

PRIMO PIANO

Lloyd's, stop ai fucili della Nra

I Lloyd's hanno chiesto ai propri underwriter di interrompere i programmi assicurativi attivi (e di non attivarne di nuovi) con la National rifle association (Nra), la potente e influente lobby statunitense delle armi. In un breve comunicato, la corporation londinese ha affermato di aver "valutato attentamente se i sindacati dei Lloyd's debbano continuare ad assicurare i programmi offerti, commercializzati, approvati o altrimenti resi disponibili attraverso la National rifle association of America". Il comunicato precisa che i programmi della Nra sono attualmente sotto la lente del Dipartimento dei servizi finanziari di New York (Nydfs).

Nello specifico, l'inchiesta riguarda il programma di assicurazione della Rc personale per i membri dell'associazione, che finora ha portato a multe per alcuni milioni di dollari inflitte al broker Lockton (7 milioni di dollari) e a una sussidiaria di Chubb (1,3 milioni) per violazione delle leggi statali relativamente al programma Carry Guard, che fornisce ai membri della Nra la copertura assicurativa Rc personale nel caso in cui siano accusati di un crimine dopo essersi difesi con un'arma da fuoco. L'autorità dei servizi finanziari di New York sostiene che la copertura offerta da Carry Guard sia stata "fornita impropriamente" in qualsiasi procedimento penale contro il contraente.

B. M.

COMPAGNIE

Il futuro inizia prima in casa Generali Italia

Venerdì scorso l'ad Marco Sesana ha presentato alla stampa le nuove soluzioni della linea Immagina, ulteriore tappa del percorso di semplificazione avviato nel 2016 dalla società. Che torna sui media con una nuova campagna pubblicitaria

Prevenzione e pianificazione, da ottenere attraverso semplicità e immediatezza. Sono queste le parole d'ordine del nuovo posizionamento di **Generali Italia** per diventare una compagnia ancora più vicina al cliente. Una strategia che il Leone di Trieste ha sintetizzato in un nuovo claim, *Il futuro inizia prima*, a corredo di una campagna pubblicitaria che Generali Italia si appresta a lanciare sui media.

Lo scorso venerdì 11 maggio l'amministratore delegato e country manager di Generali Italia, **Marco Sesana**, ha illustrato ai giornalisti le nuove soluzioni ideate attorno a quattro direttrici (futuro, benessere, mobilità e famiglia) riunite sotto il nome di *Immagina con Generali*.

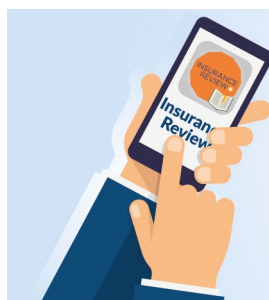
PREVENZIONE, RISPARMIO E ASSISTENZA

Sesana ha presentato le prime due offerte della nuova linea. Il primo di questi prodotti si chiama *Immagina Benessere*, una soluzione che offre servizi che vanno dal virtual check up al job coaching, dall'invio di baby sitter e collaboratrici domestiche a domicilio all'accompagnamento del figlio minore a scuola nel caso di infortunio del genitore. L'altra soluzione presentata è *Immagina Futuro*, un nuovo piano di risparmio e protezione ideato per costruire insieme con il cliente un percorso di gestione del risparmio a medio e lungo termine. Il prodotto propone anche servizi di prevenzione e assistenza, come la soluzione *Traguardo, proteggerò e sostengo* che permette di portare a termine il piano di risparmio in caso di evento inatteso che comprometta la capacità lavorativa. La soluzione include anche il trasporto sanitario logisticamente più adatto ad assistere la persona qualora le cure più appropriate non siano disponibili vicino alla propria residenza.

(Continua a pag.2)



Marco Sesana, ad e country manager di Generali Italia



Da oggi puoi leggere **Insurance Daily** scaricandolo gratuitamente dall'App **Insurance Review**



(Continua da pag.1)

UN PERCORSO PARTITO NEL 2016

L'ad di Generali Italia ha messo in cima alle priorità della compagnia quella di "offrire la migliore customer experience attraverso semplificazione e innovazione. Generali – ha sottolineato – sta cambiando grazie a un'evoluzione veloce e moderna". Sesana ha ricordato il cammino già percorso verso questo traguardo che la compagnia ha iniziato nel 2016 con il lancio del programma di semplificazione, di cui sono state già messe in campo numerose iniziative. Solo per citarne alcune: il nuovo processo di assistenza agenti, la nascita dell'unità di business transformation, l'attivazione di start up insurtech con Growtutip e H-Farm, l'introduzione delle video-perizie auto, la chatbot per l'assistenza clienti, l'inaugurazione dell'Innovation Park di Mogliano Veneto, il debutto di **Generali Welion**, il lancio del prodotto parametrico per l'agricoltura, la definizione dei contratti con linguaggio semplificato. "A oggi – ha spiegato Sesana – abbiamo completato il 75% del programma. Abbiamo un'organizzazione nuova, al cui interno sono presenti nuove professionalità che si occupano di *connected insurance* e *designer* che lavorano alla migliore fruizione dei nostri servizi". Per il programma di semplificazione la compagnia ha messo sul piatto un investimento di 300 milioni di euro. "Il programma sta ridisegnando completamente i principali processi industriali. Oggi – ha ricordato Sesana – il 70% dell'offerta di Generali Italia è digitale e tutte le 1.500 agenzie sul territorio nazionale hanno a disposizione i nuovi processi di prevendita e vendita in digitale e in mobilità che permettono maggiore trasparenza, semplicità e chiarezza per i clienti: una sola firma per il contratto vita, -25% di pagine nella documentazione contrattuale e, grazie alla video perizia, il 30% di tempo in meno per la chiusura di un sinistro auto. Sul fronte della *connected insurance*, entro il 2019 saranno oltre due milioni i clienti connessi".

COSA VOGLIONO I CLIENTI

Durante la presentazione, Sesana ha citato i dati emersi da alcune ricerche sulle aspettative dei clienti assicurativi (realizzate da **Accenture** ed **Episteme**) che hanno provato a individuare le principali richieste degli assicurati. Il 50% dei clienti richiede un accesso immediato in caso di bisogno, l'80% ricerca maggiore prevenzione attraverso servizi e consulenze per evitare danni, incidenti e malattie, mentre il 60% desidera avere una comunicazione costante con la compagnia sulla propria esperienza. "Vogliamo avere un ruolo attivo per migliorare la vita delle persone. Negli ultimi due anni, attraverso semplificazione e innovazione, abbiamo accelerato la nostra trasformazione per essere partner del cliente. Oltre a protezione e sicurezza – ha sottolineato l'ad di Generali Italia – intendiamo offrire ai nostri clienti più servizi di prevenzione e assistenza e, insieme ai nostri agenti, una nuova modalità di interazione basata su immediatezza e semplicità. Vogliamo cambiare così il modo di fare assicurazione".

EDUCAZIONE FINANZIARIA

La compagnia triestina ha anche dato vita a un'iniziativa di educazione finanziaria rivolta a bambini e famiglie. Ora di **Futuro**, questo il nome del progetto che coinvolge gli insegnanti, le scuole primarie e le reti no profit in tutta Italia, nell'ambito dell'iniziativa internazionale *The human safety net* nata in seno a Generali. Con questo progetto la compagnia vuole promuovere lo sviluppo di competenze per la gestione responsabile delle risorse, la prevenzione e la valutazione dei rischi per fare scelte consapevoli. L'obiettivo è acquisire maggiore consapevolezza su grandi temi come rispetto dell'ambiente, salute e benessere, risparmio.

UNA NUOVA CAMPAGNA PUBBLICITARIA

Generali Italia dopo qualche tempo di assenza torna sui media con una campagna pubblicitaria sviluppata attorno al claim *Il futuro inizia prima*. "Vivere appieno la vita e godersi ogni attimo – ha detto Sesana – vuol dire anche progettare in anticipo e utilizzare il proprio tempo consapevolmente, scegliendo il giusto partner assicurativo, agenti e consulenti pronti per dare concretezza a ciò che ciascuno immagina per il proprio futuro". La nuova campagna adv è stata realizzata con il partner creativo **Young&Rubicam**. La campagna sarà on air su reti televisive, sul digitale e stampa dal 27 maggio.



Acb, le nuove incognite della Idd

Le modifiche al decreto governativo, approvate dalle commissioni speciali del Parlamento, catalizzano il dibattito dell'assemblea annuale dell'associazione. Il presidente Luigi Viganotti, riconfermato nella carica, punta il dito su tre novità: hard disclosure, Pog in negativo e addio al contante

“Non è la più forte delle specie quella che sopravvive, né la più intelligente, ma la più reattiva ai cambiamenti”. È iniziata così, con la massima di Charles Darwin proiettata sullo schermo, l'assemblea annuale di **Acb** che si è tenuta giovedì 10 maggio presso il Milan Marriott Hotel di Milano. Perché di cambiamenti i broker, e più in generale l'intera categoria degli intermediari, ne incontreranno parecchi nel prossimo futuro. A cominciare dalla direttiva sulla distribuzione assicurativa, la cosiddetta *Idd*, che pare ancora lontana dall'essere chiaramente definita.

Caso ha voluto che l'assemblea di **Acb** si svolgesse proprio nel giorno in cui le commissioni speciali del Parlamento erano chiamate a pronunciarsi sui pareri presentati in merito al decreto di recepimento della direttiva approvato nei mesi scorsi dal Governo. Disco verde sia alla Camera che al Senato, con il plauso convinto di alcuni sindacati di categoria. In casa **Acb**, invece, la reazione è stata un tantino diversa. Il presidente **Luigi Viganotti**, riconfermato alla guida dell'associazione per i prossimi tre anni con i vicepresidenti **Marisa Abbati** e **Luciano Lucca**, nel corso della sua relazione ha infatti rivelato alla platea di aver potuto esaminare in anteprima il parere del senatore pentastellato **Daniele Pesco**, approvato con numerose condizioni. E di aver rilevato tre pesanti novità.

Ancora lavori in corso

La prima novità riguarda la *hard disclosure*. “È stato introdotto l'obbligo di dichiarare l'ammontare delle commissioni sulle polizze che offriamo alla clientela, in termini percentuali e assoluti”, ha affermato Viganotti. Una novità in piena regola, visto che il testo originale della direttiva prevede soltanto l'obbligo di indicare chi fornisce queste provvigioni. E che, secondo Viganotti, potrà essere motivo di nuovi problemi con le compagnie. “Non ho nulla contro l'*hard disclosure* – ha osservato il presidente di **Acb** – ma bisogna considerare che anche le compagnie sono distributori e potranno sfruttare eventuali reclami della clientela per abbassare ulteriormente le commissioni”.

Altra novità sul fronte della *Pog*, con la nascita di quella che Viganotti ha definito una “*Pog in negativo*”. Stando al testo del parere, ha illustrato, “il produttore non solo dovrà definire il *target market*, ossia stabilire a quale fetta di pubblico è destinata una determinata soluzione, ma dovrà pure indicare a chi non può essere offerto quello specifico prodotto”. Modifiche in vista, infine, anche sul lato dei pagamenti, con una disposizione che si intreccia con la normativa anti-riciclaggio, e che imporrà l'addio al contante: le polizze potranno essere incassate



Luigi Viganotti, presidente di Acb

solo tramite assegno o bonifico. Una novità, quest'ultima, che ha generato parecchi commenti, sommessi ma chiari, fra la platea di ascoltatori.

Le mosse di Acb

I tempi corrono: la legge potrebbe approdare alle Camere per l'approvazione definitiva già all'inizio della prossima settimana. In questo contesto, non stupisce che la fretta sia tanta. “Insieme ad **Aiba** e **Anapa Rete ImpresAgenzia** – ha rivelato Viganotti, contattato telefonicamente da *Insurance Daily* – stiamo predisponendo un nuovo documento unitario per chiedere conto delle disposizioni introdotte”. Il testo sarà indirizzato alle commissioni speciali del Parlamento, nonché al **ministero dello Sviluppo economico** e all'**Ivass**. E verterà sugli eccessi di delega in cui, secondo Viganotti, sarebbe incappato il legislatore. Nel mirino ci sono innanzitutto le novità su *hard disclosure* e *Pog*, ma anche potenziali motivi di contrasto che potranno scaturire dalla normativa così come predisposta. È il caso dell'opportunità, prevista dal testo originale della *Idd*, di percepire un compenso per l'attività di consulenza svolta dall'intermediario. “Se il cliente vede già le commissioni, difficilmente sarà propenso a pagare qualcosa per la semplice attività di consulenza”, ha osservato Viganotti.

(Continua a pag.4)

(Continua da pag.3)

I nodi ancora irrisolti

Le novità, insomma, sono tante. E diventano tessere di un più ampio mosaico che, com'è noto, costituirà il nuovo quadro regolamentare per chi si occupa di distribuzione assicurativa: dalla già citata *Idd* all'imminente *Gdpr*, passando per la normativa antiriciclaggio e per le nuove norme sull'*Rc* auto. Le questioni aperte non mancano. Volendo restare sul fronte della *Idd*, per esempio, Viganotti ha evidenziato vari nodi che attendono ancora di essere risolti. È il caso dell'obbligo, introdotto nel parere del senatore Pesco, di una fidejussione bancaria pari al 4% dei premi incassati, con un minimo di 18.750 euro, per evitare che i pagamenti dei clienti finiscano direttamente sul conto delle compagnie. Una norma nata per venire incontro alle esigenze degli intermediari. Ma che, secondo Viganotti, comporterà comunque diverse difficoltà. "È una disciplina costosa, non è prevista dal testo originale della *Idd* e stravolge completamente la normativa vigente sul conto separato", ha commentato il presidente di Acb.

Sullo sfondo restano poi questioni irrisolte come la disciplina della *Pog*, la responsabilità del manager e le sanzioni, che potranno arrivare anche a cinque milioni di euro. Punti su cui deve essere ancora trovata una sintesi. E che rischiano di stravolgere l'attività degli intermediari per come siamo abituati a conoscerla.

L'ora del cambiamento

"Ho avvertito preoccupazione fra i nostri associati, ma anche la fiducia che queste storture possano essere corrette per tempo", ha osservato Viganotti. Le sfide non mancano. E si intrecciano a un più ampio processo di trasformazione che sta investendo la categoria degli intermediari. In questo contesto, secondo Viganotti, la chiave è proprio quella offerta dalla massima di Darwin: adattarsi al cambiamento e tentare di cavalcarlo, per uscire dalla tempesta più forti ed evoluti. "La tecnologia – ha portato l'esempio Viganotti – non è soltanto una sfida, ma anche un'opportunità per aggiornare la nostra professione e ridurre i costi".

L'ora del cambiamento è adesso. Ed è in quest'ottica che vanno lette le modifiche, approvate all'unanimità, che sono state introdotte nel corso dell'assemblea di Acb: nascono così due nuove figure di associato (*ordinario* e *sostenitore*), vengono introdotti i *delegati di zona* e i *delegati regionali*, e viene inserito nel codice deontologico l'istituto della *conciliazione*. Misure a cui si aggiungono il rinnovo del consiglio direttivo, del collegio dei revisori e del collegio dei probiviri. E che, sommate insieme, consentiranno all'associazione "di essere più vicina ai propri iscritti e di attrarre nuovi intermediari al suo interno".

Giacomo Corvi

COMPAGNIE

Unipol, risultato netto a 163 milioni di euro

Nei primi tre mesi dell'anno calano i premi danni e crescono quelli vita

Il gruppo **Unipol** chiude il primo trimestre 2018 con un utile netto consolidato a 472 milioni di euro, comprensivo della plusvalenza di 309 milioni per la cessione di **Popolare Vita**. Al netto dell'operazione, l'utile netto consolidato è quindi pari a 163 milioni, in crescita del 3,8% su base annua.

La raccolta, al lordo delle cessioni in riassicurazione, si è attestata a 3.292 milioni di euro, in rialzo tendenziale del 2,5%.

Il ramo danni ha raccolto 1.945 milioni, in flessione dell'1,9%. Il comparto auto realizza 1.028 milioni, in calo del 2,1%, con una riduzione del portafoglio flotte. Il settore non auto, con premi pari a 918 milioni, arretra dell'1,7%. Nel comparto vita, escludendo **Popolare Vita** e la sua controllata **Lawrence Life**, il gruppo Unipol ha registrato una crescita del 26,8% nella raccolta, che al 31 marzo 2018 ammonta a 1.241 milioni di euro. In particolare, **UnipolSai** ha realizzato una raccolta diretta pari a 845 milioni (+10,6%), mentre **Arca Vita** e **Arca Vita International** hanno realizzato una raccolta pari a 371 milioni, più che raddoppiando il corrispondente dato al primo trimestre 2017.

Per quanto riguarda la situazione patrimoniale, il patrimonio netto consolidato ammonta a 7.592 milioni di euro, in aumento dai 7.453 milioni del 31 dicembre 2017. L'indice di solvibilità di gruppo, calcolato con modello interno parziale, è pari al 181%, in incremento rispetto al 166% del 31 dicembre 2017.

Da segnalare, infine, che lo scorso primo febbraio è stato completato il piano di ristrutturazione del comparto bancario.

I numeri di UnipolSai

UnipolSai realizza un risultato netto consolidato normalizzato pari a 166 milioni di euro, in aumento del 12,9% dai 147 milioni del primo trimestre 2017. Il risultato netto consolidato, comprensivo della plusvalenza da cessione di **Popolare Vita**, è di 474 milioni. La raccolta, sempre al netto di **Popolare Vita**, è pari a 2,8 miliardi (+2,2%), composta da 1,9 miliardi (-2% a perimetro omogeneo) del danni e 900 miliardi (+9,4%) del vita. Il combined ratio si attesta al 94,3%, in miglioramento rispetto al 96,2% registrato al 31 marzo 2017. Il solvency ratio consolidato basato sul capitale economico è pari al 230%, in miglioramento dal 210% di fine 2017.

F. A.

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

Convegno



5 GIUGNO 2018

MILANO | 9.00 - 17.15 | Palazzo delle Stelline, Corso Magenta, 61

RISCHI, IL VALORE DELLA CONOSCENZA

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

- 09.00 - 09.30 – Registrazione
- 09.30 - 09.50 – **Apertura – Le aziende e la conoscenza del rischio**
Alessandro De Felice, presidente di Anra
- 09.50 - 10.10 – **Operare nell'incertezza politica ed economica**
Nadio Delai, presidente di Ermeneia
- 10.10 - 10.30 – **Cyber risk: la quarta wave nella storia delle assicurazioni**
Orazio Rossi, country president di Chubb
- 10.30 - 10.50 – **Rischi catastrofali, una proposta per assicurarli**
Luigi Pastorelli, docente incaricato di Teoria del rischio, direttore scientifico del BigDataLab dell'Università di Roma - Tor Vergata, e direttore tecnico del Gruppo Schult'z
- 10.50 - 11.10 – **Dual Italia: soluzioni specialistiche per le imprese**
Maurizio Ghilosso, managing director di Dual Italia e Synkronos Italia
- 11.10 - 11.30 – Coffee break
- 11.30 - 12.45 – **TAVOLA ROTONDA: Dalla cultura del rischio alla gestione dell'azienda**
Luigi Di Falco, head of life, welfare and non life non motor di Ania
Luca Franzi De Luca, presidente di Aiba
Marco Manzoni, già presidente giovani imprenditori di Confindustria Bergamo
Massimo Michaud, presidente di Cineas
Francesco Saverio Losito, vice presidente nazionale Asseprim - Confcommercio imprese per l'Italia, con deleghe per finanza e assicurazioni
Aurelio Vaiano, presidente di Aipai
Luigi Viganotti, presidente di Acb
- 12.45 - 13.00 – Q&A
- 13.00 - 14.00 – Lunch
- 14.00 - 14.20 – **Italia, un Paese fragile**
Paolo Augliera, direttore sezione di Milano dell'Ingv - Istituto nazionale di geofisica e vulcanologia
- 14.20 - 14.40 – **Iniziative per la sicurezza ambientale**
Lisa Casali, coordinatrice del master Cineas in Environmental risk assessment and management, e manager di Pool Inquinamento Assolombarda ()*
- 14.40 - 15.00 – **Costruire l'offerta assicurativa per il cyber risk**
Gianmarco Capannini, head of cyber & BB Bond di Munich Re
- 15.00 - 15.20 – **I rischi nel mondo globale e coperture assicurative**
Intervento a cura di Das
- 15.20 - 15.40 – **Radicalizzazione e terrorismo internazionale**
Marco Di Liddo, responsabile area geopolitica Ce.S.I. - Centro Studi Internazionali
- 15.40 - 16.00 – **Prevenzione e capacità di ripartire dal sinistro**
Mauro Gattinoni, direttore dell'Associazione piccola industria Lecco e Sondrio
Giacomo Masotina, direttore tecnico e socio di Cartiera di Cologno, Cologno Monzese
Marco Valle, vicepresidente di Aipai
- 16.00 - 17.15 – **TAVOLA ROTONDA: Le problematiche, le esperienze e le iniziative delle aziende**
Sandra Bassi, direzione area Brescia Nord e Valli di Cassa Padana
Nicola Cattabeni, presidente di Ugari
Paolo Cova, risk manager di Iren
Anna Fabbri, head of group enterprise risk management di Autogrill ()*
Olivo Foglieni, amministratore delegato del gruppo Fecs
Claudio Marchionni, responsabile logistica di Unieuro
Mauro Porcelli, advisory financial services director presso PwC
Fabrizio Sechi, risk management manager di Fastweb
Rappresentante azienda automotive ()*
- 17.15 – Chiusura lavori

Patrocini:



Main sponsor:



Official sponsor:

