

## PRIMO PIANO

# Un Caso per l'Rc auto

La discussione su un nuovo intervento legislativo sull'Rc auto entra nel vivo. La proposta di legge è stata presentata lo scorso 26 giugno, primo firmatario l'on Andrea Caso (M5S): "Modifiche agli articoli 132-ter e 134 del codice di cui al decreto legislativo 7 settembre 2005, n. 209, in materia di definizione dei premi relativi all'assicurazione obbligatoria per i veicoli a motore". La proposta, secondo il deputato pentastellato, intende "calibrare l'ingiusto mercato assicurativo oggi esistente che punisce gli automobilisti virtuosi, scoraggiando alcuni a comprare un'auto o nel fare passaggi assicurativi. In due articoli molto semplici cerco di portare equità in un settore che fa sanguinare le tasche ai cittadini".

Ora l'esame è entrato nel vivo con l'audizione di ieri, in commissione Finanze, dei rappresentanti Ivass. "Mi auguro - ha affermato Caso - che giunga presto al capolinea, perchè quello delle tariffe assicurative è un serio problema". La prossima audizione nella VI Commissione si terrà martedì 8 ottobre con i membri dell'Ania. "L'Ivass paventa l'ipotesi che possano esserci aumenti dei premi assicurativi per chi commette incidenti - ha spiegato Caso - io mi preoccupo invece di tutelare gli automobilisti che non commettono sinistri stradali né li provocano o commettono truffe".

**Beniamino Musto**

## COMPAGNIE

# Sara Assicurazioni, il lungo viaggio verso l'innovazione

**Continua il processo di trasformazione che sta impegnando la compagnia con l'obiettivo di migliorare l'operatività delle agenzie, la relazione con il cliente e la redditività. Un cambiamento che deve essere portato avanti da tutti, come ha sottolineato ieri a Roma il management in occasione del road show commerciale**

In una location immersa nel verde e gremita di agenti si è svolta ieri la tappa romana del road show di Sara Assicurazioni, compagnia ufficiale dell'Automobile Club d'Italia (Aci). Direttore generale e management hanno presentato obiettivi e progetti strategici, analizzando i risultati del 2019 e anticipando i passi per lo sprint di fine anno.

L'evento, che sarà replicato domani a Milano, si è aperto con l'intervento di **Angelo Stichi Damiani**, presidente della compagnia e dell'Aci, il quale ha elogiato la grande sinergia che le due realtà stanno portando avanti con l'obiettivo di "vincere insieme" grandi e difficili sfide, esortando la rete a "sfruttare questo momento straordinario".

Momento clou della giornata è stato l'exkursus del direttore generale **Alberto Tosti**, il quale ha utilizzato la metafora della locomotiva e dei vagoni che si vanno aggiungendo per raccontare il grande processo di trasformazione, iniziato nel 2016 dal nuovo management, che oggi deve continuare con il contributo fattivo di agenti e dipendenti. Un "viaggio appassionato", ha raccontato, caratterizzato dal "coraggio e dalla voglia di mettersi in gioco" che ha portato oggi la compagnia ad avere una struttura solida e a raggiungere risultati importanti, grazie anche alla protezione di un importante azionista qual è l'Aci.

Tre anni fa Sara Assicurazioni aveva un portafoglio in diminuzione, oggi i contratti auto sono passati da 950mila a 1,1 milioni, un risultato "impressionante in un mercato maturo" che vede la compagnia crescere del 15% sul numero di pezzi (l'attesa è del 16%) e del 10% sul fatturato. A oggi, la raccolta è pari a 354 milioni di euro (+3,8%), il risultato netto è di 34,5 milioni di euro, in linea con la performance del 2018 (34,8 milioni di euro) e la solvibilità del gruppo si mantiene su livelli molto alti (Solvency II ratio al 253%). Le previsioni sono una solvibilità del 267% e un combined ratio in calo dal 88% al 85% grazie anche all'ampliamento della rete: in tre anni infatti sono state acquisite 61 nuove agenzie (portatrici di 32 milioni di euro di premi) e 81 subagenti (per un incasso di 12 milioni di euro).

## LE AGENZIE, PROTAGONISTE DELLA CUSTOMER EXPERIENCE

Quello che ha consentito il vero salto di qualità è stato il processo di innovazione su cui, ha affermato Tosti, sono stati fatti "passi epocali", diventando una compagnia all'avanguardia nel mercato tradizionale. Ed è proprio in quest'area che si aggiungeranno nuovi interessanti vagoni, "progetti significativi con il cliente al centro".

Tra questi una piattaforma di eccellenza, realizzata grazie a un accordo con **Salesforce**, definita la "nuova frontiera della distribuzione", che fornirà una visione unica dell'assicurato grazie all'integrazione della piattaforma per il Crm con i sistemi Sara. "La nostra ambizione - ha spiegato Tosti - è quella di ridefinire la customer experience dei nostri assicurati", attraverso soluzioni sempre più personalizzate e una "comunicazione omnicanale", che consentirà di aumentare la conoscenza del cliente per anticiparne i bisogni e migliorarne la relazione.

(continua a pag. 2)



Alberto Tosti, dg di Sara Assicurazioni

(continua da pag. 1) A tal fine, sarà aumentata la connettività delle agenzie e realizzato un dipartimento ad hoc sul customer center. Le agenzie, ha confermato il direttore marketing brand e customer relationship, **Marco Brachini**, diventeranno sempre più "protagoniste nella creazione di una customer experience eccellente".

## TRA PORTALI E HOME INSURANCE

Tra i progetti in cantiere spiccano anche il rifacimento del sito web della compagnia, pronto a fine gennaio, che fornirà all'utente un'esperienza facile e di valore, e il restyling del portale agenti, che sarà messo su app per renderlo più fruibile e in linea con le esigenze della rete. Grande spazio anche all'home insurance che, da maggio 2020, dovrà diventare dispositiva. Qui si sta rivedendo l'app per trasformarla in uno "strumento di valore e non di disintermediazione" attraverso nuove funzioni che consentiranno il pagamento del premio dopo la prima annualità, la richiesta di liquidazione sinistro e di riscatto vita, l'incasso del quietanzamento lavorato da parte dell'agenzia.

## UN OMBRELLINO A COPERTURA DELLA FAMIGLIA

Molto importante è anche il nuovo concept sulla modularità di prodotto che ha come obiettivo la configurazione del fabbisogno assicurativo familiare, partendo dalla polizza del capo famiglia. Sul prodotto modulare si è soffermato Brachini, spiegandone la logica: un "ombrello che copra più beni e persone in un unico contratto", passando "dalla logica di preventivatore a quella di configuratore", dall'idea di pagamento del premio al concetto di "abbonamento sulla sicurezza" e da un'esigenza immediata alla protezione per tutta la vita. Parlando di prodotto, emerge il buon risultato della soluzione di nicchia *Guido Bene*, che ha preso il posto di *Sara free* sostituendo il concetto del pay per use con quello di telematica comportamentale che premia chi ha un corretto stile di guida. Una scelta che ha consentito di portare a casa 4mila pezzi da giugno, e su cui Sara continuerà a puntare con una campagna in uscita a breve.

## GLI SPAZI PER CRESCERE

Molti i risultati, ma anche i tiri da correggere. Su questi si è soffermato il direttore commerciale **Andrea Pollicino**, che ha esortato gli agenti a "intraprendere con decisione" la strada dei rami elementari dove ci sono "spazi di crescita": in Italia siamo allo 0,9% contro l'8% dell'Olanda. Una sollecitazione riguarda anche il vita, dove si registra una riduzione delle Tcm e su cui la compagnia sta spingendo attraverso una politica di incentivazione per le agenzie. Stesso dicasi per il non auto dove ci sono ancora 350mila clienti potenziali interessati: "una miniera che non riusciamo a sfruttare adeguatamente", ha dichiarato.

## UN INCENTIVO PER LA RETE

La giornata si è conclusa con un'anticipazione, gradita agli agenti, che riguarderà il rush di fine anno. Si tratta di un "segnale di grandissima attenzione verso la rete", che si conferma asset della compagnia, ha sottolineato Pollicino. Nello specifico, Sara Assicurazioni ha modificato a favore degli agenti la soglia di accesso al *rappel* nell'auto e introdotto tre nuovi obiettivi nel non auto, con la finalità di dividere il valore con gli agenti. Il piano commerciale, ha confermato Tosti, ha assecondato le tante richieste degli agenti, con la speranza che quel 70% di clienti auto che ha esigenze assicurative anche di altro tipo venga "aggregato in modo intelligente". Su questo, ha esortato, "dobbiamo essere proattivi per fornire la soluzione giusta con la piattaforma giusta".

Laura Servidio



LEGGE SULL'OMICIDIO  
STRADALE:  
SCOPRI  
LE POLIZZE ARAG  
PER LA  
CIRCOLAZIONE.





## PRODOTTI

### Beazley rinnova l'offerta

**Il gruppo assicurativo ha lanciato nuove soluzioni per le aziende italiane in ambito cyber e financial lines**

Si rinnova l'offerta assicurativa di **Beazley** in Italia. Il gruppo assicurativo ha presentato due nuove soluzioni in ambito cyber: **Breazley Breach Response**, pensato per le piccole e medie imprese, e di **Beazley InfoSec**, ideato per società complesse. Entrambe le soluzioni offrono una copertura olistica per rischi sempre più comuni nel mondo digitale. I prodotti, ha commentato **Alessandro Lezzi**, responsabile del team internazionale cyber & tech di Beazley, "forniscono una protezione a 360° contro il rischio cyber, unitamente a una suite di servizi di pre-breach e risk management per assistere gli assicurati a mitigare i rischi prima del verificarsi di un incidente".

Presentata anche una nuova gamma di soluzioni per il settore delle financial lines, con un'offerta che arriva a comprendere soluzioni assicurative per la responsabilità civile di amministratori e sindaci e la responsabilità civile per l'offerta pubblica di titoli, così come polizze di responsabilità civile professionale e una copertura contro frodi interne ed esterna concepita per le istituzioni finanziarie. Il gruppo assicurativo ha inoltre sviluppato una copertura specifica per le società di private equity e di gestione degli investimenti. "Le nostre polizze forniscono una vasta copertura della responsabilità civile e garantiscono ai nostri clienti e intermediari una protezione completa per un mondo di rischi complessi ed in continua evoluzione", ha commentato **Lorena Segovia**, responsabile regionale financial lines per l'Europa continentale. Sulla stessa linea anche **Gerard Bloom**, responsabile specialty lines international, il quale ha sottolineato come il lancio sia "parte integrante del nostro progetto di diffusione di linee di prodotti financial lines in tutta Europa, che ha beneficiato della profonda conoscenza di questi rischi all'interno del più ampio gruppo Beazley".

Giacomo Corvi

## RICERCHE

### Salute e prevenzione nei giovani

**Uno studio di Onda in collaborazione con Aon fotografa i comportamenti degli under 35: per il 75% del campione la salute è una priorità, tanto che due giovani su tre fanno prevenzione**

Salute e prevenzione per i giovani italiani sono considerate una priorità. Così la pensa il 75% dei partecipanti a uno studio realizzato da **Onda** (Osservatorio nazionale sulla salute della donna e di genere), in collaborazione con **Aon**. L'indagine ha analizzato il rapporto dei giovani con la salute, in particolare nell'ambito della prevenzione dell'insorgenza di malattie, e ha coinvolto un campione di 892 uomini e donne tra i 18 e i 35 anni. Dopo la salute, e con notevole distacco, le altre priorità per i giovani sono la stabilità e il successo lavorativo (36%) e il bisogno di avere un buon rapporto col partner (35%).

All'importanza riconosciuta alla salute corrisponde un atteggiamento attento alla prevenzione: due giovani su tre, sottolinea lo studio, mettono in atto comportamenti preventivi o attivi nel fronteggiare eventuali problemi fin dalla comparsa dei primi sintomi. Tuttavia, il restante 33% afferma di rivolgersi ai medici solamente quando i sintomi hanno effetti negativi sulla vita di tutti i giorni, una percentuale particolarmente alta tra gli uomini (39%). Le donne infatti si sottopongono a visite di controllo e si rivolgono al medico all'insorgere dei primi sintomi, mentre gli uomini dichiarano di provare una maggiore sensazione di benessere (54% di uomini contro il 48% delle donne), che li porta a mettere in atto minori comportamenti di prevenzione.

#### Le donne spendono più degli uomini

La spesa medica complessiva dichiarata dagli uomini (173 euro) risulta molto inferiore rispetto a quella sostenuta dalle donne (220 euro). Più in generale, la spesa annua per esami e visite mediche dichiarata si aggira intorno ai 200 euro, "una cifra consistente considerando che solo una piccola parte del campione possiede un'assicurazione sanitaria integrativa o una convenzione sanitaria lavorativa", fanno notare gli autori dell'indagine.

"La salute – spiega **Enrico Vanin**, amministratore delegato di Aon Spa e Aon Hewitt Risk & Consulting – è un settore da sempre presidiato da Aon, sia al proprio interno, con iniziative orientate al benessere psico-fisico dei nostri dipendenti, che sul mercato attraverso l'offerta di soluzioni assicurative, e non, a supporto della prevenzione e cura delle malattie. Gli esiti dello studio di Onda – osserva Vanin – al quale Aon ha collaborato, fotografano dei giovani molto più consapevoli oggi dell'importanza di stare in buona salute, e di seguire programmi specifici di prevenzione".

B.M.

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



# INSURANCE Daily



● MERCOLEDÌ 02 OTTOBRE 2019 N. 1612

Convegno



8 OTTOBRE 2019

MILANO ■ 09.00 - 17.30 ■ Palazzo delle Stelline, Corso Magenta, 61

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

- 09.00 - 09.30 - Registrazione
- 09.30 - 09.50 - **Il ruolo degli agenti nella customer experience omnicanale**  
Presentazione dell'Osservatorio sulla Distribuzione assicurativa  
*Marco Barilli, sales director Italy & Greece di Toluna Italy*  
*Giorgio Lolli, manager mercato e finanza di Scs Consulting*
- 09.50 - 10.10 - **Risultati e programmi per la valorizzazione della rete agenziale**  
*Simone Salerni, direttore commerciale di Allianz*
- 10.10 - 10.30 - **Prodotto assicurativo e trasparenza nei comportamenti: come cambia il rapporto tra compagnie e intermediari?**  
*Carlo Galantini, Galantini & Partners studio associato*
- 10.30 - 10.50 - **Riorganizzare la professione di intermediario gestendo priorità, obblighi e responsabilità**  
*Andrea Dalla Villa, responsabile area sinistri di Cgpa Europe*
- 10.50 - 11.10 - **Professional Indemnity: mercato, opportunità e soluzioni**  
*Marcello Lombardini, direttore sviluppo commerciale di ArgoGlobal Assicurazioni*
- 11.10 - 11.30 - Coffee break
- 11.30 - 12.45 - **TAVOLA ROTONDA: L'evoluzione dell'intermediario professionista, tra problematiche e opportunità**  
*Vincenzo Cirasola, presidente di Anapa Rete ImpresAgenzia*  
*Stefano De Polis, segretario generale di Ivass*  
*Claudio Demozzi, presidente di Sna*  
*Luca Franzì De Luca, presidente di Aiba*  
*Vittorio Verdone, direttore corporate communication & media relation del gruppo Unipol*  
*Luigi Viganotti, presidente di Acb*  
*Ania (\*)*
- 12.45 - 13.00 - Q&A
- 13.00 - 14.00 - Pranzo
- 14.00 - 14.20 - **Tutelare il cliente valorizzando la sicurezza in auto**  
*Marco Lovisetto, general manager di Doctor Glass*
- 14.20 - 14.40 - **Business travel, analisi dei bisogni e direttrici di sviluppo**  
*Riccardo Torchio, chief marketing & communication officer di Europ Assistance Italia*
- 14.40 - 15.00 - **Il progetto di rappresentanza degli Agenti UnipolSai Associati (Aua)**  
*Angelo Colia, Paola Minini, Jean François Mossino, Nicola Picaro, Enzo Sivori, comitato dei presidenti di Aua, Agenti UnipolSai Associati*
- 15.00 - 15.20 - **Gli intermediari e il superamento del concetto di ripristino**  
*Stefano Sala, amministratore delegato del gruppo per*
- 15.20 - 15.40 - **Quando la rete agenziale è una leva competitiva**  
*Mario Guarnone, responsabile della distribuzione di Aviva Italia*
- 15.40 - 16.00 - **Il vantaggio di fare squadra per gestire la complessità e sostenere il cambiamento**  
*Lucia Mauro, docente Cineas del Master in management & leadership skills*
- 16.00 - 17.15 - **TAVOLA ROTONDA: L'agenzia del futuro, quali interventi sulla struttura organizzativa, l'operatività e la capacità di generare business?**  
*Roberto Conforti, presidente di Uea*  
*Marco Lamola, direttore distribuzione canali professionali di Cattolica*  
*Alessandro Lazzaro, responsabile della commissione distribuzione dell'Unione agenti Axa*  
*Donato Lucchetta, presidente del Gruppo agenti Cattolica*  
*Dario Piana, presidente del Gama e presidente del comitato dei gruppi aziendali di Sna*  
*Sebastiano Spada, presidente di Ulias*  
*Enrico Ulivieri, presidente del Gruppo agenti Zurich*
- 17.15 - 17.30 - Premiazione agenti

Main sponsor:



Official sponsor:



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

(\*) invitato a partecipare