

## PRIMO PIANO

### Rca, 2017 in flessione

Anche nel 2017, il premio medio del settore Rc auto è risultato in calo. Lo certifica l'Ivass nel suo bollettino, che comprende la dinamica quinquennale del settore tra il 2012 e il 2017. Guardano i dati, si scopre che una polizza emessa nel 2017, al netto del prelievo fiscale, costa in media 339 euro, per una flessione rispetto al 2016 del 3,7%: quindi ancora un calo, anche se più contenuto rispetto a quello dei quattro anni precedenti. Resta invece stabile il numero di sinistri, pari a 2,1 milioni nel 2017, con una frequenza comunque in lieve diminuzione, pari al 6,12%.

Nell'anno passato, i premi contabilizzati dalle 43 imprese del settore Rc auto e natanti oggetto dell'indagine sono stati pari a 13,2 miliardi, -2,2% sul 2016, valore in costante flessione da sei anni: i premi del 2017 sono i tre quarti di quelli del 2012. In generale è tutto il comparto auto a essere caratterizzato dal segno meno. Nel 2017, le imprese hanno raccolto 16 miliardi di euro, cioè il 49,6% del totale dei rami danni. Anche in questo caso, la quota è in calo costante: era pari al 50,6% nel 2016 e al 57,1% nel 2012.

Infine, se si considera soltanto l'attività assicurativa, al netto dei risultati finanziari, il margine tecnico per polizza nel 2017 è negativo di 4 euro: nel 2012 era positivo di 65 euro.

Fabrizio Aurilia

## INTERMEDIARI

### Oltre l'Idd con la formazione

**La normativa e l'evoluzione di mercato impongono all'intermediario una riscoperta del proprio ruolo sociale e professionale, attraverso un processo di apprendimento permanente, attivo ed esperienziale. Solo così, come emerso durante la presentazione dell'osservatorio di Cgpa Europe, sarà possibile per agenti e broker superare una concorrenza che si fa sempre più agguerrita**

Ottobre 2018 sarà probabilmente ricordato come il mese della Idd. Ancora numerose sono le incognite che gravitano intorno alla direttiva europea entrata in vigore all'inizio del mese, già in predicato di rivoluzionare il mondo dell'intermediazione assicurativa per come siamo abituati a conoscerlo. Pog, target market, consulenza e tutela del cliente: concetti ridefiniti e strumenti che costituiranno le basi dell'intermediazione di domani. E che per essere davvero assimilati, come emerso nel corso della presentazione del quinto Osservatorio europeo degli intermediari assicurativi di Cgpa Europe, necessitano di un percorso formativo che sia permanente, attivo ed esperienziale.

"Le norme stanno cambiando e noi siamo chiamati a trasformarle da vincoli a opportunità", ha esordito Lorenzo Sapigni, rappresentante generale per l'Italia di Cgpa Europe, in apertura della presentazione che si è tenuta ieri a Milano. "Se non si porta valore alla relazione con il cliente – ha aggiunto – è inevitabile che poi la ricerca della copertura avvenga su canali diversi da quello dell'intermediazione professionale". Ecco perché, ha concluso, "la formazione ricoprirà un ruolo sempre più importante per agenti e broker".

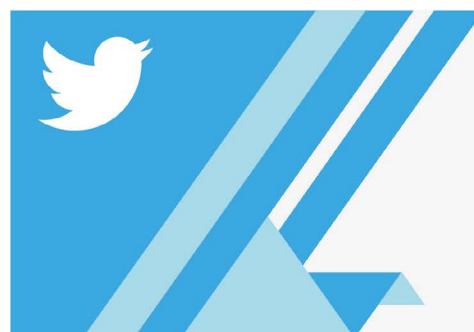
#### LA SFIDA DELLA BANCASSICURAZIONE

La normativa cambia e, con lei, anche lo scenario di mercato. In questo contesto, non stupisce che l'Osservatorio di quest'anno abbia voluto dedicare un approfondimento al mondo della bancassicurazione, elemento sempre più presente e agguerrito, anche alla luce di recenti annunci che sono arrivati dall'Italia, nel panorama assicurativo.

Punto di partenza dell'analisi è che finora, stando ai numeri, gli intermediari tradizionali hanno saputo difendersi bene. "In Europa – ha illustrato Massimo Michaud, amministratore delegato di Kinetica – agenti e broker dominano nel ramo danni con una quota di mercato del 62% e reggono nel vita, gestendo il 44% della raccolta". La bancassicurazione, per contro, ha registrato ottime performance sui prodotti assicurativi di investimento, mentre restano minoritari i risultati nel danni. La sfida, tuttavia, è soltanto alle battute iniziali. (continua a pag. 2)



Lorenzo Sapigni, rappresentante generale per l'Italia di Cgpa Europe



INSURANCE REVIEW  
È SU TWITTER

Seguici cliccando qui

INSURANCE  
REVIEW

(continua da pag. 1) Come ha osservato Michaud, "la quota di mercato della bancassicurazione nei danni, per quanto ridotta, resta comunque significativa: 14% in Francia, 11,7% in Spagna, 6,4% in Italia". E se si osservano i dati di dieci anni fa, la crescita appare inarrestabile.

La chiave per agenti e broker, anche per Michaud, è sempre la stessa: formazione. "Lo spirito della Idd, focalizzato sulla tutela al consumatore – ha chiosato – deve spingere l'intermediario a rendere la consulenza e la relazione personale un elemento strategico".

## LA BUONA FORMAZIONE

Si fa presto però a dire *formazione*: il vero punto è riuscire a fare una formazione che sia efficace, che superi il livello burocratico delle ore obbligatorie e abbracci l'idea del *posso fare di meglio*. Anche perché, come emerso da una ricerca illustrata da **Patrizia Contaldo**, head of *Observatory on insurance market* del centro studi **Baffi-Carefin** (università Bocconi), le compagnie già fanno formazione. E non soltanto per gli obblighi normativi previsti in materia, ma anche perché, ha spiegato, "sembrano aver colto la sfida che arriva dalla distribuzione".

I punti critici tuttavia non mancano. E risiedono principalmente sull'analisi dei risultati raggiunti. "A fronte di piani formativi ben strutturati – ha spiegato Contaldo – mancano spesso processi specifici per verificare che il corso abbia raggiunto i suoi obiettivi". Un passaggio, quest'ultimo, giudicato fondamentale per analizzare le performance e rilevare eventuali lacune che, se colmate, possono consentire di "migliorare la retention sugli agenti, favorire il contatto con la clientela e valorizzare il prodotto".

## IL RISCHIO DELLA CONSULENZA

Se la formazione ricopre oggi un ruolo così importante, è anche perché con la Idd aumentano anche i rischi per gli intermediari. Sul punto hanno convenuto agenti e broker intervenuti nella successiva tavola rotonda, moderata da **Maria Rosa Alaggio**, direttore di *Insurance Daily*. Già, perché il crinale fra rischio e opportunità appare assai scivoloso. "Con la Idd – ha esordito **Luigi Viganotti**, presidente di **Acb** – il rischio è evidente perché è l'intermediario a dover indicare al cliente un prodotto che sia adatto alle sue esigenze". Tuttavia, ha aggiunto, agenti e broker hanno sempre fatto consulenza, ed è forse arrivato il momento di un cambio di approccio che, passando dal prodotto al cliente, si traduca anche "in un'assunzione di responsabilità da parte dell'intermediario". Sulla stessa linea anche **Paola Minini**, presidente del **Gruppo agenti La Fondiaria**, la quale ha sottolineato come la consulenza cambi soprattutto nell'approccio, dato che "deve essere maggiormente strutturata e formalizzata".

## IL NODO DELL'OFFERTA

Secondo **Antonio Canu**, presidente del **Gruppo agenti Lloyd Italoico – Generali Italia**, i rischi maggiori risiedono nel ramo vita. E ciò in ragione "non soltanto della maggior complessità di prodotto, ma anche per la logica commerciale a piazzare certi tipi di soluzione". Sul tema dell'offerta (o meglio, sulla sua mancanza) si è espresso anche **Luca Franzi De Luca**, presidente di **Aiba**. "Il rischio – ha affermato – è quello di trovarsi in bilico fra i bisogni del cliente e la capacità del mercato di rispondere a queste esigenze: forse dovremmo soffermarci su quello che stanno facendo gli assicuratori".

Il tema dell'offerta è sentito anche da **Giuseppe Sutera**, vice presidente del **Gruppo agenti Italiana Assicurazioni**: a detta sua, "il bisogno di collocare il prodotto adeguato si traduce nella necessità di allargarsi a più compagnie", magari attraverso collaborazioni o un approdo al plurimandato.

## FRA DATI E POG

La suggestione del plurimandato pone tuttavia la questione della titolarità dei dati, riemessa in maniera impetuosa con i concetti di *Pog* e *target market*. Secondo Minini, "la *Pog* può essere un'opportunità se letta nella maniera corretta: serve un continuo scambio di dati fra intermediari e compagnia per costruire prodotti in linea con le esigenze del clienti". Resta tuttavia il timore che, con le informazioni raccolte da agenti e broker, le compagnie possano passare a una profilatura del cliente utile anche in altri canali distributivi: la paura, insomma, dell'*home insurance*.

Per Sutera, "la profilatura dovrebbe essere appannaggio esclusivo dell'intermediario: la conoscenza del cliente non deve consentire alle compagnie di scavalcare il canale agenziale". Concordi anche i rappresentanti dei broker, Viganotti e Franzi De Luca, i quali hanno anche paventato il rischio che la *Pog* si traduca in un nulla di fatto, ossia in una standardizzazione e sterilizzazione di prodotto che poco ha a che vedere con la consulenza richiesta dalla Idd. Ecco allora che, secondo Canu, "serve un patto di sistema che possa garantire fiducia fra le due parti, senza che nessuno abbia la suggestione di scavalcare o sostituire l'altro". E poi magari una dose maggiore di formazione che, anche attraverso il contributo dei gruppi agenti e delle rappresentanze, possa aiutare gli intermediari a valorizzare il proprio ruolo ai tempi della Idd.



Un momento della tavola rotonda

## MARKETING & COMUNICAZIONE

### Un angelo con i valori del rugby

**Lo sport diventa metafora di Cattolica Assicurazioni, che a Milano ha lanciato la nuova campagna di comunicazione che la vede a fianco della nazionale guidata da Conor O'Shea**

Come una palla ovale, che non sai mai dove rimbalzerà. È la vita secondo Cattolica Assicurazioni, che con la finestra rugbistica autunnale dei *Cattolica Test Match 2018* ha lanciato la prima fase della nuova strategia di comunicazione. Il rugby farà da trampolino di lancio della nuova campagna media, con uno spot che andrà in onda sulle principali tv nazionali. I valori sportivi sono la metafora di quanto Cattolica si propone di vivere nella quotidiana attività di impresa. "Uno sport di squadra, che nelle regole impone coesione e partecipazione collettiva" ha sottolineato l'amministratore delegato **Alberto Minali**, in occasione della presentazione ufficiale a Milano. "Siamo convinti che ci siano delle affinità importanti tra noi e il rugby" ha detto il presidente di Cattolica, **Paolo Bedoni**, che con questa campagna vuole rafforzare l'identità della compagnia, con l'opportunità di sostenere l'Italia e i giovani che vogliono avvicinarsi allo sport, inteso come strumento di dialogo e crescita. Rugby e attività corporate si incrociano. Infatti il 24 novembre, il match clou Italia-Nuova Zelanda sarà l'occasione per riunire dipendenti e agenti per un importante evento in programma a Roma. Piena soddisfazione è stata espressa da **Alfredo Gavazzi**, presidente della *Federazione italiana rugby*: "La sponsorship di Cattolica rappresenta un passo importante, non solo di immagine ma anche economico".

#### In onda sui principali media nazionali

La nuova campagna si rivolge a tutti i clienti attuali e prospect, con una forte attenzione al target più giovane. "Pronti a cadere e pronti a rialzarci" recita il nuovo spot, che sfrutta i valori del rugby per lanciare il payoff *Pronti alla vita*. L'angelo, logo della compagnia, rafforza l'immagine di protettore dei clienti, attraverso la corretta valutazione del rischio e l'offerta di soluzioni assicurative. Per **Emanuela Vecchiet**, direttore comunicazione e relazioni istituzionali del gruppo, la compagnia punta a rafforzare e sostenere la *brand awareness*, in coerenza con il Piano industriale 2018-2020, che sta impegnando il gruppo in un cambiamento aziendale e culturale. Cattolica vuole presentarsi come azienda innovativa e reattiva alle sfide, e punta a far crescere il senso di community tra gli assicurati. La campagna, realizzata in collaborazione con l'agenzia *Utopia* è on air sui media nazionali con un piano, curato da *Vizeum*, che abbraccia tv, radio, carta stampata, affissioni, cinema e web.



Da sinistra, Paolo Bedoni, Sergio Parisse e Alberto Minali

#### Si parte il 3 novembre

La nuova maglia su cui spicca il nome di Cattolica Assicurazioni è stata presentata da **Gianluca Pavanello**, ceo di *Macron*. La *Home* sarà indossata dagli azzurri durante la stagione 2018-2019. Il primo appuntamento per **Sergio Parisse**, capitano della nazionale guidata da **Conor O'Shea** saranno i *Cattolica Test Match 2018*: il 3 novembre a Chicago contro l'Irlanda, il 10 novembre a Firenze contro la Georgia, il 17 novembre Italia-Australia a Padova, mentre il 24 novembre la sfida forse più impegnativa, Italia-Nuova Zelanda all'Olimpico di Roma. Sfide importanti per consolidare la posizione della Nazionale nel ranking mondiale. "Uno spettacolo agonistico che continua a crescere, con il *Sei Nazioni* che registra picchi di audience del 5% e medie di mezzo milione di spettatori, che tra tutte le piattaforme media coinvolte superano i dieci milioni" ha detto **Alessandro Araimo**, amministratore delegato di *Discovery Italia*, che sarà impegnata nella trasmissione delle dirette. Agli spettatori, si aggiungono i follower sui social. "Dei 250mila fan su Facebook, il 20% ha scaricato sullo smartphone l'app federale, che consente di interagire più agilmente con gli appassionati" ha detto **Fabio Lalli**, amministratore delegato di *Iquii*. Numeri che danno la dimensione dell'importante bacino di consumatori con cui Cattolica entrerà in contatto nei prossimi anni.

**Alessandro Giuseppe Porcari**

#### 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 26 ottobre di [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it) – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577



## Convegno

8 NOVEMBRE 2018

MILANO | 9.00 - 17.00

| Palazzo delle Stelline, Corso Magenta, 61

## RC AUTO, PERSONALIZZAZIONE E MUTUALITÀ

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

- 09.00 - 09.30 – Registrazione
- 09.30 - 09.50 – **Evoluzione del mercato auto e impatti sul settore assicurativo**  
*Marco Lanzoni, responsabile mercato Finance di Scs Consulting*
- 09.50 - 10.10 – **Trasparenza, una priorità verso i consumatori**  
*Antonio De Pascalis, capo del servizio studi e gestione dati di Ivass*
- 10.10 - 10.30 – **La sfida della mobilità del futuro**  
*Francesco Leali, coordinator progetto Masa (automotive smart area), Università Modena e Reggio Emilia*
- 10.30 - 10.50 – **L'Rc auto del futuro**  
*Giacomo Lovati, amministratore delegato di Alfa Evolution Technology, di Pronto Assistenza Servizi, di Linear Assicurazioni e direttore insurance e telematic services di UnipolSai*
- 10.50 - 11.10 – **Efficienza e innovazione nella gestione dei sinistri: l'impiego delle reti neurali**  
*Alessandra Girardo, ceo di Kubris, centro di innovazione di Kirey Group*
- 11.10 - 11.30 – Coffee break
- 11.30 - 11.50 – **Regolamentazione, cosa resta da fare?**  
*Umberto Guidoni, responsabile servizio Auto di Ania*
- 11.50 - 12.20 – **Le compagnie tra innovazione e ricerca di rigore tecnico**  
*Daniela DiAgostino, responsabile prodotti e tariffe auto di UnipolSai  
Maurizio Hazan, studio legale Taurini & Hazan  
Roberto Serena, responsabile flotte auto di Generali Italia*
- 12.20 - 12.40 – **Come la telematica aumenta la sicurezza sulle strade e migliora i processi delle compagnie**  
*Massimo Braga, vice direttore generale di Lojack*
- 12.40 - 13.00 – Q&A
- 13.00 - 14.00 – Pranzo
- 14.00 - 14.20 – **Problematiche e opportunità del car sharing e della mobilità condivisa**  
*Giuseppe Benincasa, segretario generale di Aniasa  
Paola Corna Pellegrini, amministratore delegato e direttore generale di Allianz Partners in Italia*
- 14.20 - 14.40 – **Sicurezza per le auto intelligenti**  
*Michele Latronico, sales area manager di Glassdrive*
- 14.40 - 15.00 – **I rischi della black box**  
*Umberto Rapetto, Generale (R) della Guardia di Finanza – cyber security advisor*
- 15.00 - 15.20 – **Gestione sinistri: il servizio come valore competitivo**  
*a cura di Sogesa*
- 15.20 - 15.40 – **Antifrode: l'importanza dei protocolli con le procure**  
*Carlo Caponcello, avvocato generale presso la Procura Generale di Catania  
Luigi Tambone, studio legale Tambone  
Massimo Treffiletti, dirigente responsabile servizio Card accordi associativi antifrode di Ania*
- 15.40 - 16.00 – **Così cambia il contrasto alle frodi**  
*Luca De Lorenzo, responsabile antifrode di Amissima Assicurazioni  
Lorenzo Fiori, responsabile antifrode aree speciali di Reale Group  
Gaetano Occorsio, direttore sinistri di Sara Assicurazioni*
- 16.00 - 17.00 – **TAVOLA ROTONDA: Operatività e qualità nella gestione dei sinistri**  
*Introduzione - Massimo Treffiletti, dirigente responsabile servizio Card accordi associativi antifrode di Ania  
Nicola Bajona, head of express & direct claims di Zurich Italia  
Luigi Barcarolo, direttore insurance analytics and business architecture del gruppo Cattolica  
Barbara Buralli, direttore sinistri di Intesa Sanpaolo Assicura  
Ferdinando Scoa, direttore sinistri di Assimoco  
Dario Vullo, direttore sinistri di Verti*
- 17.00 – Chiusura lavori

Main sponsor:

**GLASSDRIVE**  
UNIPOLSAI



**kubris**  
KIREY GROUP

**Lo/Jack**

**SCS**  
CONSULTING

**Sogesa**  
SMART CLAIMS MANAGEMENT

Official sponsor:

**AFI · ESCA**  
ORANGE WORLD

**AON**  
Empower Results®

**ITALCLAIM**

**KUBE**  
PARTNERS

**msa**  
multi serass

**SA**

**Solepa** Italia

Light sponsor:

**RGI**

Iscriviti su [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it)  
Scarica il programma completo



29 NOVEMBRE 2018 - MILANO

•••••  
**SOLUZIONI PER  
LA CRESCITA PROFITTEVOLE**

The Westin Palace,  
Piazza della Repubblica, 20

9.00 - 13.10

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

09.00 - 09.20 – Registrazione

09.20 - 09.40 – **Apertura e introduzione**  
*Alessandra Gambini, responsabile Insurance Consulting and technology di Italia Willis Towers Watson*

09.40 - 10.00 – **INTERVISTA: Crescita profittevole e scenario di riferimento**  
*Alberto Minali, amministratore delegato del gruppo Cattolica*

10.00 - 10.50 – **TAVOLA ROTONDA – Reinventando l'industria: trasformazione digitale e nuovi modelli di business**  
*Moderata Maria Rosa Alaggio, direttore di Insurance Review*  
*Fabio Carsenzuola, amministratore delegato e direttore generale di Europ Assistance*  
*Matteo Cattaneo, head of Innovation & corporate strategy di Reale Group*  
*Alberto Dominici, chief operating officer di Bene Assicurazioni*  
*Roberto Manzato, chief insurance officer di Poste Vita*  
*Marco Mazzucco, direttore generale di Blue Assistance*

10.50 - 11.20 – Pausa caffè

11.20 - 12.00 – **Il ruolo della tecnologia per la gestione dei clienti, della produzione e del risk management**  
*Renzo Giovanni Avesani, chief risk innovation officer del gruppo Unipol*  
*Luigi Barcarolo, direttore insurance analytics and business architecture del gruppo Cattolica*  
*Francesco Daboni, responsabile Danni, insurance consulting and Technology Italia di Willis Towers Watson*  
*Gianmarco Tosti, Italy country manager & head of corporate risk broking di Willis Towers Watson*

12.00 - 12.40 – **TAVOLA ROTONDA – Finance transformation: dalla compliance al vantaggio competitivo**  
*Moderata Maria Rosa Alaggio, direttore di Insurance Review*  
*Alessandra Gambini, responsabile insurance consulting and technology, Italia di Willis Towers Watson*  
*Massimo Romano, head of group integrated reporting del gruppo Generali*  
*Alberto Vacca, chief business and investment officer di Aviva Italia*  
*Gianantonio Villani, head of planning & controlling, Bicc and finance transformation di Allianz Italia*

12.40 - 13.00 – **INTERVISTA: Digitalizzazione e trasformazione del business assicurativo**  
*Andrea Battista, presidente esecutivo di Archimede Spac*

13.00 - 13.10 – **Chiusura lavori**  
*Alessandro Santoni, south west divisional leader di Willis Towers Watson*

13.10 - 14.00 – Pranzo

**Iscriviti su [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it)  
Scarica il programma completo**