

PRIMO PIANO

## Prestiti- polizze, nuove indagini

L'Antitrust ha eseguito delle ispezioni nelle sedi di Crédit Agricole Assicurazioni, Caci Life, Caci non life e Vera Assicurazioni (ex Avipop Assicurazioni), nell'ambito del procedimento aperto lo scorso aprile nei confronti di Agos Ducato e di Cardif Assurance Vie. Al centro dell'indagine c'è il collocamento congiunto di prestiti e polizze assicurative scollegate dal prestito. Le ispezioni hanno fatto seguito a nuove prove acquisite nel corso dell'istruttoria e a nuove segnalazioni dell'Ivass.

Le contestazioni, fa sapere Antitrust, "riguardano i comportamenti adottati da Agos Ducato, suscettibili di integrare violazioni degli articoli 24 e 25, comma 1, lettera a, del Codice del consumo, relativi agli abbinamenti forzosi dei prestiti anche con le polizze assicurative a copertura di eventi estranei al credito", ma anche le pratiche commerciali delle stesse imprese, che avrebbero "rifiutato, pur essendo venute a conoscenza dell'abbinamento forzoso tra le proprie polizze assicurative e i prestiti erogati da Agos Ducato, la restituzione richiesta da parte di consumatori in sede di estinzione anticipata dei finanziamenti delle quote parti dei premi delle polizze assicurative in questione relative al periodo di mancata copertura, motivando il rifiuto con l'assenza di connessione tra le due tipologie di prodotti".

Fabrizio Aurilia

MERCATO

## Ecco il polo assicurativo di Intesa Sanpaolo

**Formazione, investimenti, nuove assunzioni: il gruppo bancario fissa la corda per lanciare la scalata al ramo danni (non auto). Ieri, nel corso di un evento a Torino, sono state presentate nei dettagli i piani di sviluppo nel segmento della protezione**

Dalle parole ai fatti, come era prevedibile. **Intesa Sanpaolo** conferma l'obiettivo del piano d'impresa 2018-2021: diventare la prima compagnia assicurativa italiana nel ramo danni non auto. E ieri, nel corso di un evento a Torino, ha fornito i primi dettagli sulla strategia che intende adottare per tagliare il traguardo. Formazione, investimenti, nuove assunzioni: ecco come Intesa Sanpaolo punta a scalare il ramo danni.

"Ci rivolgeremo al cliente come garante dei suoi interessi", ha esordito all'inizio della giornata **Gian Maria**

**Gros-Pietro**, presidente di Intesa Sanpaolo, annunciando che il nuovo polo assicurativo di Ca' de Sass avrà sede a Torino. "Faremo assicurazione nello stesso modo in cui abbiamo fatto banca", ha poi aggiunto in chiusura del suo intervento. Sulla stessa linea anche **Nicola Maria Fioravanti**, responsabile della divisione Insurance di Intesa Sanpaolo, che ha sottolineato come "la trasformazione dell'offerta e del modello di business" sarà la chiave per rispondere alla sfida del futuro. "La propensione alla copertura assicurativa sta crescendo, ma resta comunque un gap rilevante rispetto ad altri paesi", ha aggiunto, facendo capire che nel mercato c'è posto per tutti.



Gian Maria Gros-Pietro

### TRA PROTEZIONE E NUOVE TECNOLOGIE

Che il bisogno di protezione stia aumentando, seppur gradualmente, lo si capisce dai numeri portati da **Nando Pagnoncelli**. Dopo i saluti di **Sergio Chiamparino**, governatore del Piemonte, e **Chiara Appendino**, sindaco di Torino, il presidente di **Ipsos** ha evidenziato come la percezione del rischio sia in crescita. E così pure il desiderio di coperture che, per il 53% della popolazione, possono essere tranquillamente trovate in banca.

Eppure, nonostante tutto, l'Italia resta un Paese sotto-assicurato. "L'attenzione dei clienti è aumentata, però manca ancora il passaggio dal bisogno alla copertura", ha constatato **Maria Bianca Farina**, presidente dell'**Ania**, nel corso della successiva tavola rotonda. A pesare, secondo **Salvatore Rossi**, presidente dell'**Ivass**, sono anche le profonde trasformazioni che stanno attraversando il mondo. A cominciare da una tecnologia che crea nuove abitudini e pone nuovi rischi: "solo adesso - ha detto - le compagnie hanno iniziato ad attrezzarsi per fronteggiarli". Non solo rischi, tuttavia: le nuove tecnologie offrono anche nuove opportunità. E riuscire a coglierle sarà una delle chiavi per meglio rispondere alle esigenze del cliente. È quanto emerso nel corso della tavola rotonda animata da **Salvatore De Rienzo**, consulente di **Egon Zehnder**, **Franco Profumo**, presidente della **Compagnia di Sanpaolo**, e **Maurizio Montagnese**, presidente dell'**Innovation Center** di Intesa Sanpaolo. Proprio l'innovazione di prodotto sarà una delle leve del gruppo nel mercato delle polizze.

(continua a pag. 2)

(continua da pag. 1)

## OBIETTIVI ANCOR PIÙ AMBIZIOSI

I numeri presentati nel corso giornata ricalcano quelli dell'ultimo piano industriale: investimenti per 300 milioni di euro, formazione per 30mila gestori, inserimento di 220 specialisti della protezione, 500 nuove assunzioni per la gestione sinistri. Fioravanti ha affermato che, partendo dalla Idd, il gruppo strutturerà l'offerta sulla base dei bisogni della clientela. L'obiettivo è quello di porsi come partner degli assicurati per fornire una gamma di soluzioni utili a superare le difficoltà di domani. Il tutto con una sempre maggior attenzione alla fase di post-vendita, considerata un tassello fondamentale per instaurare un rapporto di fiducia.

Se qualcosa è destinato a cambiare, sarà forse l'altezza dell'asticella. Lo ha fatto capire ironicamente **Carlo Messina**, ceo e consigliere delegato di Intesa Sanpaolo: "se è vero, come dice Pagnoncelli, che l'interesse della popolazione si attesta al 53%, penso che dovremmo innalzare i nostri obiettivi". Attualmente, ha aggiunto, "solo il 5,8% della nostra clientela bancaria si rivolge a noi per coperture assicurative: puntiamo ad arrivare al 18-20%, così da imporci fra le prime compagnie del mercato danni non auto".



Carlo Messina

## RISPARMIATORI POCO PREVIDENTI

L'Italia, com'è noto, è un Paese di risparmiatori. Virtù, scaramanzia, forse paura: difficile a dire perché. Fatto sta che il risparmio privato degli italiani è storicamente elevato. Numeri che fanno dell'Italia, come si dice a volte, "un Paese ricco in uno Stato povero". E che devono essere tutelati per non disperdere quel tesoretto che, a fronte di un debito pubblico galoppante, rimane stabilmente uno dei punti di forza della nostra penisola.

Anche perché, come evidenziato da **Giulio Tremonti**, presidente dell'**Aspen Institute Italia**, il domani può far paura. L'allungamento della speranza di vita si accompagna a un progressivo arretramento del welfare state che, unito agli strascichi della recente crisi economica, rischia di avere pesanti ripercussioni sul tessuto sociale ed economico del nostro Paese. Ecco allora che diventa sempre più necessario tutelare il risparmio privato, trovando la collocazione ideale a questa ingente mole di liquidità. Già, perché gli italiani, sebbene risparmiatori, appaiono poco previdenti. E preferiscono avere i soldi sotto il materasso in caso di imprevisto, invece di investirli in soluzioni che potrebbero consentire di superare più agevolmente questi imprevisti quando avvengono. È questa la principale evidenza emersa nel corso della tavola rotonda a cui hanno partecipato **Giorgio Alleva**, presidente dell'**Istat**, **Gregorio De Felice**, chief economist and head of research di Intesa Sanpaolo, **Cristina Balbo**, direttore regionale per Piemonte, Liguria e Valle d'Aosta per Intesa Sanpaolo, e il già citato Nando Pagnoncelli. Il caso della salute è emblematico: tanta spesa out of pocket, pochissima quella intermediata.

## IL NODO DELL'RC AUTO

Per quanto escluso da uno storytelling fatto per litote, il segmento dell'Rc auto resterà una linea di business di Intesa Sanpaolo: il gruppo già commercializza soluzioni per la mobilità su quattro ruote. E continuerà a farlo puntando, com'è sua caratteristica, sulla telematica. Se n'è parlato nel corso del confronto fra **Alessandro Scarfò**, amministratore delegato di **Intesa Sanpaolo Assicurata**, **Giampaolo Crenca**, presidente del **Consiglio Nazionale degli Attuari**, e **Fabio Sbianchi**, ceo e fondatore di **Octo Telematics**. Il quadro che ne è emerso non lascia spazio a dubbi: la scatola nera è sempre più strategica per raccogliere informazioni e misurare il rischio in maniera accurata.

L'innovazione, tuttavia, non si ferma qui: si muove lungo direttrici di abitudini che cambiano rapidamente. "I giovani sono sempre meno propensi ad acquistare un'auto", ha osservato Scarfò. Servono dunque coperture innovative, in grado di accompagnarsi ai paradigmi della nuova mobilità. "In futuro – ha aggiunto Scarfò – si potrà pensare a una soluzione che offra tutele diverse per i differenti aspetti della mobilità, magari con garanzie temporanee che si attivano quando serve".

## ARRIVA IL CONSULENTE DEL BENESSERE

Il nuovo corso di Intesa Sanpaolo si caratterizza per una stretta collaborazione con la divisione **Banca dei Territori**: saranno i suoi 30mila consulenti, distribuiti su 4.000 filiali, a gestire il rapporto con la clientela. La sfida è ardua, perché implica un passaggio da consulente finanziario a consulente dei rischi. O, per dirla con **Stefano Barrese**, a "consulente del benessere". Secondo il responsabile della suddetta divisione, "l'assicurazione nasce per rimuovere l'incertezza, per guardare al futuro con maggior ottimismo". Il consulente sarà quindi chiamato ad ascoltare le esigenze del cliente, presentando le soluzioni migliori per soddisfare i suoi bisogni. E magari facendo pure un po' di educazione al rischio. "Il costo – ha osservato – è la scusa più semplice per non sottoscrivere un contratto. Ma una polizza non motor costa mediamente 200-400 euro all'anno: stiamo parlando di un caffè al giorno che potrebbe essere tagliato per prevenire i rischi di domani".

## RICERCHE

### Prestiti personali, crescita in frenata

**Stabile la sostenibilità del debito delle famiglie, ma calano erogazioni di credito al consumo e finanziamenti per i beni durevoli**

Continua la crescita di nuovi prestiti alle famiglie, anche se con ritmi meno sostenuti. Secondo l'Ossevatorio sul credito al dettaglio di **Assofin, Crif e Prometeia**, nel primo trimestre 2018 i mutui di acquisto sono calati del 3,4% su base annua, anche se si prevede un trend positivo per il triennio 2018-2020. Si conferma il crollo delle surroghe, con -35,6% nel primo trimestre 2018, un andamento destinato a proseguire fino al 2020. In frenata anche la crescita delle erogazioni del credito al consumo, che nel primo trimestre 2018 segna un incremento del 4,6% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Crescita più moderata per i finanziamenti per consumi durevoli che, dopo aver chiuso il 2017 con un incremento a doppia cifra, nel primo trimestre 2018 si fermano a +5,2%.

Per quanto riguarda i canali di erogazione del credito al consumo, i punti vendita convenzionati e gli sportelli bancari si confermano i canali d'elezione del credito al consumo, intercettando clientela con migliore profilo di rischio. Ancora contenuta la distribuzione via web, seppure in un contesto di lenta crescita. Anche i prestiti personali, che rappresentano oltre un terzo delle erogazioni complessive, dopo tre anni di crescita a doppia cifra mostrano un'evoluzione decisamente più modesta nel primo trimestre del 2018 (+2,7%), dovuta essenzialmente all'arresto delle erogazioni di nuovi prestiti. Inversione di tendenza invece per i finanziamenti finalizzati all'acquisto di altri beni e servizi (come arredo, ciclomotori, elettronica ed elettrodomestici), che dopo aver chiuso il 2017 in calo, tornano a crescere nel primo trimestre del 2018 (+9 %).

Gli indicatori di rischio dei prestiti al consumo mostrano un andamento stabile. In particolare, il tasso di default del credito al dettaglio considerato nel suo complesso (sommando mutui immobiliari e credito al consumo) si è mantenuto stabile all'1,9%, valore raggiunto già nel marzo 2017. Per il report, il miglioramento atteso delle condizioni economiche delle famiglie e i tassi di interesse ancora bassi favoriranno la sostenibilità del debito anche nei prossimi anni.

A.G.P.



## L'OPINIONE

### Insurtech, le compagnie assicurative seguono il fintech

**Il settore assicurativo non può prescindere dall'adozione di piattaforme di robo-advisory. Più che la possibilità di sviluppo interno, alle imprese conviene la collaborazione con progetti di finanza**

Il fatto che **Moneyfarm**, fintech italiana con sede a Londra, abbia ricevuto un finanziamento di 46 milioni di euro da parte di un gruppo di investitori guidato da **Allianz**, dimostra che il futuro delle compagnie assicurative deve necessariamente passare anche dallo sviluppo di piattaforme di robo-advisory. Se questo è il trend, diventa però fondamentale capire perché, e come, le compagnie si debbano rivolgere a questo tipo di tecnologie. La necessità di guardare ai robo-advisor, per le compagnie, va di pari passo ed è al contempo un riflesso dell'evoluzione dell'offerta e della domanda: da un lato i clienti sono sempre più consapevoli ed esigenti circa l'utilizzazione efficiente delle nuove tecnologie, dall'altro i prodotti assicurativi-finanziari sono sempre più richiesti e spinti in questo momento di mercato. Solo le piattaforme di robo-advisory sono in grado di gestire i ritmi di un contesto economico in così veloce sviluppo, il quale viaggia all'unisono con movimenti sempre più imprevedibili dei mercati finanziari. La clientela, tra l'altro, oltre che chiedere sempre maggiori contenuti di servizio al prodotto assicurativo-finanziario, è sempre più spesso alla ricerca di soluzioni che si facciano carico a tutto tondo delle sue esigenze, della sua attività professionale e della sua tutela familiare e patrimoniale. Anche qui le piattaforme di robo-advisory possono risultare uno strumento chiave per analizzare più in profondità i bisogni del cliente e definire soluzioni d'offerta personalizzate.

#### Pro e contro dell'appoggio a una fintech

Che cosa devono quindi fare le compagnie assicurative? Le ipotesi sono due: la prima è che le aziende agiscano da sé, sviluppino in proprio la loro piattaforma di robo-advisory, la seconda è acquisire una fintech company per intero o in parte, come è stato nel caso citato di Allianz e Moneyfarm. Le due decisioni presentano dei pro e dei contro. Se un'azienda sceglie di costruire al proprio interno una piattaforma di robo-advisory deve mettere in conto importanti investimenti e programmare interventi formativi e organizzativi notevoli. Nel secondo caso, invece, il vantaggio immediato è quello di poter usufruire di competenze e tecnologie assodate e sperimentate sul campo. C'è però un ostacolo importante da superare: trovare un compromesso tra business model della compagnia e della fintech company, che hanno obiettivi e fasi di sviluppo diverse. Gli attori di questa joint venture devono trovare il giusto equilibrio, negoziare che cosa dare e cosa ricevere. Il baratto clienti per competenze e viceversa, non è così semplice, anzi deve essere anch'esso gestito con grande cura e non assicura risultati certi.

**Maurizio Primanni,**  
Ceo Excellence Consulting

#55  
giugno 2018

## INSURANCE REVIEW

Strategie e innovazione per  
il settore assicurativo

# Insurance Review

## Strategie e innovazione per il settore assicurativo

La rivista che rende l'informazione specialistica  
dinamica e immediata.  
Uno strumento di aggiornamento e approfondimento  
dedicato ai professionisti del settore.

Abbonati su [www.insurancereview.it](http://www.insurancereview.it)  
Abbonamento annuale € 80,00 (10 numeri)

oppure scarica l'app **Insurance Review**



Puoi sottoscrivere l'abbonamento annuale nelle seguenti modalità:

- Compilando il form on line all'indirizzo [www.insurancetrade.it/abbonamenti](http://www.insurancetrade.it/abbonamenti)
- Inviando un'email a [abbonamenti@insuranceconnect.it](mailto:abbonamenti@insuranceconnect.it)

Modalità di pagamento:

- On line con Carta di Credito all'indirizzo [www.insurancetrade.it/abbonamenti](http://www.insurancetrade.it/abbonamenti)
- Bonifico bancario Antonveneta IBAN IT 94 U 01030 12301 0000 0158 0865

NUOVA  
RADIOGRAFI

RMATIVA

14 ATTUALITÀ

ze unit  
ked

Generali Italia,  
ritorno al futur

### 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

T: 02.36768000 E-mail: [redazione@insuranceconnect.it](mailto:redazione@insuranceconnect.it)

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

Supplemento al 21 giugno di [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it) – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577