

PRIMO PIANO

Italo, Allianz entra nel capitale

Allianz sale a bordo di Italo. Secondo quanto riportato dall'agenzia di stampa Radiocor, il gruppo assicurativo ha rilevato l'11,5% della compagnia di trasporti direttamente da Global infrastructure partners (Gip), il fondo americano che lo scorso aprile era diventato l'azionista di riferimento di Italo. L'operazione, sempre secondo l'agenzia, sarebbe stata effettuata attraverso Allianz spa e la controllata lussemburghese Agf Benelux sarl: i dettagli della transazione non sono ancora stati resi noti.

Allianz diventa così il secondo azionista di Italo, con una quota di gran lunga superiore alla somma (7,74%) di tutte le altre partecipazioni azionarie, attribuibili al fondo Peninsula e agli italiani Luca Cordero di Montezemolo, Gianni Punzo, Isabella Seragnoli, Flavio Cattaneo e Alberto Bombassei: si tratta dei soci che, in occasione della cessione al 100% della società al fondo Gip, avevano deciso di reinvestire in Italo sottoscrivendo un aumento di capitale da 150 milioni di euro.

Allianz continua dunque a puntare sulle infrastrutture italiane: l'operazione su Italo è arrivata a un anno e mezzo di distanza dall'acquisizione, in cordata con altri investitori, di circa il 7% di Autostrade per l'Italia.

Giacomo Corvi

COMPAGNIE

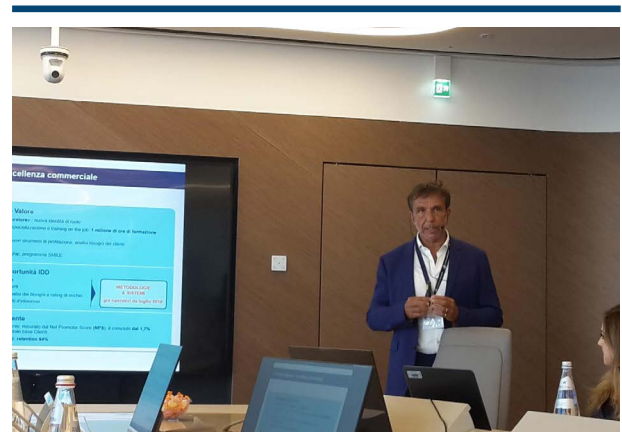
Alleanza punta sulla protezione della salute

Davide Passero, ad della compagnia, ieri a Milano ha presentato il nuovo prodotto "Semplice con Alleanza", e ha fatto il punto sui traguardi centrati dalla compagnia negli ultimi quattro anni, con una crescita della nuova produzione al 34,2% e una rete distributiva Idd compliant già da due mesi

Era il 12 ottobre 1898 quando a Genova veniva fondata Alleanza Assicurazioni. Una lunga storia che quest'anno taglia il traguardo dei 120 anni di attività, e che la compagnia ha scelto di celebrare ampliando la propria offerta anche al segmento salute con un nuovo prodotto, *Semplice con Alleanza*. La soluzione, presentata ieri a Milano nel nuovissimo grattacielo di Generali nel quartiere Citylife, è pensata per far fronte agli imprevisti e garantire stabilità economica alle famiglie in caso di infortuni o malattie che impediscano di lavorare, in via temporanea o permanente, o per affrontare una spesa sanitaria non prevista.

UN PRODOTTO PER TUTTE LE TASCHE

Nel corso della presentazione, Davide Passero, amministratore delegato della compagnia, ha sottolineato il grande potenziale di questo mercato in Italia. "Le famiglie italiane – ha ricordato – hanno speso 36 miliardi di euro per prestazioni sanitarie nel 2017. La spesa delle famiglie è cresciuta dell'11% negli ultimi quattro anni. Lo scorso anno ci sono stati nove milioni di ricoveri per malattie e infortuni, eppure, solo poco più di un italiano su dieci possiede una polizza salute". Semplice con Alleanza offre: quattro soluzioni di protezione: lesioni da infortuni o malattie, interventi chirurgici, salute dei minori, stabilizzazione del reddito. Il premio parte da 15 euro al mese per un capitale assicurato per 100 mila euro. Il prodotto prevede che alla firma del contratto si stabilisca l'importo esatto per ciascun tipo di evento. Sul fronte dei servizi erogati, la soluzione spazia dall'offerta di un fisioterapista e infermiere a domicilio, alla consulenza medico/pediatrica telefonica, fino all'invio di baby-sitter in caso di ricovero di un genitore. (continua a pag. 2)



L'Ad di Alleanza, Davide Passero, nel corso della presentazione



INSURANCE CONNECT
È SU FACEBOOK

Segui la nostra pagina

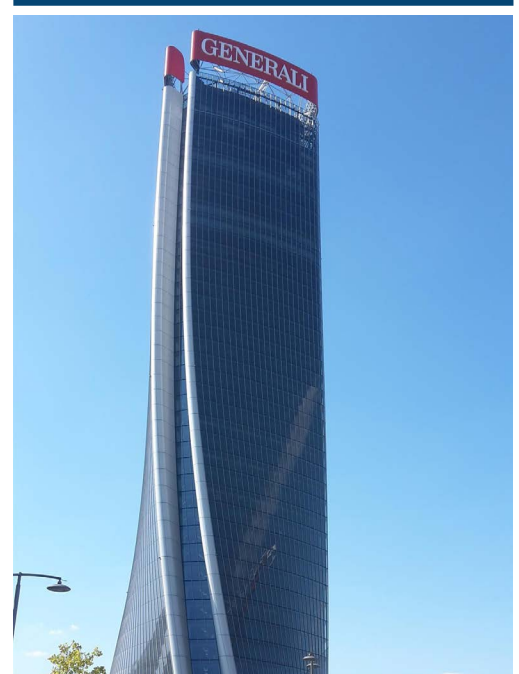


(continua da pag. 1)

"Vogliamo ribadire il nostro ruolo di assicuratore anche in un ambito molto sentito dalle persone, quello della protezione della salute, che sta assumendo una crescente rilevanza sociale", ha sottolineato l'ad.

UN BILANCIO, IN ATTESA DEL NUOVO PIANO INDUSTRIALE

Davide Passero ha rivelato che nei primi due mesi di vendita (partita a luglio) Semplice con Alleanza ha già raccolto oltre 3,5 milioni di euro, con oltre 8.200 contratti stipulati. L'ad non ha voluto rivelare i target prefissati per il prodotto e, pur parlando di "obiettivi ambiziosi", ha rimandato al prossimo 21 novembre, quando a Milano sarà presentato il piano industriale 2019-2021 di Generali, dove saranno svelati anche i nuovi progetti di Alleanza. A quattro anni dal varo della strategia di crescita sostenibile, Alleanza "vuole imprimere un'ulteriore accelerata alla sua organizzazione, dopo aver completato con successo il piano di trasformazione della rete, diventando il primo network distributivo digitalizzato in Europa. Oggi – ha osservato Passero – tre contratti su quattro sono in digitale". Soddisfazione anche sul fronte dell'innovazione dell'offerta assicurativa: "l'80% della nuova produzione – ha affermato – è a componente ibrida". Su queste basi, la compagnia ha registrato una crescita della nuova produzione del 34,2%, passando da 1,7 miliardi di euro nel 2014 ai 2,2 miliardi a fine 2017, record storico di raccolta per Alleanza Assicurazioni. Un trend che si conferma anche nel primo semestre del 2018, con la nuova produzione a +2,2%. "Grazie a quattro anni di crescita costante – ha evidenziato Passero – Alleanza è passata dal nono al quinto posto tra le imprese vita italiane. Un traguardo importante ottenuto grazie alla digitalizzazione della rete distributiva, alla trasformazione dell'offerta e all'aumento dell'indice di soddisfazione dei nostri clienti".



Il nuovo grattacielo del gruppo Generali, a Milano



Da sinistra: Marco Sesana, country manager Italy & global business lines di Generali e Ceo of Generali Italia, e Davide Passero, Ad di Alleanza

IDD COMPLIANT IN ANTICIPO SUI TEMPI

Sul fronte della digitalizzazione della rete, composta da circa 15 mila consulenti assicurativi sparsi su tutto il territorio italiano, l'ad ha citato il programma di formazione e specializzazione (con training sul campo) per i consulenti Alleanza. La compagnia ha investito in tool digitali, con nuovi strumenti di profilazione, analisi dei bisogni dei clienti e adeguatezza dell'offerta, ma anche in chiave social, con il programma di social media education, *Smile*. Alleanza ha già rilasciato su tutta la rete di vendita sistemi e metodologie conformi alla *Idd*, e ha investito oltre 40 mila ore di formazione sulla nuova normativa. Complessivamente sono state erogate un milione di ore di formazione. Questo ha portato la compagnia a essere *Idd compliant* già da luglio, con largo anticipo rispetto all'entrata in vigore della direttiva. "L'innalzamento degli standard di consulenza e il completamento della digitalizzazione della rete – ha detto Passero – hanno contribuito a migliorare la soddisfazione dei clienti di Alleanza: in quattro anni l'indice *Net promoter score* è cresciuto dall'1,7% al 17,3%, e il tasso di fedeltà dei clienti ha registrato una retention del 94%".

LA FRASE SUPERLUNGHISSIMA

Come detto in precedenza, quest'anno cade il 120esimo anniversario della nascita di Alleanza Assicurazioni, e per festeggiarlo la compagnia ha deciso di organizzare un evento che coinvolgerà 120 piazze italiane. L'iniziativa, in programma sabato 29 settembre, sosterrà un'azione di solidarietà: il programma *Ora di Futuro*, a favore dei bambini meno fortunati, in collaborazione con la onlus *Albero della vita*. Ad animare l'evento 15 mila bambini e 15 mila persone di Alleanza, che formeranno una coreografica lunga 8.926 chilometri; in ciascuna piazza i bambini si disporranno per formare una lettera vivente per scrivere #lafrasesuperlunghissima. L'unione delle lettere in ciascuna piazza comporrà questa lunga frase. L'ambizione dell'ad Passero è quella di riuscire ad avere una grande eco sui social, ed entrare nei 10 trend topic del giorno.

Beniamino Musto

RICERCHE

Più rischi per manager e imprenditori

Secondo un'indagine di Qbe, evoluzione tecnologica e normativa pesano sulle responsabilità in azienda

La gestione in azienda, per manager e imprenditori, diventa sempre più complessa. Chi occupa ruoli dirigenziali si sente maggiormente coinvolto in situazioni che possono prefigurare una responsabilità personale. E avverte sempre più i rischi connessi all'esercizio del proprio ruolo in azienda. È la preoccupazione che emerge da un'indagine condotta da Qbe su un campione di 500 manager e imprenditori in Italia, Spagna, Francia, Germania e Regno Unito.

Il 47% degli intervistati nel nostro Paese ha dichiarato di aver avvertito in maniera sensibile le proprie responsabilità negli ultimi cinque anni, soprattutto a seguito di cambiamenti legati alla digitalizzazione (49,4% delle risposte), maggior carico di lavoro (45%) e obiettivi individuali (40,8%).

"Il profilo della responsabilità individuale di manager e imprenditori sta evolvendo verso una maggiore complessità", ha osservato Angela Rebecchi, general manager di Qbe Italia. E ciò, ha aggiunto, soprattutto per "la combinazione tra accelerazione dell'innovazione tecnologica e introduzione di nuove normative". Il cyber risk, connesso alle ultime disposizioni normative e alle possibili violazioni dei dati, si impone infatti come la principale preoccupazione (33,2%), seguita da rischi legati alla concorrenza (26%) e ai cambiamenti nei sistemi normativi e di controllo (22%).

La percezione, com'è naturale, si traduce in forti preoccupazioni: il 40,4% del campione ritiene che ci sia troppa enfasi sulle responsabilità individuali, un altro 29,2% teme di essere chiamato in causa per difetto di capacità o competenza. Timori a cui manager e imprenditori hanno risposto con il miglioramento delle proprie competenze attraverso formazione interna ed esterna (più del 50%), la richiesta di supporto e collaborazioni con specialisti (29,4%) e l'acquisizione di nuove competenze (27,8%). L'esposizione al rischio, tuttavia, resta. E il 25,2% del campione ha, a tal proposito, auspicato lo sviluppo di maggiori soluzioni che coprano dal rischio di essere chiamato a rispondere del proprio operato. "Il compito degli assicuratori – ha concluso Rebecchi – è contribuire all'evoluzione del risk management proponendo nuovi approcci e soluzioni innovative".

G.C.

COMPAGNIE

Cattolica entra in Ima Italia Assistance

Attraverso un aumento di capitale riservato del valore di 8,6 milioni di euro



Alberto Minali, Ad di Cattolica

Cattolica entra in Ima Italia Assistance, azienda parte del gruppo Inter Mutuelles Assistance (specializzata nel ramo assistenza) tramite la sottoscrizione di un aumento di capitale riservato, per un importo complessivo pari a 8,58 milioni di euro. L'operazione porterà la compagnia guidata da Alberto Minali a detenere il 35% del capitale, con l'opzione di acquistare, a partire dal 2022, una partecipazione fino al 51%. Il closing è previsto nella prima metà del 2019, ovviamente dopo le consuete autorizzazioni da parte di Ivass. L'obiettivo condiviso dalle due società è far diventare Ima il quarto operatore sul mercato italiano dei servizi di assistenza.

"Con questa operazione – si legge nella nota che ha annunciato il deal – Cattolica consolida la propria offerta e abilita, grazie alla collaborazione con il gruppo Inter Mutuelles Assistance, nuovi servizi differenzianti, ad esempio nei settori motor connesso, casa e travel, arricchendo l'ecosistema di servizi per i propri clienti, come previsto dal piano industriale 2018-2020".

Il business assistenza, fanno notare da Cattolica, rappresenta uno dei rami a più alto potenziale nel settore danni italiano, con una crescita media annua nel periodo 2012-2017 che è stata pari al 7,7% e un *combined ratio* medio pari al 67,1%.

Fabrizio Aurilia

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

Convegno

11 OTTOBRE 2018

MILANO

| 9.00 - 17.00

| Palazzo delle Stelline, Corso Magenta, 61

INTERMEDIARI, PRONTI ALLA SVOLTA?

Chairman Maria Rosa Alaggio

Direttore di Insurance Review e Insurance Trade

09.00 - 09.30 – Registrazione

09.30 - 09.50 – **Vendere nell'era dell'Idd**

Presentazione dell'Osservatorio sulla distribuzione assicurativa
Alessandra Dragotto, direttore di ricerca di Swg
Giorgio Lolli, manager mercato finanza di Scs Consulting

09.50 - 10.10 – **Scenario normativo e opportunità per gli intermediari**

Jean-François Mossino, presidente della commissione agenti Bipar
Antonia Boccadoro, segretario generale di Aiba

10.10 - 10.30 – **L'insurtech come supporto alla vendita**

Paolo Meciani, manager director di Bime Consulting
Alberto Baccari, ceo di Namu

10.30 - 10.50 – **Il servizio come valore per intermediari e cliente**

Intervento a cura di Stefano Sala, amministratore delegato del gruppo per

10.50 - 11.10 – **Tra rischi, sanzioni e nuovo business: così cambiano i comportamenti degli intermediari**

Lorenzo Sapigni, direttore generale per l'Italia di Cgpa Europe rappresentanza generale per l'Italia

11.10 - 11.30 – Coffee break

11.30 - 13.00 – **TAVOLA ROTONDA: Intermediari e compagnie a una svolta nella relazione con il mercato**

Stella Aiello, presidente della Commissione Distribuzione di Ania
Maria Luisa Cavina, responsabile servizi intermediari di Ivass
Vincenzo Cirasola, presidente di Anapa Rete ImpresAgenzia
Luca Franzì De Luca, presidente di Aiba
Claudio Demozzi, presidente di Sna
Vittorio Verdone, direttore affari istituzionali del gruppo Unipol
e responsabile gestione normativa reti distributive di UnipolSai
Luigi Viganotti, presidente di Acb

13.00 - 14.00 – Pranzo

14.00 - 14.20 – **Presentazione del progetto di formazione per gli intermediari**

Sergio Sorgi, vice presidente di Progetica

14.20 - 14.40 – **Automotive e intelligenza artificiale rivoluzionano il settore assicurativo**

Marco Lovisetto, general manager di Doctor Glass

14.40 - 15.10 – **L'importanza della gestione della rete secondaria**

Presentazione dei risultati del sondaggio di Scs Consulting su subagenzie
Roberto Arena, vice presidente di Anapa Rete ImpresAgenzia
Dario Piana, presidente del comitato gruppi aziendali di Sna e presidente del Gama
Sebastiano Spada, presidente di Ulias

15.10 - 15.30 – **Strumenti di business solution per le agenzie**

Andrea Scarabelli, ceo di First Point

15.30 - 17.00 – **TAVOLA ROTONDA: Prodotto assicurativo, un gioco di squadra tra compagnie e intermediari**

Alberto Bambi, responsabile canale agenti di Das
Fabrizio Chiodini, presidente di Ius Associati (intermediari UnipolSai Associati)
Enea Dallaglio, ad di Innovation Team, gruppo Mbs Consulting
Umberto D'Andrea, presidente dell'Associazione Agenti Allianz
Marco Lamola, direttore distribuzione e marketing del gruppo Cattolica
Dario Mannocci, presidente del Gruppo Agenti Itas Assicurazioni (Gaia)
Stefano Passerini, presidente del Gruppo agenti assicurativi Amissima
Andrea Pollicino, direttore commerciale di Sara Assicurazioni

Main sponsor:



Official sponsor:



Iscriviti su www.insurancetrade.it
Scarica il programma completo