e mercato di **Italiana Assicurazioni**, e di amministratore delegato di **Italnext**. Il nuovo direttore commerciale, spiega una nota di Reale Group, "negli scorsi mesi ha già avuto la possibilità di conoscere i tratti distintivi delle compagnie Uniqa e di comprenderne le specificità, grazie ai numerosi gruppi di lavoro che stanno operando per la convergenza di Uniqa e Italiana Assicurazioni in un unico soggetto". Inoltre, Colombano ha già avuto modo di incontrare sia i rappresentanti del gruppo agenti, sia una gran parte degli intermediari nel corso degli incontri, recentemente organizzati, che avevano come obiettivo una prima informativa sul progetto di integrazione.



B.M.

MERCATO

Il ramo danni da qui al 2019

Secondo l'ultima edizione del Global insurance review di Swiss Re, diversi fattori concomitanti fanno prospettare per i prossimi anni una ripresa consistente del settore danni



Dopo un 2017 difficile, per le grosse perdite derivanti da una serie nefasta di catastrofi naturali, nei prossimi due anni il contesto economicamente favorevole, con una ripresa dei mercati in tutto il mondo, favorirà anche il settore assicurativo e riassicurativo. **Swiss Re** prevede che il ramo danni crescerà di almeno il 3% ogni anno da qui al 2019, trainato soprattutto dai Paesi emergenti.

Una serie di sfortunati eventi

Dagli uragani Harvey, Irma e Maria, al terremoto in Messico, passando per devastanti incendi in California e Portogallo: la seconda metà del 2017 ha visto un numero record di catastrofi naturali. Le perdite economiche per il mondo dell'assicurazione e della riassicurazione sono state significative: nella sola zona del Centro America i costi si aggirano sui 95 miliardi di dollari. Secondo il *Global insurance review* di Swiss Re, il capitale del settore *property & casualty* è stato letteralmente prosciugato. Ci si può quindi ragionevolmente aspettare che nei prossimi mesi vi sia un aumento dei prezzi nel ramo danni a livello globale. Un rialzo su cui influisce anche il fatto che negli ultimi anni, come conseguenza indiretta della crisi economica, questi prezzi sono sempre stati mantenuti bassi, ma ora verranno con tutta probabilità adeguati in ragione della ripresa dei mercati.

L'economia globale funge da traino

Il miglioramento generale dell'economia globale è stato tangibile nel 2017, e dovrebbe continuare anche nei prossimi due anni con una crescita moderata. Secondo le previsioni, negli Stati Uniti la crescita del prodotto interno lordo rimarrà stabile intorno al 2,2%, mentre nell'Eurozona dovrebbe aumentare di circa il 2% nel 2018 per poi subire una lieve diminuzione l'anno successivo. Il boom dell'economia cinese, con un aumento del pil del 6,8% nel 2017, rallenterà assestandosi al 6,2%

entro il 2019. L'inflazione resterà moderata nella maggior parte dei Paesi, e nel complesso i tassi di interesse dovrebbero rimanere bassi, anche se negli Stati Uniti e in Gran Bretagna le banche centrali prevedono di aumentarli gradualmente a partire dai prossimi mesi, il che in proiezione porta ad un aumento del rendimento dei titoli di Stato (stimato intorno al 3,2% per la fine del 2018 negli USA). Prospettive positive dunque per l'economia globale, su cui aleggiano però incertezze derivanti da una serie di rischi. Le tendenze protezionistiche ad esempio, in espansione in diversi Paesi, o il rallentamento del quantitative easing, fino al debito societario cinese che rimane a livelli preoccupanti.

Nuove prospettive per i premi

Il miglioramento delle prospettive economiche dovrebbe portare le imprese a una maggiore propensione alla spesa per l'assicurazione, con un aumento della domanda di coperture nel ramo danni. Un trend a cui contribuiranno anche la crescente sensibilità e le normative già approvate, o in fieri, sulle tematiche ambientali e sulla sicurezza alimentare. La crescita globale dei premi assicurativi è prevista intorno al 3% nel 2018, con un ulteriore rialzo l'anno successivo (è presto per dare stime più precise). I mercati emergenti continueranno ad essere il principale motore propulsore, grazie alla stabilizzazione delle condizioni economiche, in cui il tasso di crescita del settore assicurativo non vita si assesterà tra il 6% e il 7%.

... e il vita?

Anche il business del vita beneficerà del trend, soprattutto per via dell'estensione dell'urbanizzazione e dell'aumento dei proprietari di case e automobili. In questo settore la crescita dei premi dovrebbe assestarsi intorno al 3% nel 2017 (nel 2016 era arrivato solo al 2%), supportata dalle performance dei prodotti dedicati al risparmio nei mercati emergenti, soprattutto nei Paesi asiatici. La Cina, ad esempio, ha posto come obiettivo il raggiungimento di una penetrazione assicurativa (vita e non) del 5% entro il 2020, partendo dal 3% del 2014. Le politiche di supporto includono incentivi fiscali e iniziative volte a promuovere la salute, la protezione e le soluzioni previdenziali. Nonostante le prospettive promettenti, la redditività del settore vita rimarrà tuttavia limitata a causa dei bassi tassi di interesse, il che spingerà gli assicuratori a riconfigurare i loro portafogli in cerca di aree che garantiscano rendimenti più elevati.

Chiara Zaccariotto

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

WORKSHOP

IFRS 17 IN PRATICA

27 NOVEMBRE 2017

MILANO — LaGare Hotel Milano, Via G.B. Pirelli 20, 20124 — 9.30 - 13.00

AGENDA :

9.30 – 10.00 - Welcome coffee e registrazione

10.00 – 10.30 - Gli aspetti strategici e l'impatto sul business
Ed Morgan, Milliman managing director Italy & CEE

10.30 – 11.10 - IFRS 17 in pratica, le principali sfide, il processo di transizione
Henny Verheugen, Milliman, principal

11.10 – 11.30 - Coffee break

11.30 – 12.00 - IFRS 17: Prevedibili impatti dal punto di vista di Generali
Massimo Tosoni, head of group accounting policy & reporting, Assicurazioni Generali

12.00 - 12.45 - An advanced solution to IFRS 17
Luca Cavaliere, Milliman, principal
Amritpal Khangura, Milliman LTS consulting actuary

12.45 – 13.00 - Q&A

13.00 - Chiusura lavori e pranzo a buffet



Il workshop si rivolge ad amministratori delegati, direttori generali, CFO, responsabili delle funzioni attuariali e bilancio.

Iscriviti su www.insurancetrade.it

Scarica il programma completo