

PRIMO PIANO

Intesa, ops su Ubi

Intesa Sanpaolo ha lanciato ieri un'ops sulla totalità delle azioni di Ubi Banca. Come spiega una nota, l'istituto offrirà 17 azioni proprie ogni 10 azioni di Ubi, per un corrispettivo di 4,25 euro e un premio del 27,6% rispetto al prezzo dei titoli di Ubi alla chiusura di Borsa di venerdì scorso. Il controvalore complessivo dell'offerta è di 4,8 miliardi di euro.

Per prevenire violazioni alla normativa antitrust, Intesa Sanpaolo ha annunciato di aver sottoscritto un accordo con Bper per la cessione, in caso di successo dell'ops, di "un ramo d'azienda composto da un insieme di filiali (stimato fra 400 e 500) della nuova entità combinata". Il cda della banca modenese ha dato il via libera all'operazione e deliberato di proporre all'assemblea dei soci un aumento di capitale da un miliardo di euro per procedere all'acquisto. Entrambe le iniziative hanno ricevuto il parere favorevole di Unipol, primo azionista con il 19,7%. UnipolSai ha inoltre annunciato in una nota un accordo con Intesa Sanpaolo "per la successiva acquisizione, direttamente o per il tramite di società controllata, di rami d'azienda riferibili a una o più compagnie assicurative attualmente partecipate da Ubi Banca (BancAssurance Popolari, Lombarda Vita e Aviva Vita), composti dalle polizze assicurative stipulate con i clienti" del ramo d'azienda oggetto della cessione. Per leggere la news completa clicca qui.

Giacomo Corvi

COMPAGNIE

Amissima, dopo il risanamento si guarda all'aggregazione

La società archivia definitivamente le stagioni difficili e cerca un partner con cui consolidare il lavoro svolto fino a ora. Ne ha parlato l'ad Alessandro Santoliquido nel corso del roadshow con gli agenti che, dopo Roma, ieri ha fatto tappa a Milano

Un'aggregazione per poter continuare a operare con successo in uno scenario sempre più competitivo. Il gruppo **Amissima** cerca un partner con cui consolidare il lavoro portato avanti in questi ultimi cinque anni, sotto la guida dell'amministratore delegato e direttore generale **Alessandro Santoliquido**. Da quando il fondo di private equity **Apollo** rilevò le sofferenti **Carige Assicurazioni** e **Carige Vita** sembra passato molto più di un lustro. Oggi le performance del gruppo sono tornate positive: nel 2019 il risultato operativo di **Amissima Assicurazioni** ha raggiunto il pareggio, con premi danni pari a circa 290 milioni di euro, mentre **Amissima Vita** ha registrato premi pari a circa 900 milioni. I tempi sono dunque maturi: risanata, con una rete rafforzata e stabilizzata, la compagnia è ora pronta all'integrazione con un partner di valore.

Il tema dell'aggregazione è stato tra quelli al centro dell'ultimo roadshow di Amissima, che anche quest'anno ha incontrato la propria rete. Dopo aver fatto tappa a Roma lo scorso 13 febbraio, l'evento si è spostato ieri pomeriggio a Milano. Alessandro Santoliquido e il direttore commerciale **Antonio Scognamiglio** si sono confrontati con gli oltre 500 agenti della compagnia per fare il punto del lavoro svolto nel 2019, analizzare e approfondire le caratteristiche dell'attuale settore assicurativo, lo sviluppo della compagnia, il suo posizionamento rispetto al mercato e condividere le strategie di crescita per il 2020.

LA CURA SANTOLIQUIDO

"Abbiamo completato con successo il processo di rinnovamento della compagnia – ha spiegato Santoliquido – e in questo 2020 siamo finalmente pronti per portare Amissima verso nuovi, ambiziosi, obiettivi. Sarà un anno importante per i nostri agenti che, non dimentichiamolo, restano i principali interlocutori della compagnia". L'ad ha ripercorso le performance della compagnia e ha sottolineato che il consolidamento della società "si fonderà sulla crescita su basi commerciali e tecniche solide", che va di pari passo con il rafforzamento della rete agenziale. La strada principale che il manager ha indicato alla rete è quella di arricchire le polizze, a partire dalle garanzie **auto rischi diversi (Ard)** e **corpi veicoli terrestri (Cvt)**. (continua a pag. 2)



Alessandro Santoliquido, ad e dg di Amissima



INSURANCE REVIEW È SU TWITTER

Seguici cliccando qui



(continua da pag. 1) Dal punto di vista tecnico si registra un forte miglioramento del rapporto tra sinistri e premi (S/P). Analizzando lo scenario generale, che mostra una frequenza sinistri Rca con un forte trend discendente (-9%) nel 2019, "la frequenza di Amissima è ormai in linea con il mercato", ha detto Santoliquido, che ha evidenziato anche un forte miglioramento dell'andamento tecnico auto nel 2019, che si è riflesso nel combined ratio, passato dal 107,4% del 2017 al 100,7% del 2019, con un progresso di quasi sette punti.

C'è poi stato un forte consolidamento delle riserve sinistri, che negli ultimi cinque anni sono state rafforzate con 259 milioni di euro. Fino a due anni fa buona parte di queste riserve è andata a coprire i rischi di Rc sanitaria che la compagnia (allora Carige) aveva sottoscritto fino al 2011, ma nel 2018 questo portafoglio è stato ceduto. "Ora – ha sottolineato Santoliquido – considero quello del rafforzamento delle riserve un capitolo concluso".



Antonio Scognamillo, direttore commerciale di Amissima

UN PASSO INDISPENSABILE

Per l'amministratore delegato il 2019 ha segnato la conclusione della fase di risanamento della compagnia danni. "Ora – ha aggiunto – dobbiamo provare a crescere il modo sostenibile". Santoliquido ha fatto diversi esempi degli interventi messi in campo, tra cui l'ampliamento delle autonomie assuntive e normative sul prodotto CvT, e una nuova tariffa Rc auto che partirà da marzo.

Dopo l'annuncio ufficiale alla convention di Roma, anche a Milano l'ad di Amissima non poteva non accennare alla ricerca del partner "per un'aggregazione che è una necessità per una compagnia delle nostre dimensioni, un passo indispensabile. Non c'è ancora niente di definito – ha affermato – ma va detto che negli ultimi mesi abbiamo ricevuto numerose manifestazioni di interesse". Questo ha spinto Apollo a fare una ricerca più strutturata per individuare le opzioni migliori per rafforzare la compagnia. Il processo partirà a fine mese. Le discussioni, articolate in varie fasi, richiederanno del tempo. Se il processo sarà velocissimo, già all'inizio del prossimo anno si potrà conoscere il soggetto con cui si aggregherà Amissima. "Quanto più in questi mesi riusciamo a dimostrare che il risultato raggiunto è solido, e che siamo in grado di continuare a crescere in maniera sana, quanto più dimostreremo che siamo una compagnia forte, e avremo la possibilità di incidere su quello che sarà il carattere, il dna, della nuova compagnia che ci sarà in futuro. Per questo – ha concluso Santoliquido rivolgendosi agli agenti – chiedo il vostro supporto per riuscire a dimostrare che effettivamente questa compagnia è risanata, e ha uno spazio nel mercato". (continua a pag. 3)



TUTELIAMO INSIEME
**IL FUTURO
E GLI INTERESSI**
DEGLI AGENTI DI ASSICURAZIONE

ISCRIVITI

RINNOVA



la nuova campagna pubblicitaria di Amissima

(continua da pag. 2)

CRESCITA, SOSTENIBILITÀ, PROATTIVITÀ

Negli altri interventi della convention sono state passate in rassegna le strategie e gli strumenti concreti per garantire supporto alla rete e permetterle di mantenere la solidità di risultati cui accennava l'amministratore delegato **Fabio Orsi**, senior manager di **Innovation Team (Mbs Consulting – gruppo Cerved)** ha tracciato un'analisi del mercato negli ultimi 10 anni, in cui si è mostrato un forte consolidamento nel numero di agenzie. A fine 2019, secondo un'elaborazione basata sui dati del Rui, le agenzie attive sono 10.975. "Il decennio 2010-2020 – ha detto – è stato caratterizzato dall'efficientamento. Ora si sta aprendo una nuova fase contraddistinta dall'innovazione, con nuovi protagonisti e nuove sfide". Due su tutte: la trasformazione data driven del business, laddove "l'utilizzo dei dati deve andare a supporto delle attività", e lo sviluppo di nuovi modelli di rete, organizzata e a elevata produttività. Fattore, critico, secondo Orsi, sarà "la capacità di raggiungere il nuovo mercato Pmi e famiglie".

Partendo da questi spunti, Antonio Scognamillo, ha sintetizzato i tre punti su cui la compagnia sta concentrando i propri sforzi: crescita, sostenibilità e proattività. Proprio su uno di questi tre importanti aspetti, il direttore commerciale ha annunciato che Amissima ha iniziato a lavorare con **Bcg** su un progetto di sostenibilità delle agenzie.

Per quanto riguarda la percezione della compagnia presso il mercato, "negli ultimi sei mesi – ha sottolineato Scognamillo – siamo molto migliorati". Questo si è riflesso anche in un migliorato tasso di retention, "che io preferisco chiamare più semplicemente fedeltà del cliente". Per sostenere queste conquiste nell'immagine della compagnia, Amissima ha rinnovato la propria campagna pubblicitaria che sarà diffusa su tv, radio e web, e che nel 2020 vedrà come protagonista un'agente donna, *Giulia*.

Beniamino Musto

BROKER

Aiba e Cgpa Europe rafforzano la collaborazione

Più assicurati e un nuovo ruolo della compagnia nei programmi formativi dell'associazione



Prosegue e si amplia la collaborazione sulla gestione dei rischi di responsabilità civile professionale tra **Aiba** e **Cgpa Europe**. Le due entità collaborano su questi temi da ormai qualche anno.

In particolare, si legge in una nota congiunta, per il biennio 2020-2021 è aumentata la quota di rischio assunta da Cgpa Europe all'interno della polizza in convenzione contro i rischi di Rc professionale, ed è cresciuto il coinvolgimento della compagnia nel programma di formazione offerto da Aiba ai propri associati.

Nel dettaglio, Cgpa Europe ha incrementato gli interventi nell'ambito del **Broker Top Training**, il programma dell'associazione dei broker dedicato all'aggiornamento di rappresentanti legali, amministratori delegati e direttori generali delle società di brokeraggio associate. "La compagnia, inoltre – dice il comunicato –, è il riferimento per i temi della responsabilità civile professionale nell'ambito del programma di formazione Aiba dedicato alla nuova generazione dei broker".

Secondo **Luca Franzi de Luca**, presidente di Aiba, "la mutazione dello scenario in cui operano gli intermediari è stata in questi anni senza precedenti per velocità ed estensione. Una delle derivate è la necessità di un nuovo approccio al rischio di responsabilità civile: serve un nuovo paradigma fondato su formazione e informazione e sulla capacità di adattamento dinamico. L'assicuratore, per questo, è chiamato a diventare un interlocutore stabile del broker, capace, attraverso l'ampiezza delle sue conoscenze e della sua esperienza, di supportare l'intermediario nell'esercizio dell'attività professionale".

Per Cgpa Europe, spiega **Lorenzo Sapigni**, il rappresentante generale per l'Italia della compagnia, è importante cooperare per gestire i cambiamenti in corso nella professione e nello scenario in cui operano broker e agenti: "è la premessa – ha commentato – per gestire con più efficacia il rischio professionale ed esprimere compiutamente le potenzialità di sviluppo del business. La strategia di sviluppo di Cgpa Europe – ha concluso – è fondata su una relazione continua con gli intermediari professionali".

F.A.

#71
gennaio-febbraio 2020

INSURANCE REVIEW

Strategie e innovazione per
il settore assicurativo

Insurance Review

Strategie e innovazione per il settore assicurativo

La rivista che rende l'informazione specialistica
dinamica e immediata.
Uno strumento di aggiornamento e approfondimento
dedicato ai professionisti del settore.

Abbonati su www.insurancereview.it
Abbonamento annuale € 80,00 (10 numeri)

oppure scarica l'app Insurance Review



Puoi sottoscrivere l'abbonamento annuale nelle seguenti modalità:

- Compilando il form on line all'indirizzo www.insurancetrade.it/abbonamenti
- Inviando un'email a abbonamenti@insuranceconnect.it

Modalità di pagamento:

- On line con Carta di Credito all'indirizzo www.insurancetrade.it/abbonamenti
- Bonifico bancario Antonveneta IBAN IT 94 U 01030 12301 0000 0158 0865

2020, C
NELL'ASS

BANCA ASSICURAZIONE 40 OPEN INNOVA

ica-Banco Bpm, La medicina
ordito su valori che ti arriva
isti

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