

PRIMO PIANO

Apollo rileva Aspen Insurance

Apollo Global Management ha completato l'acquisizione di Aspen Insurance. L'operazione, annunciata lo scorso 28 agosto, ha avuto un costo complessivo di 2,6 miliardi di dollari, pari a 42,75 dollari per azione pagati cash. La transazione si è conclusa il 15 febbraio, dopo l'approvazione degli organismi regolamentari e degli azionisti di Aspen. Nell'occasione, Mark Cloutier è stato nominato presidente esecutivo del consiglio di amministrazione del board e ceo del gruppo. "Credo fermamente - ha commentato - che la compagnia possa beneficiare di solide abilità nell'underwriting e di competenze specialistiche che la rendono ben posizionata per offrire soluzioni innovative ai sempre più complessi rischi che i clienti devono fronteggiare".

Entrambe le società hanno interessi e attività in Italia, anche nel settore assicurativo. Aspen Insurance è, insieme alla tedesca Nuernberger, uno dei principali investitori di Bene Assicurazioni, mentre il gruppo Apollo ha rilevato nel 2014 le attività di Carige Assicurazioni e Carige Nuova Vita per poi dare vita ad Amissima. A seguito dell'operazione, secondo alcune indiscrezioni di stampa, la società di investimento statunitense si ritroverebbe a detenere il 20% di Bene Assicurazioni.

Giacomo Corvi

DISTRIBUZIONE

Dalle norme ai fatti

La centralità del cliente deve trasferirsi dalla normativa agli operatori per trovare concreta applicazione nel rapporto tra distributori e assicurati. Questa la sintesi di un convegno organizzato dall'università La Sapienza di Roma alla presenza di autorità, compagnie e ricercatori, dove è emersa la necessità di sviluppare un'adeguata cultura aziendale

Molta strada è stata fatta nella distribuzione assicurativa. Sia dal legislatore primario con il recepimento della *Idd* (*Insurance distribution directive*) che antepone la tutela dell'assicurato alla stabilità dell'impresa assicurativa, sia dall'*Ivass*, con l'emanazione dei regolamenti portanti (40 e 41), che hanno definito requisiti di professionalità, regole di condotta anche nella distribuzione digitale delle polizze e l'informativa che i consumatori debbono ricevere prima dell'acquisto.

Sul tema si sono confrontati compagnie, autorità di regolazione, ricercatori e associazioni di categoria, in occasione del convegno, *La distribuzione assicurativa nel Codice delle assicurazioni*, organizzato dall'Università La Sapienza di Roma e dedicato alle importanti innovazioni e tutele introdotte dalla normativa europea. Che saranno integrate, nel 2020, dall'*Arbitro assicurativo*: un sistema alternativo di gestione delle controversie, che potrà tutelare gli assicurati in maniera più rapida e meno costosa, contribuendo a orientare i comportamenti di compagnie e intermediari.



Un momento del convegno

COMPORAMENTI E CULTURA: DUE FACCE DELLA STESSA MEDAGLIA

Ora, spiega **Stefano De Polis**, segretario generale di *Ivass*, è necessario che "la centralità del cliente si trasferisca dalle norme, agli operatori per trovare concreta e costante applicazione nel rapporto quotidiano tra distributori e consumatori di prodotti assicurativi". In aggiunta alla fase di ideazione e governo dei prodotti (*Pog*), diventano sempre più rilevanti i "comportamenti sani e un'appropriata cultura aziendale: due facce della stessa medaglia, entrambe fondamentali per instaurare un solido e duraturo rapporto di fiducia con la clientela". Da stimolare con la formazione, "essenziale per far crescere una coerente e radicata cultura, specie nelle reti commerciali di contatto".

(continua a pag. 2)

INSURANCE CONNECT
È SU YOU TUBE

Segui il nostro canale

Insurance
Connect

You
Tube

(continua da pag. 1)

UN NUOVO SISTEMA D'INDICATORI

Sull'adeguatezza di processi, controlli, comportamenti, cultura aziendale e governance si concentrerà il regolatore che, alla tradizionale vigilanza prudenziale, si avvia ad affiancare una *vigilanza di condotta*. "Stiamo rinnovando i nostri strumenti di supervisione", conferma De Polis, ed è in via di definizione un "sistema di indicatori idoneo a segnalare possibili problemi di *market conduct* anche prima o in assenza di evidenze di criticità da parte dei consumatori". Uno per tutti: livelli molto bassi del rapporto sinistri/premi (*loss ratio* o *claims ratio*), nell'arco di un periodo temporale esteso, possono indicare criticità nelle modalità di vendita, nel linguaggio del prodotto o nel prodotto stesso, soprattutto se associati ad alti indicatori di costo (commissioni) e di diniego dei sinistri denunciati (sinistri senza seguito). Ad esempio, nel segmento delle perdite pecuniarie, ci sono compagnie che hanno *loss ratio* del 2-3% (a fronte di un dato medio del 25%) e dati molto elevati di sinistri senza seguito. "Un indizio non fa una prova" ma allerta compagnie e autorità di controllo ad "accendere un faro sulla effettiva centralità del consumatore", ha concluso De Polis.



Stefano De Polis, segretario generale di Ivass

L'AZIONE DELL'AGCM

Cruciale resta il problema della trasparenza delle condizioni economiche e delle caratteristiche del prodotto, soprattutto nella vendita online. Sul tema, spiega **Giovanni Calabrò**, direttore generale tutela del consumatore di **Agcm**, l'Autorità è intervenuta più volte nei confronti di sistemi di preventivazione online, compagnie e comparatori. Correggendo condotte consistenti nel proporre "claim di risparmio non adeguatamente motivati, preventivi non vincolanti", in cui le compagnie richiedevano, dopo il pagamento da parte del cliente, "un'integrazione della documentazione e del prezzo per perfezionare e rendere operativo il contratto assicurativo"; la "preselezione automatica" nell'Rca, dove nella fase finale di preventivazione il "prezzo esposto era comprensivo, automaticamente, di alcune coperture accessorie non espressamente richieste dal consumatore".

Un capitolo a parte riguarda le clausole vessatorie che introducono limitazioni alle facoltà e ai diritti degli assicurati, quali l'obbligo di riparazione presso carrozzerie convenzionate o di conciliazione in caso di dissenso sulla proposta di ristoro. "L'Antitrust - puntualizza Calabrò - non è contraria in linea di principio a condizioni di questa natura" (e su questo è intervenuta nel caso di una primaria compagnia), lo è solo "quando non sono compensate da benefici per il consumatore" (riduzioni del premio) o quando "non venga lasciata la facoltà di scegliere tra soluzioni più convenienti ma limitanti e contratti più onerosi ma con maggiori garanzie".

TUTTO CAMBIA PER NON CAMBIARE NULLA

Uno degli impatti della direttiva di maggior interesse e "tuttavia meno cavalcato dagli operatori", secondo **Giampiero Mosca**, consigliere di **Aon**, è la collaborazione imprese/intermediari per la creazione di prodotti assicurativi in termini di Pog e di presentazione al pubblico dell'offerta. Tra le novità della normativa c'è il fatto che all'intermediario professionista è concesso di diventare *manufacturer de facto* del prodotto unitamente all'impresa e qui "ci si sarebbe aspettati che i principali broker sarebbero diventati *manufacturer de facto* per tutte le soluzioni assicurative che ideano e propongono alle imprese". Viceversa, osserva, è accaduto il contrario: "la corsa è stata a individuare le eccezioni per non essere considerati produttori". Gli operatori, dunque, vivono la direttiva come un "coacervo di norme e impacci burocratici cui dar corso in modo asettico senza sfruttarne le leve".

Quello che occorre è una visione diversa. I grandi broker tardano ad "assumere il ruolo primario di creatori di prodotti e lasciare alle imprese quello di quotare le soluzioni pensate e strutturate o meglio dedicate alla propria clientela". Serve un'inversione di paradigma che porterebbe al superamento dei comparatori e, come avviene nell'automotive, alla quotazione del prodotto del broker in *real time* dalle singole imprese. "Una rivoluzione del modo di fare assicurazione", conclude Mosca.

ARMONIZZARE IL PIÙ POSSIBILE

Ultimo aspetto, ma non certo per importanza, riguarda gli esiti dell'annunciato protocollo Consob-Ivass che, spiega **Domenico Siclari**, ordinario di *Diritto dell'economia* all'università La Sapienza, "darà agli operatori certezza procedimentale sull'azione di vigilanza, nell'ambito del riparto di competenze".

L'auspicio, sottolinea **Dario Focarelli**, direttore generale di **Ania**, è che il tavolo congiunto non detti disposizioni supplementari non in linea con quanto già disposto dall'Autorità di vigilanza. Quello che ci si aspetta è che "l'attesa armonizzazione con la direttiva *Mifid II* non comporti uno snaturamento della direttiva *Idd*", la quale "nasce idonea di per se stessa a regolamentare in maniera completa la distribuzione di prodotti assicurativi, compresi quelli assicurativi finanziari".

In generale, l'attesa è che le Autorità facciano il possibile "per armonizzare ciò che è armonizzabile, non tanto e non solo per semplificare la vita degli operatori, quanto quella del risparmiatore".

RISK MANAGEMENT

Export: prepararsi al rischio Brexit

In caso non si raggiunga entro il 29 marzo un accordo tra Regno Unito e Ue, cambieranno d'improvviso le regole commerciali per lo scambio delle merci. Anra lancia l'allerta alle imprese italiane perché si facciano trovare pronte

"Hope for the best, but prepare for the worst": il noto detto inglese pare adattarsi perfettamente allo scenario che si prospetta in caso di *hard Brexit*, non solo per il Regno Unito ma anche per le imprese dell'Unione Europea che dovranno – letteralmente – "fare i conti" con una realtà commerciale completamente modificata. L'appello ad essere preparati nel caso in cui il governo di **Theresa May** e la **Commissione Europea** non riescano a trovare un'intesa sulle modalità del divorzio, arriva da **Anra**, l'associazione italiana dei risk manager, che invita le imprese italiane a non attendere oltre per effettuare una seria analisi del rischio Brexit a breve e lungo periodo.

La partecipazione del Regno Unito all'Unione Europea ha consolidato negli anni un *modus operandi* commerciale che rischia di venire stravolto dall'oggi al domani a partire dal 29 marzo. Le esportazioni italiane al di là della Manica valgono oltre 23 miliardi di euro (dato del 2017), in crescita del 3,4% rispetto all'anno precedente, ma la prospettiva è di trovarsi di fronte ostacoli tariffari che possono incidere per 1,3 miliardi di euro sul totale dell'export, a seguito dei nuovi dazi che deriverebbero dall'applicazione delle tariffe *Mfn* secondo le regole del **Wto**, l'Organizzazione mondiale del commercio.

Secondo uno studio elaborato dalla società di servizi finanziari **Duff & Phelps** su dati **Istat** e **Banca d'Italia**, a venire colpiti dai dazi saranno alcuni settori chiave quali l'alimentare (8,7% dell'export *made in Italy* in Gran Bretagna) con un dazio medio del 13%, l'abbigliamento (dazio medio 11%), e gli autoveicoli (8,8%). I macchinari e le apparecchiature, che con il 13,4% sono la principale voce di esportazione, avrebbero invece un dazio medio relativamente basso, pari al 2,1%. Alla voce dazi vanno sommati i costi prodotti dalle nuove barriere non tariffarie, che includono ad esempio gli aspetti della mutata logistica e gli adeguamenti normativi.

In questo scenario il **German Economic Institute**, prevede per il nostro export una riduzione nella peggiore delle ipotesi pari a un valore tra 7,5 e 11 miliardi di euro l'anno. Da qui l'invito di Anra ai risk manager di elaborare da subito una *Business Impact Analysis* che prenda in considerazione per la propria impresa le differenti implicazioni della Brexit.

Maria Moro

NORMATIVA

No deal, Eioa lancia l'allarme

Ancora oltre 120 imprese di assicurazioni britanniche che operano nell'Unione Europea non sono attrezzate ad affrontare una l'ipotesi di un'uscita senza accordo



Eioa mette in guardia i supervisor nazionali sull'ipotesi di una Brexit senza accordo. Con un documento, il regolatore europeo fornisce raccomandazioni e orientamenti alle autorità nazionali sul trattamento di imprese e distributori britannici che operano *cross-border* nell'Unione europea. L'obiettivo è minimizzare il danno agli assicurati con tali contratti, chiamando in causa le autorità nazionali competenti al fine di promuovere la convergenza della vigilanza e garantire prassi coerenti.

Nel caso in cui il Regno Unito esca dall'Unione Europea accordo, dal 30 marzo prossimo la Nazione presieduta da Elisabetta II diventerà Paese terzo e le imprese di assicurazione, e i loro distributori, perderanno il diritto di fare affari in tutti gli Stati membri Ue, sia in stabilimento sia in libera prestazione di servizi.

Ecco perché, secondo Eioa, senza accordo tra Regno Unito e Unione Europea, è probabile che gli assicurati residenti in Europa con contratti assicurativi d'impreses Uk possano incorrere in problemi. È essenziale quindi che le imprese adottino misure per garantire la continuità dei loro servizi assicurativi.

A novembre 2018, riferisce Eioa, ancora 124 imprese di assicurazione del Regno Unito non avevano preso efficaci contromisure.

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

Convegno

7 MARZO 2019

MILANO

09.00 - 17.00

Palazzo delle Stelline, Corso Magenta, 61

L'INNOVAZIONE CHE CREA VALORE



Chairman Maria Rosa Alaggio, direttore di Insurance Review e Insurance Trade

09.00 - 09.30 - **Registrazione**

09.30 - 09.50 - **Ripensare la catena del valore per compagnie, canali distributivi e clienti**
Enea Dallaglio, ad di Innovation Team, gruppo Mbs Consulting

09.50 - 10.10 - **Assicurazione: come rimanere rilevanti in futuro?**
Andreas Moser, amministratore delegato di Munich Re Italia

10.10 - 10.30 - **Innovazione tecnologica al servizio del business**
Roberto Polli, head of IoT sales southern region di Vodafone

10.30 - 10.50 - **L'innovazione per nuove fonti di ricavo**
Luigi Barcarolo, direttore insurance analytics and business architecture del gruppo Cattolica
Sandro Scapellato, direttore marketing e distribuzione del gruppo Helvetia, ad e dg di Helvetia Italia Assicurazioni

10.50 - 11.10 - **Creare valore nell'epoca del "The Game"**
Marco Burattino, italian sales director di Guidewire

11.10 - 11.30 - **Coffee break**

11.30 - 12.45 - **TAVOLA ROTONDA - Strategie e iniziative per l'evoluzione del business model**
Giacomo Gigantiello, transformation director di Axa Italia
Giacomo Lovati, amministratore delegato di Alfa Evolution Technology, di Pronto Assistance Servizi, di Linear Assicurazioni e direttore insurance e telematic services di UnipolSai
Gianluca Pipino, direttore operations di Sara Assicurazioni
Pedro Bernardo Santos, direttore generale di G-Evolution, Groupama Assicurazioni Ania Zurich**

12.45 - 13.00 - **Q&A**

13.00 - 14.00 - **Pranzo**

14.00 - 14.20 - **L'intelligenza artificiale per conquistare il mercato**
Natalia Antongiovanni, business development officer di Icg

14.20 - 14.40 - **Internet of things e assicurazione connessa, così cambia il mondo assicurativo**
Francesco Bardelli, amministratore delegato di Generali Jeniot

14.40 - 15.00 - **Le nuove frontiere dell'insurtech**
Fabio Brambilla, presidente di Assofintech

15.00 - 15.20 - **L'Open Insurance: una chiave verso gli ecosistemi**
Francesco Zaini, partner di G2 Startups

15.20 - 15.40 - **Quali azioni per il valore dell'assicurazione?**
Vittorio Giusti, chief operating officer di Aviva Italia

15.40 - 16.50 - **TAVOLA ROTONDA - Oltre la distribuzione tradizionale**
Mauro Giacobbe, amministratore delegato di Facile.it
Stefano Longo, direttore banca assicurazione e business development di Net Insurance
Tomaso Mansutti, amministratore delegato di Mansutti
Pietro Menghi, ceo di Neosurance
Andrea Sabia, amministratore delegato di Bene Assicurazioni
Luigi Viganotti, presidente di Acb

16.50 - 17.00 - **Q&A**

17.00 - **Chiusura lavori**

(*) invitato a partecipare

Main sponsor:



Official sponsor:



Iscriviti su www.insurancetrade.it
Scarica il programma completo