

PRIMO PIANO

PartnerRe verso Covéa

Exor, la holding della famiglia Agnelli, sta trattando in esclusiva con Covéa la cessione di PartnerRe. Secondo le fonti finanziarie citate dai maggiori organi e agenzie di stampa, Exor è pronta ad accettare un'offerta attorno ai nove miliardi di dollari. Una nota della finanziaria di casa Agnelli ha confermato la trattativa, rivelando che "discussioni sono in corso" ma che "non è sicuro che si concluderanno con una transazione". La holding aveva acquistato PartnerRe nel 2016 pagandola 6,7 miliardi; in questi anni il dividendo incassato è stato di 660 milioni di dollari.

In questi anni, PartnerRe ha continuato a operare come un'azienda indipendente, in parallelo e complementare ai due maggiori asset di Exor, cioè Fca e Cnh. "Puntavamo a una società che fosse grande e leader nel settore e che avesse una limitata necessità di capitale", aveva dichiarato John Elkann nel 2016 in occasione dell'assemblea dei soci di Exor, individuando in PartnerRe la preda ideale con queste caratteristiche.

Dal canto suo, Covéa è da tempo in cerca di occasioni sul mercato per diversificare il proprio business, e nei mesi scorsi la compagnia francese aveva cercato di acquisire Scor, senza però riuscirci.

Fabrizio Aurilia

INTERMEDIARI

Si conclude il percorso verso reti efficienti?

I dati raccolti da un'indagine di Innovation Team indicano che si sta avviando alla fine la lunga fase di razionalizzazione delle agenzie. Cala la selezione competitiva e rallentano il plurimandato e le collaborazioni, anche per causa di un mercato d'offerta che è cambiato

Scende per la prima volta sotto le 11mila0 unità il numero di agenzie di assicurazione in Italia: a fine 2019 le agenzie operative risultano infatti 10.989, in riduzione del 2% rispetto a un anno prima.

È l'ennesimo anno di contrazione per le reti agenziali italiane, confermata anche dal calo degli iscritti in sezione E del registro unico degli intermediari operanti per agenzie, passati da 103.169 a 101.915.

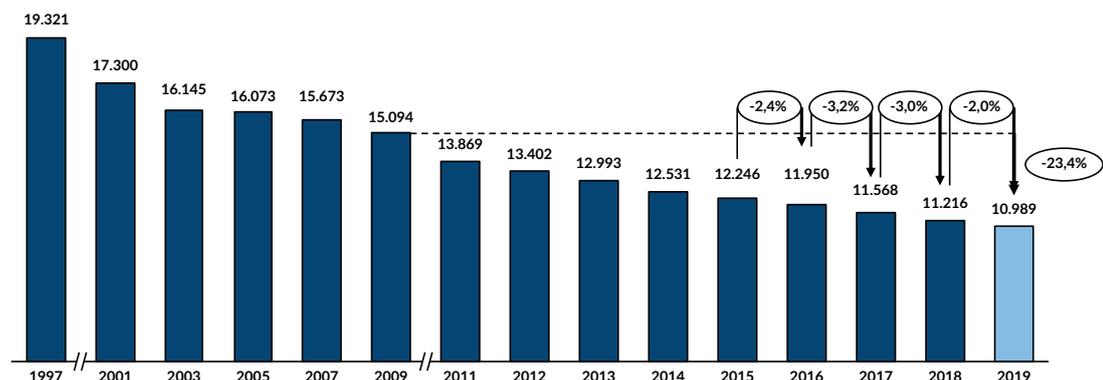
Andando oltre questi primi dati, i segnali non sono tuttavia solo negativi: il calo del 2% del numero di agenzie è inferiore al 3,2% e al 3,0% del biennio precedente e se consideriamo solo l'ultimo semestre, il trend è sostanzialmente stabile. Allo stesso tempo, sembrano emergere segnali positivi sugli economics di agenzia: secondo l'indagine *Il cambiamento dell'intermediazione assicurativa e il punto di vista degli agenti*, svolta da **Innovation Team** nel corso del 2019 con la partecipazione di oltre 3.200 agenti, quasi un terzo delle agenzie (31,1%) dichiara un incremento di redditività nel 2018 rispetto al 2017, e oltre il 35% nel 2019 rispetto all'anno precedente. Certamente non è risolto il problema della redditività (se è vero che quasi un'agenzia su quattro prevedeva una contrazione a fine 2019 e che il 33,6% manifesta una marginalità inferiore al 5% rispetto ai ricavi), ma si può sicuramente affermare che la lunga fase di selezione competitiva che ha caratterizzato il sistema agenziale negli ultimi anni sta finalmente rallentando.

ANCORA NON PARTE LA FASE DI SVILUPPO

È d'altro canto interessante inquadrare le tendenze distributive nel contesto di mercato. Come si è detto, le agenzie si sono ridotte in modo significativo. Considerando il periodo 2008-2018, il numero di agenzie è diminuito del 27,5%, oltre 4.200 unità.

(continua a pag. 2)

Serie storica numero di agenzie (unità, aggiornamento al 31-12 di ogni anno)

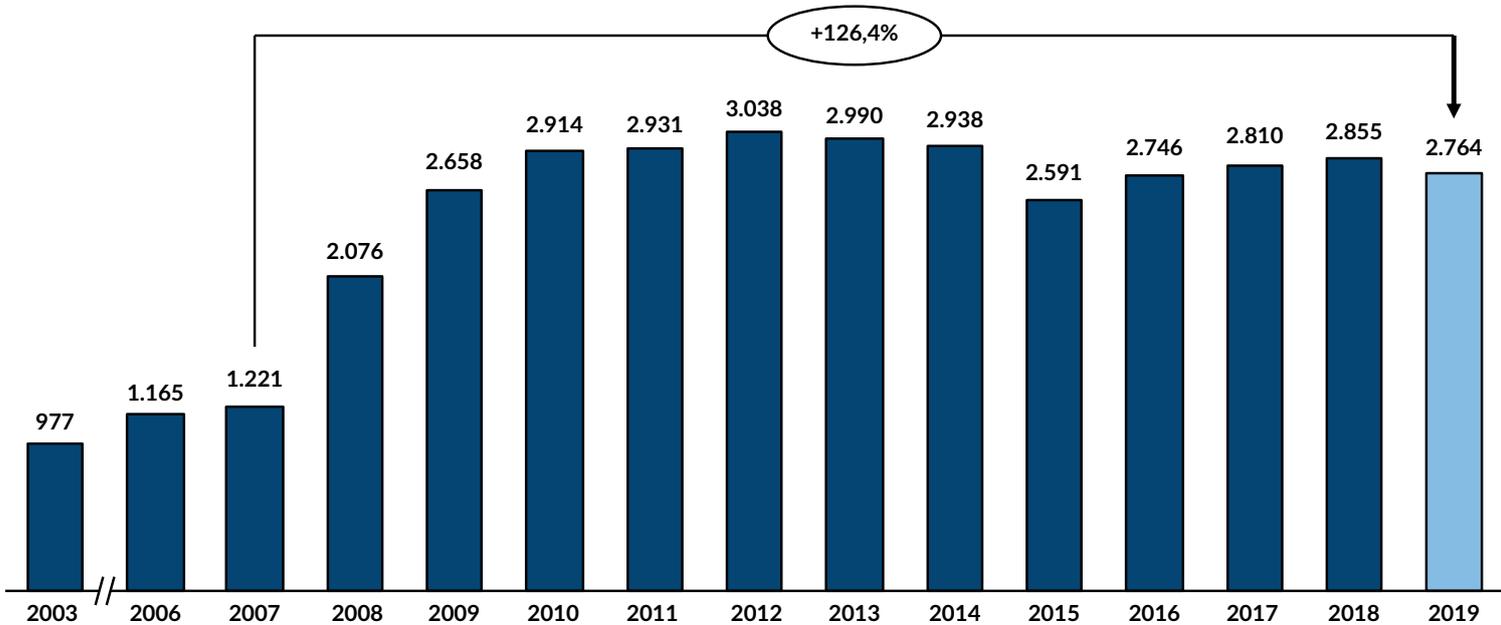


Fonte: elaborazioni Innovation Team su dati RUI, Ivass

(continua da pag. 1)

Nello stesso periodo, la raccolta auto del canale è crollata (-26,1%, oltre 5 miliardi di euro di premi) e la raccolta danni non auto è rimasta sostanzialmente stabile (-0,2%), recuperando solo negli ultimi anni dopo una lunga fase di crisi. L'effetto di questi numeri è che, in dieci anni, la raccolta media danni delle agenzie è passata da 2,057 milioni di euro a 2,394 milioni di euro, un incremento del 16,4%. La crescita della dimensione media delle agenzie non ha compensato la riduzione numerica delle stesse. Appare quindi evidente che l'ultimo decennio sia stato focalizzato sostanzialmente sull'efficientamento delle reti, certamente a causa delle riorganizzazioni che hanno coinvolto i principali player ma anche della rilevante selezione competitiva in corso. In dieci anni il contesto distributivo si è ridotto numericamente, ha raggiunto una dimensione media lievemente superiore e ha posto un freno alla crisi di redditività, ma sicuramente non ha ancora affrontato la sfida dello sviluppo. Sviluppo che invece rappresenta il focus non solo delle compagnie di assicurazione, ma anche degli agenti stessi: infatti, il 46,2% cita l'ampliamento delle reti di vendita come la principale priorità, seguito a ruota dall'organizzazione delle reti commerciali e dall'orientamento della produzione sui rami elementari. Non solo: il 24,9% dichiara di aver inserito uno o più subagenti o produttori nell'ultimo anno.

Serie storica numero di agenzie plurimandatarie (unità, aggiornamento al 31-12 di ogni anno)



Fonte: elaborazioni Innovation Team su dati RUI, Ivass

STABILE IL PLURIMANDATO

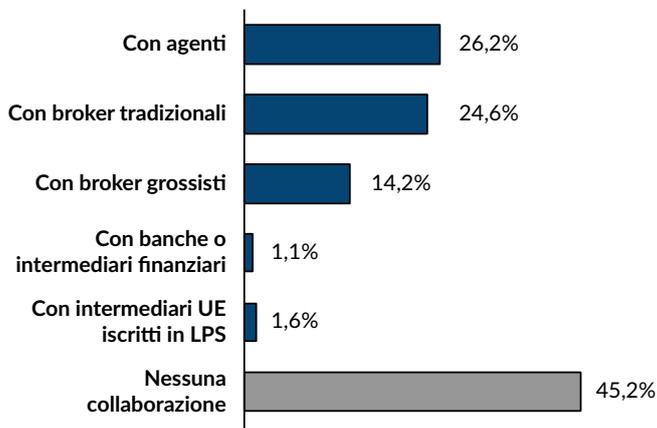
L'altro aspetto che ha caratterizzato l'ultimo decennio è l'evoluzione del plurimandato o, volendo osservare più in generale le cose, lo sviluppo dell'intermediazione indipendente. A dicembre 2019 le agenzie plurimandatarie (nella definizione qui adottata quelle con più di un mandato generalista non appartenente allo stesso gruppo) sono 2.764,99 in meno rispetto alla fine del 2018. Nell'ultimo anno è però cresciuta la quota delle agenzie plurimandatarie sul totale, che è passata dal 24,3% al 25,2%. Inquadrando il trend del plurimandato in un intervallo più ampio, sembrano emergere tre fasi:

- il boom, nei primi tre anni dall'entrata in vigore dei decreti Bersani, che ha visto le agenzie plurimandatarie passare dalle 1.221 del 2007 alle 3.038 del 2013 in un contesto di mercato favorito dalle politiche fortemente aggressive di compagnie focalizzate su questo profilo di agenzie;
- la crisi di rigetto, che ha portato a un calo rilevante delle agenzie plurimandatarie (2.591) a fine 2015, soprattutto a causa dell'uscita dal mercato di alcune compagnie protagoniste della fase precedente;
- infine, la stabilizzazione degli ultimi anni, con un trend di lievissima crescita, se non altro in termini percentuali rispetto al complesso delle reti (si è passati dal 21,2% del 2015 al 25,2% del 2019).

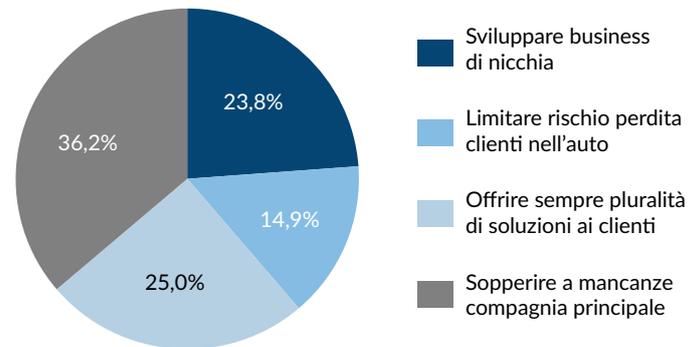
Non è prevedibile una nuova fase espansiva del plurimandato, se è vero che solo il 3,9% delle agenzie si dichiara sicura di acquisire uno o più mandati generalisti nel corso del prossimo anno.

(continua a pag. 3)

Attualmente ha in corso collaborazioni con uno o più intermediari? %, possibili più risposte



Lei attua collaborazioni con altri intermediari principalmente per... %, una sola risposta. Base: agenzie con collaborazioni in essere



Fonte: Il cambiamento dell'intermediazione e il punto di vista degli agenti, Innovation Team 2019

(continua da pag. 2)

La stabilizzazione del plurimandato è sicuramente effetto di fattori di business, ma è soprattutto dovuta anche all'ampio spettro di soluzioni che gli intermediari possono utilizzare per fornire ai clienti una proposta variegata.

Si pensi al cosiddetto plurimandato di secondo livello, generato dalla presenza all'interno della sottorete di collaboratori commerciali condivisi con altre agenzie. Attualmente quasi 18mila iscritti in sezione E operano con almeno due agenzie, ma spostando il punto di osservazione sulle agenzie quasi due su tre (il 65,9%) hanno tra le proprie file almeno un collaboratore commerciale che opera allo stesso tempo con almeno un'altra agenzia: un fenomeno non sempre governato dagli agenti, ma con effetti potenzialmente significativi sul portafoglio di agenzia.

Come risultato di plurimandato di primo e secondo livello, a fine 2019 le agenzie del tutto monomandatari, sia a livello di mandati sia a livello di sottorete, sono il 27,7% del totale, circa tre punti percentuali in meno rispetto al 30,8% registrato alla fine del 2016. Un dato, se ci pensiamo, che nessuno avrebbe mai immaginato più di dieci anni fa quando si avviavano le liberalizzazioni.

IN CALO LE COLLABORAZIONI FRA INTERMEDIARI

Ultimo ambito toccato dalle liberalizzazioni è quello delle collaborazioni fra intermediari. Secondo la nostra indagine il 55% delle agenzie ha in corso collaborazioni con altri intermediari, ma solo il 26,2%, poco più di una su quattro, collabora con altre agenzie. Il trend è di significativa riduzione, se consideriamo che nel 2017 la percentuale di agenzie con collaborazioni era il 68% e quella di collaborazioni A con A lambiva il 50%. Occorrerebbe approfondire le motivazioni di una simile riduzione, anche se a prima vista la spiegazione sta proprio nella finalità con cui gli agenti utilizzano le collaborazioni, ossia la necessità di sopperire a mancanze delle compagnie con cui operano in ambiti specifici (36,2%): l'utilizzo tattico, difensivo, delle collaborazioni ha necessariamente corto respiro e, non generando sviluppo per l'agenzia, tende a ridursi nel tempo. Diverso ovviamente è il caso degli agenti che hanno sfruttato le collaborazioni per sviluppare business di nicchia (23,8%) o addirittura per fornire sempre una pluralità di offerta al cliente (25%): in questi ultimi casi le collaborazioni vanno inquadrate, insieme al plurimandato di primo e secondo livello, in un contesto di evoluzione verso l'intermediazione indipendente che rappresenta tuttavia ancora una nicchia del mercato.

Fabio Orsi

Partner Innovation Team – Cerved Company

INSURANCE CONNECT È SU YOU TUBE

Segui il nostro canale



RICERCHE

In crescita il mercato dell'information security

Il settore ha chiuso il 2019 con un giro d'affari di 1,3 miliardi di euro, registrando un rialzo dell'11% rispetto all'anno precedente

Cresce per il terzo anno consecutivo il mercato dell'information security in Italia. Nel 2019, secondo l'Osservatorio Information Security & Privacy della School of Management del Politecnico di Milano, il settore ha registrato un giro d'affari complessivo di 1,3 miliardi di euro, mettendo a segno un rialzo dell'11% rispetto all'anno precedente. Gli investimenti sono andati soprattutto in soluzioni di security, capaci di attrarre il 52% delle risorse e di mettere a segno un rialzo del 26% su base annua. Meglio ancora fanno i servizi, che centrano una crescita del 45% su quanto registrato nel 2018. "Il mercato italiano dell'information security si conferma dinamico e in crescita anche nel 2019", ha commentato **Alessandro Piva**, direttore dell'osservatorio. "La sicurezza informatica – ha proseguito – non è più percepita come un ostacolo all'adozione di nuove tecnologie e servizi, ma come un fattore fondamentale per il successo del business".

Modelli organizzativi non evoluti

Nonostante gli investimenti, i modelli organizzativi restano poco evoluti. Nel 40% delle imprese, secondo un'indagine condotta dall'osservatorio, le mansioni di information security sono ancora demandate al cio e al settore IT, in assenza di una funzione e una figura dirigenziale specificatamente dedicata. Quando presente, il responsabile della sicurezza informatica riporta soprattutto alla direzione IT (27%): minoritarie

restano dunque le aziende in cui la funzione risulta a diretto riporto di una funzione aziendale diversa dall'IT (17%) o del board aziendale (16%). "Emerge la necessità di adottare un modello integrato di governance della security, che permetta di definire modalità di intervento uniformi e monitorare in maniera completa e affidabile le potenziali minacce", ha osservato Piva.

L'adeguamento alla normativa

Qualche passo in più è stato invece fatto sul fronte della conformità alla normativa. "Dal punto di vista della privacy, ci sono evidenti miglioramenti in relazione all'adeguamento al Gdpr, dove però esiste ancora un certo numero di aziende non conformi", ha osservato **Gabriele Faggioli**, responsabile scientifico dell'osservatorio. Le imprese conformi al regolamento europeo sui dati personali sono cresciute del 31% su base annua, arrivando a coprire una quota del 55% sul campione di indagine. Il 30% delle aziende sta effettuando le attività di adeguamento, mentre il 5% risulta ancora nella fase di analisi dei requisiti: nel 10% dei casi il tema non è neppure arrivato all'attenzione del board.

Maggiori ritardi si registrano invece sul fronte della direttiva Nis, recepita in Italia nel giugno del 2018: solo il 6% delle imprese ha completato le attività richieste, il 12% si sta adeguando ai requisiti, il 16% è in fase di valutazione, 24% non si è ancora attivato e il restante 42% dichiara più semplicemente di non sentirsi coinvolto dalla normativa.

In pieno sviluppo le polizze cyber

Il mercato delle polizze cyber, infine, risulta ancora in fase di pieno sviluppo. Circa un terzo del campione, in linea con quanto registrato nel 2018, ha sottoscritto una qualche forma di copertura e trasferimento del rischio informatico. Il 37% delle imprese sta invece valutando l'acquisto di una soluzione, registrando una crescita del 12% su base annua. Il resto del campione si divide fra chi non si dice interessato alla sottoscrizione (23%) e chi ammette di non conoscere quello che offre il mercato (10%).



© monstij - iStock

Giacomo Corvi

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