

PRIMO PIANO

Uno sforzo per l'Rca

Il ministro dello Sviluppo economico, Stefano Patuanelli, chiede alle compagnie assicurative italiane "uno sforzo" per ricalibrare i premi Rc auto, data la bassa sinistrosità di queste settimane dovuta al lockdown. "Ciascuno dovrà fare la sua parte, certamente anche le assicurazioni dovranno farlo", ha detto il ministro, intervenendo ieri sera nel corso della trasmissione Sono le Venti in onda sul canale Nove.

Patuanelli ha riconosciuto che le compagnie "hanno già dato in parte un piccolo contributo. Nell'ultimo decreto (Cura Italia, ndr) abbiamo ampliato a 30 giorni di copertura assicurativa dopo la scadenza della polizza. Poi andrà valutata in modo attento la sinistrosità di quest'anno che sarà certamente inferiore a quella degli anni passati, ed è chiaro che chiederemo alle assicurazioni uno sforzo per ricalibrare i premi assicurativi".

Il decreto Cura Italia, oltre ad aver esteso di ulteriori 15 giorni la garanzia Rca è anche intervenuto in materia di gestione sinistri. Nel dettaglio, la disposizione modifica il primo e il secondo comma dell'articolo 148 del Cap, prorogando di ulteriori 60 giorni tutti i termini "per la formulazione dell'offerta o della motivata contestazione, nei casi di necessario intervento di un perito o di un medico legale ai fini della valutazione del danno alle cose o alle persone".

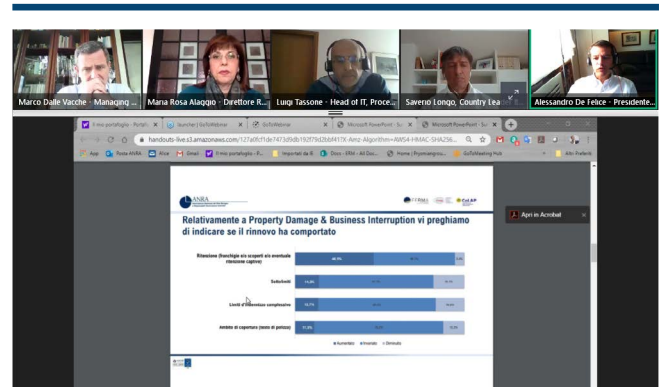
Beniamino Musto

RISK MANAGEMENT

Condizioni di polizza più difficili per le aziende

I programmi di rinnovo chiusi lo scorso anno risentono delle conseguenze di molti anni di soft market. Una survey di Anra presenta le reazioni delle imprese clienti, mentre l'associazione auspica un dialogo sul rischio più costruttivo con le compagnie

Il rinnovo assicurativo corporate di fine 2019 ha riservato qualche sorpresa alle aziende, alle quali sono state poste in genere condizioni di polizza più stringenti rispetto agli anni scorsi. Per verificare la percezione dei propri soci sul tema, **Anra** ha proposto una survey a un campione omogeneo composto da assicuratori, intermediari e risk o insurance manager aziendali. I risultati dell'indagine sono stati illustrati nel corso del webinar *Finanziare il rischio: andamento e prospettive del mercato assicurativo*, seguiti da un confronto a cui hanno partecipato **Marco Dalle Vacche**, managing director south Europe and general manager Italy di **Aig**, **Alessandro De Felice**, presidente di Anra e chief risk officer di **Prysmian Group**, **Saverio Longo**, country leader Italia di **Axa XL** e **Luigi Tassone**, head IT, processes & technical secretariat di **Generali Global Corporate & Commercial Italy**. La discussione è stata moderata da **Maria Rosa Alaggio**, direttore di Insurance Daily.



Da sinistra: Marco Dalle Vacche, Maria Rosa Alaggio, Luigi Tassone, Saverio Longo e Alessandro De Felice

UN CAMBIAMENTO PERCEPITO DA TUTTO IL SISTEMA

Secondo Alessandro De Felice, questo inasprimento "si colloca alla fine di un ciclo di mercato soft che ha avuto inizio già nel 2003 ed è continuato senza che si manifestassero nel frattempo situazioni di aggravio per i clienti simili a quella maturata con i rinnovi alla fine del 2019". La sensazione di un peggioramento del mercato assicurativo è stata colta dal 65% degli intervistati, e se ne sono mostrati consapevoli in particolare il 66% dei broker e il 73,5% degli assicuratori; per il 31% il mercato è rimasto stabile e solo il 4% ha avuto la percezione di un miglioramento. Le linee più interessate dall'inasprimento delle condizioni sono risultate essere i danni property e business interruption (69% delle risposte), le coperture D&O (51,7%), la responsabilità civile terzi, prodotto e professionale (34,1%), le spese di cura (29,5%), i trasporti (27,3%) e gli infortuni (17,1%). Guardando al dettaglio delle linee, nella voce property e business interruption il 46,5% degli intervistati afferma che è aumentato il livello di ritenzione delle aziende tra franchigie, scoperti e captive, mentre sono ritenuti invariati i sottolimiti (risposta data dal 67,7% degli intervistati), i limiti di indennizzo (69,6%) e gli ambiti di copertura (76,2%). In generale, anche per tutte le altre tipologie di prodotto è stato rilevato un peggioramento del livello di ritenzione, seppure meno marcato. Un'ultima domanda ha riguardato l'esistenza nelle polizze di clausole specifiche che regolano le coperture cyber: la percentuale dei "no" per tutte le linee indagate nella survey varia dal 48% al 64%, ma ciò che più colpisce data la natura dei partecipanti è il dato dei "non so", che si aggira tra il 17% e il 31%, indice di una scarsa conoscenza dei prodotti che si acquistano o che si vendono. (continua a pag. 2)

(continua da pag. 1)

LE LINEE IN DIFFICOLTÀ IN ITALIA

L'inasprimento di fine 2019 è l'esito di una serie di fattori concomitanti e maturati negli ultimi anni rispetto a un andamento ciclico che era rimasto invariato dal 2003. Lo evidenzia Tassone, secondo cui "lo scorso anno non ha rappresentato una svolta improvvisa ma l'esito di una dinamica cumulata che ha reso necessario un intervento di riequilibrio". Su questo punto richiama la relazione 2019 di Ania dalla quale si evince che su incendio e altri danni ai beni "negli ultimi 10 anni si è manifestata una situazione di disequilibrio, ancora in un percorso di ricomposizione che ha evidenziato l'importanza di un'attenta valutazione del finanziamento del rischio in un'ottica di stabile ed efficiente sostegno del mercato". C'è stata una forte compensazione degli utili degli investimenti, che non fanno però venire meno la questione della sostenibilità tecnica dei rischi sulla loro componente specifica. In ogni caso, ha concluso Tassone, "si è vista una reazione del mercato che ha utilizzato tutte le diverse leve del contratto di assicurazione per trovare una soglia ottimale di equilibrio in questa dinamica. In particolare è interessante l'uso della componente di retention, utile perché interviene su fasce di rischio gestibili dal cliente facendolo diventare compartecipe del rischio, anche attraverso azioni tipiche di risk management".

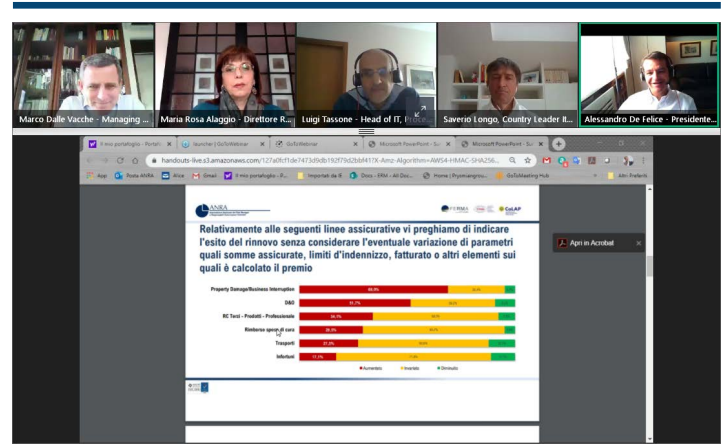
I RIFLESSI DI DIFFICOLTÀ GLOBALI

Parlando di inasprimento del mercato assicurativo è essenziale ragionare su elementi che rientrano in una dimensione globale. Secondo Marco Dalle Vacche, l'aumento della sinistrosità è tra le principali ragioni che hanno più influito nelle difficoltà del settore assicurativo, "settori come il property, l'energy o il construction hanno registrato in tutto il mondo gravi perdite dovute soprattutto al numero crescente di eventi catastrofici naturali. Nell'ambito delle coperture D&O incide il notevole incremento del ricorso alle class action in particolare negli Usa, ma anche la sottoscrizione di queste polizze a supporto delle operazioni di M&A". In questo senso Saverio Longo evidenzia come la profittabilità nell'underwriting sia mancata principalmente nei paesi che da soli costituiscono il 73% dei rami danni non vita, cioè Stati Uniti, Cina, Regno Unito, Canada, Germania, Francia, Italia e Australia: "Anche se il trend è generale, ogni linea di business e ogni paese hanno un proprio andamento del mercato, così ad esempio ha pesato il property negli Usa al 18%, o le financial lines nel Regno Unito al 27%", tutte caratteristiche di lungo periodo ma che hanno iniziato a generare le attuali difficoltà di mercato tra l'ultimo quarto del 2017 e il primo del 2018 e a cui le compagnie "hanno risposto con un alto livello di resilienza".

UNA SFIDA PER LE IMPRESE

Inevitabilmente, in questo contesto la relazione con il cliente cambia e assume un profilo più propositivo. Marco Dalle Vacche ammette che "potrebbe non essere facile oggi confrontarsi con il cliente se negli ultimi anni compagnia e intermediari hanno impostato il dialogo solo in termini di riduzione del premio. Da un lato è essenziale conoscere bene il cliente e il suo profilo di rischio, dall'altro gli underwriter possono utilizzare agevolazioni basate sui parametri di rischio", è necessario però avere la conoscenza dei sinistri del cliente e la loro storia in modo da poter fare un'accurata loss prevention, informazioni che spesso il cliente stesso non possiede. Una posizione condivisa da Alessandro De Felice, che da sempre ritiene che un mercato troppo soft faccia più male che bene alla cultura del rischio e renda vano ragionare di investimenti per il suo controllo: "questo scenario è quindi un elemento di opportunità per riportare al centro la valutazione del rischio e determinare la scelta tra ritenzione e trasferimento; certo è necessario poter contare su interlocutori che siano in grado di capire qual è il capitale da allocare rispetto ai rischi del cliente".

Sul tema è intervenuto Saverio Longo, per il quale in un contesto in cui il dialogo tra assicurati e assicuratori è sempre auspicato, "nei periodi di aumento dei tassi assicurativi il cliente deve cercare di individualizzare ancora di più la propria trattativa di rinnovo portandola sui propri plus, deve migliorare il proprio profilo di rischio e farlo conoscere agli interlocutori della compagnia". Un aspetto che crea un tavolo di dialogo comune condiviso da Luigi Tassone per il quale, "la maggiore consapevolezza dell'impresa verso la propria capacità di gestire il rischio ha contribuito a cambiare l'approccio tra compagnia e cliente: oggi si va verso una maggiore condivisione delle problematiche e un affiancamento al cliente nel gestire il suo costo del rischio".



Da Generali misure straordinarie a sostegno degli agenti

La compagnia ha accolto le proposte degli agenti. Unanime la soddisfazione delle rappresentanze agenziali: "hanno dimostrato che siamo dei partner"

Generali Italia ha annunciato agli agenti della rete di aver accolto, e che la compagnia è pronta a varare, una serie di misure straordinarie a fondo perduto che i gruppi agenti avevano richiesto in quella che è stata definita la seconda fase dell'emergenza Covid-19, alla fine della scorsa settimana.

Nel dettaglio il **Ga-Gi**, presieduto da **Vincenzo Cirasola**, e il **Gaat**, presieduto da **Roberto Salvi**, avevano scritto una lettera congiunta a **Marco Sesana**, country ceo di Generali Italia e global business lines, e al group ceo, **Philippe Donnet**. Un'altra missiva era stata indirizzata a Sesana e ad altri manager di Generali Italia, a firma congiunta, anche da **Gaag** presieduto da **Antonio Canu**, **Unat**, presieduto da **Mariagrazia Musto**, e **Anagina**, presieduta da **Davide Nicolao**, rappresentanze alleanze nella confederazione **Confagi**; in questa lettera Confagi richiedeva, dopo le prime misure messe in campo (una serie di anticipi di partite finanziarie) di dar corso a una nuova "seconda fase" con degli investimenti concreti e reali, a sostegno degli agenti e propri collaboratori, che stanno subendo e subiranno, anche quando la situazione di emergenza rientrerà, gli impatti nefasti della pandemia di Covid-19.

Mercoledì primo aprile, Sesana ha annunciato di aver accolto gran parte di queste richieste e ha scritto agli agenti per annunciare che per stabilizzare le entrate provvigionali del bimestre aprile/maggio, Generali Italia si impegna ad assumere l'onere dei due terzi dei mancati introiti provvigionali che le agenzie dovessero registrare e finanziando la restante parte e che riconoscerà, per lo stesso bimestre aprile/maggio, un aumento della provvigione di incasso per il settore danni non auto retail e imprese e per il settore auto, che contribuirà a contenere i minori introiti provvigionali; e infine incrementerà le provvigioni base d'acquisto dei nuovi contratti nei comparti *Dna e protection* e *vita investimento*, nel periodo aprile/maggio, oltre ad altri importanti e utili provvedimenti straordinari, quali ad esempio: rivisitazione dei target e incentivi nelle gare



Marco Sesana, country ceo di Generali Italia

trimestrali; proroga degli accordi integrativi, dei diritti di emissione e delle situazioni di appalti in 2 bis in essere.

Soddisfazione unanime è stata espressa dagli agenti. Secondo Vincenzo Cirasola, "in questo momento così difficile", in cui gli agenti stanno "continuando a supportare i clienti con la propria consulenza e dimostrando vicinanza agli stessi" la compagnia sta dimostrando verso gli agenti "la stessa vicinanza". Per Roberto Salvi, "l'unione ha fatto la forza" Generali "ha agito a fianco degli agenti con tempestività e senso di responsabilità. Quanto fatto va oltre, molto oltre, l'aspetto economico, che pure è relevantissimo", e ha aggiunto: "questa volta siamo veramente i primi del mercato, in tutti i sensi". Secondo Canu, Musto e Nicolao, "siamo riusciti a far percepire alla compagnia la reale situazione economica, operativa e psicologica che tutti gli agenti che rappresentiamo stavano vivendo". Generali Italia "ha risposto velocemente e congruamente alle nostre richieste che andavano nella direzione di sostanziosi provvedimenti di emergenza per la salvezza della Rete agenziale", e la compagnia si conferma "di essere prima e unica finora sul mercato assicurativo nazionale, partner di vita dei propri agenti".

B.M

INSURANCE CONNECT
È SU LINKEDIN

Iscriviti al gruppo

Segui la pagina



COMPAGNIE

Gli impegni di Axa per rispondere all'emergenza Covid-19

Il gruppo francese ha messo in campo una serie di iniziative concentrate su due pilastri: da un lato mettere mano all'urgenza economica e sociale, dall'altro fronteggiare le questioni sanitarie

Il gruppo **Axa** rafforza i suoi impegni per rispondere alla sfida senza precedenti innescata dalla pandemia del Covid-19. L'impegno del colosso francese, in particolare si concentra su due pilastri: da un lato l'emergenza economica e sociale, dall'altro l'emergenza sanitaria.

Sul primo fronte, i 160mila dipendenti di Axa nel mondo sono rimasti completamente operativi attraverso il lavoro a distanza per rispondere alle richieste dei clienti e continuare a svolgere il loro ruolo. Tra le iniziative messe in campo ci sono misure eccezionali nei confronti dei clienti, in particolare per quanto riguarda le Pmi, e lo stanziamento di fondi di solidarietà per un totale di 37 milioni di euro.

Sul fronte dell'emergenza sanitaria, il gruppo francese ha attivato diverse iniziative, in primis quella di donare due milioni di mascherine per gli operatori sanitari. Inoltre la compagnia **Axa France** ha messo a disposizione una struttura di sostegno psicologico per supportare gli operatori sanitari. Sempre in Francia, la compagnia ha donato 20mila pasti all'Ap-Hp (Assistance publique - Hôpitaux de Paris), il sistema ospedaliero pubblico della città di Parigi e dell'Ile-de-France. La compagnia, inoltre, ha siglato una partnership con il Fondo 101, rete di 1200 centri di terapia intensiva in oltre 60 Paesi, allo scopo di garantire una condivisione in tempo reale di informazioni tra le diverse unità per accelerare il miglioramento dei protocolli terapeutici.

Infine, il gruppo ha destinato cinque milioni di euro per supportare la ricerca sulle malattie infettive, incluso il Covid-19, attraverso l'**Axa Research Fund**.

"Il mondo - ha spiegato il group ceo di Axa, **Thomas Buberl** - sta attraversando una crisi che rimarrà nella memoria collettiva. In un ambiente instabile, Axa è stata completamente mobilitata sin dallo scoppio della pandemia per rispondere a due sfide: l'emergenza sanitaria, proteggendo i propri dipendenti e clienti, e l'emergenza economica e sociale, garantendo la continuità di un'azienda essenziale alla società. In linea con la nostra missione e coerentemente con le azioni intraprese dalle autorità pubbliche di tutto il mondo, oggi annunciamo nuovi impegni per rafforzare l'impatto delle iniziative già in corso".



Thomas Buberl, group ceo di Axa

MERCATO

Facile.it acquisisce il 100% di Nexus

Il comparatore aveva acquisito le prime quote della società di mediazione creditizia nel 2018



Facile.it ha annunciato l'acquisizione del 100% di **Nexus**, società specializzata da oltre 18 anni nella mediazione del credito alle famiglie. **Mauro Giacobbe** (nella foto), ad di Facile.it, assume ora anche il ruolo di amministratore delegato di Nexus, mentre **Angela Giannicola** rimane presidente e assume la carica di direttore commerciale. Facile.it nel maggio del 2018 aveva già concluso l'acquisizione del 60% dell'azienda di mediazione creditizia e, a quasi due anni da quell'accordo è arrivata l'acquisizione completa "che si tradurrà da subito in un rafforzamento ed ampliamento della rete di distribuzione fisica e in nuove opportunità commerciali per i consulenti della rete Facile.it - Nexus", spiega una nota.

"Il nuovo assetto societario - ha spiegato Giacobbe - ci consentirà di aumentare ulteriormente le sinergie già in essere fra Facile.it e Nexus, facendo crescere la rete degli agenti e offrendo loro strumenti sempre più potenti per svolgere al meglio il fondamentale ruolo consulenziale che ricoprono".

Fin dall'inizio del rapporto con Facile.it, Nexus è entrata operativamente nei Facile.it Store, la rete di negozi su strada del comparatore oggi presente in circa 20 città italiane. L'acquisizione del 100% della società, spiega la nota, consentirà ulteriori nuovi sviluppi sui quali le due aziende hanno per adesso mantenuto il riserbo, per comunicarle non appena diventeranno operative ma chiarendo che, "come già avviene per Facile.it Partner Network e, appunto, i Facile.it Store, la rete di Nexus non va a sostituirsi al canale online, ma si affianca a esso".



EMERGENZA Covid-19, IL VALORE DELLA COLLABORAZIONE



8 APRILE 2020



ORE 11:30-12:30

Lo stato di emergenza richiede un alto livello di collaborazione tra settore pubblico e settore privato, tra istituzioni, mondo assicurativo e mondo della sanità. Nel corso del webinar verrà descritto lo scenario di una crisi senza precedenti e la capacità di intervenire per il sostegno del sistema sanitario, del territorio e del nostro Paese.

Modera: **Maria Rosa Alaggio**, *direttore di Insurance Connect*

- **Alberto Ricci**, *associate Professor of Practice, SDA Bocconi School of Management, coordinatore Osservatorio Oasi, Cergas Bocconi (*)*
- **Umberto Guidoni**, *responsabile della divisione business di Ania e segretario generale della Fondazione Ania*
- **Vittorio Verdone**, *direttore corporate communication & media relation del Gruppo Unipol*
- **Maurizio Colombo**, *vice presidente del Gruppo Sapio*

Partecipazione gratuita e aperta a tutti previa iscrizione online

▶ CLICCA QUI PER ISCRIVERTI

() invitato a partecipare*

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