

PRIMO PIANO

Eiopa, faro sugli asset illiquidi

Eiopa ha lanciato una richiesta di feedback al mercato sul tema delle passività illiquide, nell'ambito di una delle principali questioni che riguardano Solvency II, cioè il trattamento delle attività assicurative a lungo termine. La richiesta è aperta fino a venerdì 7 dicembre. L'iniziativa di Eiopa segue l'invito ricevuto ad aprile dalla Commissione Europea: alle fine del 2019, il regolatore europeo presenterà una relazione sull'argomento, anche in ottica della prossima revisione di Solvency II.

Nella sua iniziativa, Eiopa vuole fare luce sulle passività delle imprese, raccogliendo informazioni ulteriori sulla gestione patrimoniale. Oltre alla revisione delle Ltg (long-term guarantees), Eiopa si è quindi impegnata a esplorare ulteriormente le caratteristiche delle passività del settore, in particolare per quanto riguarda le loro caratteristiche di illiquidità. Per fare questo, è stato anche istituito un gruppo di lavoro esclusivamente dedicato alle passività illiquide di lungo termine.

Tale analisi contribuirà a un'ulteriore valutazione di Eiopa sui rischi connessi, e aiuterà il regolatore a capire se gli attivi che coprono queste passività a lungo termine siano adeguatamente rispecchiati nell'attuale regime normativo.

F.A.

INTERMEDIARI

Alla ricerca di un nuovo rapporto con il consumatore

Anziché investire in previdenza per assicurarsi il futuro, gli italiani sperano nella provvidenza. Secondo Salvatore Palma, vice presidente del comitato dei gruppi agenti di Sna, questo atteggiamento culturale è stato causato anche da un pregresso rapporto non facile tra il mondo assicurativo e il cliente. Oggi occorre sempre di più valorizzare l'aspetto consulenziale che l'intermediario professionista può offrire

Per il settore assicurativo sarebbe meglio impegnare le risorse umane, professionali ed economiche nel promuovere un diverso rapporto con il consumatore, favorendo e sollecitando una diversa propensione alla previdenza assicurativa che oggi non c'è. Questo il pensiero di Salvatore Palma, già presidente del Gruppo agenti Cattolica Duomo UniOne (dal 2009 al 2016) e attuale vice presidente del comitato dei gruppi aziendali di Sna. Da sempre iscritto al Sindacato nazionale agenti, ha ricoperto numerosi incarichi, anche come presidente provinciale di Asti.

Palma ha iniziato la carriera assicurativa nel 1990 per Alleanza Assicurazioni. Nel 1996 è diventato agente ad Asti sotto le insegne de Il Duomo (compagnia poi acquisita da Cattolica Assicurazioni), agenzia che gestisce in forma societaria con la collega Mariella Barberis. Nel 2016 ha deciso di diventare plurimandatario, assumendo il mandato di Aviva, cui si sono aggiunti nel 2018, Groupama e Assimoco.

Secondo Palma, gli italiani sperano ancora nella provvidenza anziché investire in previdenza per assicurarsi il futuro: un atteggiamento culturale causato anche "da un passato rapporto non facile e trasparente che il mondo assicurativo ha avuto con il cliente".

Partiamo dalla Idd, entrata in vigore da pochissimo. Ritiene che la direttiva europea possa rappresentare un'opportunità per gli agenti italiani?

In Italia subiamo un eccesso di regolamentazione in ogni ambito della nostra vita. (continua a pag. 2)



Salvatore Palma

8 NOVEMBRE 2018

MILANO | 9.00 - 17.00 | Palazzo delle Stelline, Corso Magenta, 61



Convegno

**RC AUTO,
PERSONALIZZAZIONE E MUTUALITÀ**

Iscriviti cliccando qui

Scarica il programma

Insurance
Connect



(continua da pag. 1)

Purtroppo questo avviene anche nel nostro settore e ciò a mio avviso non rappresenta una nota positiva. Per il settore assicurativo sarebbe meglio impegnare le risorse umane, professionali ed economiche nel promuovere un diverso rapporto con il consumatore, favorendo e sollecitando una diversa propensione alla previdenza assicurativa che oggi non c'è. Gli italiani sperano ancora nella provvidenza anziché investire in previdenza per assicurarsi il futuro. Questo atteggiamento culturale è causato anche da un passato rapporto non facile e trasparente che il mondo assicurativo ha avuto con il cliente. Si usava un linguaggio tecnico che esprimeva condizioni di polizze spesso poco leggibili e comprensibili. Oggi dobbiamo sempre di più valorizzare l'aspetto consulenziale che l'intermediario professionista sa dare al consumatore. Anche se può sembrare demodè, per me non può esistere nessuna macchina in grado di sostituire il valore della relazione umana.



Quali risvolti potrebbe avere l'introduzione della direttiva Idd sugli agenti?

Fra gli obiettivi della direttiva europea sulla distribuzione assicurativa vi è la tutela del consumatore attraverso un maggior controllo dell'intera filiera assicurativa, obbligando le compagnie e le reti a fornire al consumatore una maggior informazione e trasparenza sulle attività di collocamento dei prodotti assicurativi. Questo si tradurrà inevitabilmente in maggiori oneri burocratici e amministrativi che appesantiranno ulteriormente l'attività delle agenzie. Per quanto riguarda la nostra rete, posso affermare che siamo sempre attenti ai cambiamenti normativi e di mercato. Inoltre le nostre agenzie sono collocate prevalentemente in aree provinciali, dove la prossimità con il cliente rappresenta ancora un valore importante, al di là delle mode e delle nuove tendenze di mercato.

Restando sempre in tema Idd, dal ministero dello Sviluppo economico è arrivato un deciso rafforzamento dell'impianto sanzionatorio, con multe che possono arrivare a toccare i cinque milioni di euro per le società, e 700mila euro per le ditte individuali. Qual è la sua opinione in materia?

Sinceramente ritengo insensato e immotivato questo impianto sanzionatorio: oltre che punitivo, non ha proporzionalità con il valore reale della attività imprenditoriale degli intermediari assicurativi. Le agenzie italiane gestiscono portafogli medio piccoli con ricavi che coprono sempre meno i costi gestionali che continuano a crescere anche in funzione di un impianto normativo complesso e di difficile adempimento. Non ultimo la stragrande maggioranza degli agenti italiani si dedica con professionalità e cura al rapporto con i propri clienti e rappresenta un interlocutore affidabile per rispondere ai bisogni del consumatore più di altri intermediari.

Sulla gestione dei conti separati ci sono più dubbi che certezze: posto che il divieto varrebbe solo per le agenzie e i relativi sub-agenti, questa regola potrebbe incidere pesantemente sulla collaborazione tra voi e le altre reti agenziali (A con A). I continui cambiamenti normativi vi preoccupano?

I continui cambiamenti creano ansia e preoccupazioni che vengono affrontate con attenzione: come abbiamo sempre fatto, seguiremo le evoluzioni normative e non ci faremo cogliere impreparati. I colleghi, attraverso il gruppo aziendale, hanno potuto liberamente ben sperimentare e avviare forme di collaborazioni A con A, e ritengo che su questo non si potrà e dovrà tornare indietro.

La fusione per incorporazione di Duomo Assicurazioni in Cattolica Assicurazioni, nel 2014, è stata accolta positivamente dal suo gruppo aziendale? Quali risvolti tecnici e gestionali ci sono stati per tutta la rete?

La fusione citata è stato l'ultimo atto di un'operazione iniziata nel luglio 2000 che ha visto la storica compagnia Duomo Assicurazioni (le cui origini risalgono al 1857) passare sotto il controllo del gruppo Cattolica. Ovviamente per la rete è stata un'operazione subita prima che accettata, con una non facile integrazione nella nuova compagnia. Oggi questo processo si è concluso, e la rete partecipa con totale coinvolgimento alle attività di Cattolica. Il nostro gruppo agenti ha sempre avuto un confronto aperto con la compagnia, rappresentando le esigenze dei colleghi con coerenza e schiettezza in ordine alle difficoltà che di volta in volta si presentavano in un processo di fusione che è durato ben 14 anni. Ritengo che in questo percorso sia stato fondamentale il radicamento che il gruppo agenti ha con i valori espressi dallo Sna, di cui condividiamo le scelte e i principi di tutela della categoria.

Carla Barin

RICERCHE

I Pir fanno bene alle aziende

Da uno studio di JeMe Bocconi, Nctm Studio Legale e Deloitte emerge chiaramente quanto lo strumento finanziario abbia raccolto il favore di risparmiatori e mercato dei capitali



Tra le varie iniziative per il rilancio dell'economia che i governi passati hanno cercato di attuare, la nascita dei Pir è stata, fino a oggi, una delle intuizioni più riuscite. Dopo pochi mesi dall'introduzione dello strumento finanziario sono stati lanciati sul mercato 70 prodotti, con forti aspettative di crescita. Dal gennaio 2017 a fine giugno di quest'anno, le masse in gestione sfioravano i 20 miliardi di euro e la raccolta era oltre i 14 miliardi.

A fornire questi dati, e anche alcune interessanti riflessioni, è stata la ricerca condotta da JeMe Bocconi (Junior enterprise degli studenti dell'Università Bocconi), su iniziativa di Nctm Studio Legale e della società di consulenza, Deloitte. Nella ricerca, *I piani individuali di risparmio: risultati raggiunti e prospettive per il futuro*, emerge quanto i Pir siano riusciti, pur con certi limiti, a fare sistema tra risparmio e investimento nell'economia reale del Paese.

Solo nel primo trimestre 2017, Assogestioni registrava una raccolta pari a 1,1 miliardi di euro, molto vicina all'obiettivo per l'intero anno, pari a 1,8 miliardi. Già il terzo trimestre di quell'anno, poi, terminava con un bilancio totale di 7,5 miliardi raccolti. Per quanto riguarda il futuro, le previsioni sono altrettanto positive: si stima una raccolta netta intorno ai 68 miliardi per i primi cinque anni, contro una previsione iniziale di 16 miliardi.

Poter uscire dalla fase di start up

L'analisi statistica circa l'impatto dei Pir, continuano gli analisti, evidenzia risultati significativi riguardo ai volumi di scambio sui mercati azionari di riferimento: il valore dell'Aim è salito del 338%, le Small cap del 40% e le Mid

cap del 35%.

A fronte di questi risultati, tuttavia, occorre ricordare il contesto italiano, in cui il 90% delle risorse finanziarie a disposizione delle imprese è costituito da debito. Su oltre 140mila Pmi, quelle quotate sono solo 225. La loro ridotta dimensione, e la conseguente difficoltà nel valutare le relative performance, rende queste imprese ancora poco attrattive per un investitore retail, limitando così l'accesso delle Pmi al capitale di rischio, fonte di finanziamento in grado di favorire la crescita nel medio-lungo termine. È proprio per questo che gli ultimi due governi sono intervenuti per definire uno strumento di politica economica che non rispondesse a logiche speculative ma alla necessità di garantire flussi di capitali in un orizzonte temporale di medio-lungo periodo, proprio per far uscire le aziende dalla fase embrionale di start up e farle arrivare fino alla quotazione: trampolino per una successiva crescita sostenibile.

Servono più quotate (e più fiducia)

Un altro fattore importante, che sta contribuendo allo sviluppo dello strumento finanziario, è che il prodotto fa confluire il risparmio dei privati in investimenti finanziari esclusivamente attraverso intermediari professionali, cosa che rassicura il risparmiatore. Inoltre, la composizione definita dal legislatore prevede la combinazione di titoli caratterizzati da diversi profili di rischio, al fine proprio di garantire una valida diversificazione. Si tratta di un aspetto molto rilevante, dato che il prodotto si rivolge a una clientela retail e che, si diceva, una parte rilevante del portafoglio dovrà essere investita in strumenti emessi esclusivamente da Pmi.

Resta un punto però: il principale rischio legato alla diffusione dei Pir, cioè la minaccia di una bolla. Per scongiurare questo rischio, secondo JeMe Bocconi, Nctm Studio Legale e Deloitte, occorre incentivare il numero di società che vogliono quotarsi in Borsa, così da far trovare uno sbocco all'aumento di liquidità disponibile e, parallelamente, creare canali maggiormente strutturati per il *private equity* che investa su aziende non quotate. Questa ipotesi è percorribile, perché durante il 2017 ben 23 aziende si sono quotate sul listino Aim di Borsa Italiana. Tuttavia, il 2018 non è stato altrettanto positivo e se le aziende non riusciranno a intercettare un clima di fiducia sui mercati finanziari, difficilmente saranno pronte a fare il grande balzo a Piazza Affari.

Fabrizio Aurilia

RICERCHE

Welfare aziendale, non lo conosce quasi nessuno

Ancora scarsa, secondo uno studio di Eudaimon e Censis, la conoscenza dei benefit a disposizione dei lavoratori



Che connessione c'è tra welfare aziendale e tutela della privacy? Se lo sono chiesti in uno studio Eudaimon, tra le società più importanti nel settore dei benefit aziendali, e Censis. Obiettivo della ricerca è anche capire il grado di conoscenza del welfare tra i lavoratori e gli effetti di una buona comunicazione per un welfare aziendale più efficace con un maggior coinvolgimento dei lavoratori.

Le due società autrici della ricerca si sono trovate di fronte a due temi: il primo di consapevolezza e conoscenza degli strumenti di welfare da parte del lavoratore e il secondo di privacy, cioè quanto un individuo sia disposto condividere di se stesso per agevolare una profilazione più accurata delle proprie esigenze.

Il dato sulla conoscenza è abbastanza sorprendente: ben il 72% dei lavoratori intervistati non conosce, o conosce poco, il welfare aziendale e il 48,5% ha bisogno di un aiuto per scovare le informazioni adeguate quando vuole accedere ai servizi: ci sono gravi difficoltà nel capire a chi rivolgersi per problemi di sanità, previdenza e assistenza.

La soluzione proposta dal sondaggio è l'avvio nelle aziende di una comunicazione personalizzata sul modello dei siti internet, come Booking, Amazon o altre piattaforme, utilizzando i dati personali per proporre servizi di welfare personalizzati in base

a bisogni specifici. A tale opportunità, da un lato i lavoratori rispondono di sì ma dall'altro c'è ancora molto timore nel condividere le informazioni; questo perché il 60,4% dei lavoratori italiani è preoccupato per l'uso che i social network possono fare dei dati personali degli utenti. Insomma, sono in primis i lavoratori a chiedere garanzie. Il 79,2% vorrebbe che le Autorità introducessero una regolamentazione più efficace per evitare intrusioni nella vita privata, nonostante più del 60% riconosca che i gestori delle piattaforme online stanno adottando corrette misure di sicurezza per tutelare la privacy degli utenti. È sull'affidabilità, quindi, che chi vende prodotti o servizi deve puntare maggiormente. Al momento, il mercato del welfare aziendale è in rapido sviluppo e occorre prima di tutto costruirsi una reputazione puntando sulla qualità, più che fare competizione sul prezzo. È decisiva quella che si chiama *social reputation*: un misto di professionalità e sicurezza che il provider di servizi che collabora con l'azienda deve necessariamente avere. L'attivazione nelle aziende di comunicazioni e servizi personalizzati basati sulla gestione dei dati personali dei lavoratori richiederà, quindi, regole precise e un'alta professionalità da parte dei gestori delle informazioni.

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 30 ottobre di 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
Barbara Buralli, direttore sinistri di Intesa Sanpaolo Assicura
Alberto Guidi, chief claim officer di Cattolica Assicurazioni
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
ASSICURAZIONE

AON
Empower Results®

ITALCLAIM



msa
multi serass



Solepa Italia

Light sponsor:

RGI

Iscriviti su 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
Scarica il programma completo