

## PRIMO PIANO

# Ramo danni, aprile nero

Alla fine del secondo trimestre del 2020 i premi totali nel settore danni in Italia sono risultati in calo del 3,7% su base annua, con una raccolta pari a 18,6 miliardi di euro, confermando la diminuzione iniziale nel mese di marzo (-7%) in conseguenza della pandemia. I dati segnalano una lentissima ripresa, considerato che su base annua, si era registrata una contrazione di circa il 16% nel mese di aprile e di quasi il 5% a maggio. A giugno, quindi, commenta Ania, "sembra essersi arrestata la decelerazione della raccolta premi dei rami danni, che si è contratta di circa l'1% rispetto al mese di giugno 2019". La contrazione dei premi è ascrivibile in particolare al forte calo del settore auto (-6,1%): nel dettaglio, il ramo Rca ha registrato una riduzione dei premi del 6,3% che si è concentrata nel mese di aprile (circa -20%). Anche i premi del ramo corpi veicoli terrestri, che alla fine del secondo trimestre 2019 crescevano di quasi il 5%, si sono fortemente contratti nel secondo trimestre 2020 (-4,9%) soprattutto per la diminuzione di circa il 30% registrata ad aprile. Gli altri rami danni, alla fine del secondo trimestre 2019, crescevano del 6%, ma alla fine del secondo trimestre 2020 la diminuzione è stata dell'1,7%, soprattutto per effetto del calo nel mese di aprile (oltre il 10%).

Fabrizio Aurilia

## VERSÒ LA NUOVA NORMALITÀ

Terzo appuntamento, dedicato ai servizi sanitari, per vedere un po' più chiaro e un po' più lontano al post Covid del settore assicurativo. Riflessioni, opinioni e dati a cura di Mbs Consulting e Innovation Team, Gruppo Cerved.

# Assicurazioni di fronte alla "ripartenza"

**Con oltre 240mila casi di Covid-19 accertati nel primo semestre 2020, il nostro Paese ha vissuto una delle più gravi crisi sanitarie della storia recente. Ora, il rallentamento della pandemia non deve mettere in secondo piano il problema strutturale della sostenibilità del nostro sistema sanitario**

Nelle drammatiche settimane vissute in marzo e aprile, gli ospedali italiani hanno gestito un picco di oltre 33mila pazienti, di cui 4mila in terapia intensiva, saturando sostanzialmente la capacità disponibile. L'inevitabile focalizzazione del personale medico sul trattamento del Covid-19, unita alle misure di confinamento domiciliare, hanno generato un calo nella capacità di erogazione delle prestazioni mediche non legate al coronavirus. Secondo i dati del centro studi **CremS**, nel corso del 2020 le visite specialistiche subiranno cali significativi e tempi di attesa più lunghi. Diminuiranno del 29% le prestazioni in oculistica, del 54% le visite cardiologiche, del 37% gli esami diagnostici, del 49% gli esami del sangue. Le prestazioni erogate avranno tempi medi di attesa superiori fino a 3-4 volte rispetto al periodo pre-Covid, passando per esempio da 60 a 226 giorni per una gastroscopia, da 47 a 176 giorni per una visita ortopedica.

Alla luce di questo, se è ragionevole attendersi che il nostro Ssn si rafforzi nei prossimi anni, a breve è ipotizzabile una focalizzazione sulla gestione degli eventi critici: questo potrebbe determinare un ulteriore arretramento del servizio pubblico sulle prestazioni sanitarie non critiche, quali prevenzione e visite specialistiche di routine.

(continua a pag. 2)



© sportmatikphoto - Fotolia

INSURANCE CONNECT  
È SU TWITTER

Seguici cliccando qui



(continua da pag. 1)

## PIÙ TECNOLOGIA PER UNA NUOVA QUOTIDIANITÀ

Alle già pesanti ricadute economiche sull'economia e sul lavoro, si aggiunge la "nuova" quotidianità sperimentata dalle famiglie, fortemente impattata dalla chiusura di scuole e attività ricreative per i bambini, dai limiti a visite a domicilio e assistenza ad anziani e disabili, dalle restrizioni all'accesso a cure e trattamenti, dalle contrazioni della disponibilità di consulti medici, specialistici, pediatrici. In questo contesto, le famiglie hanno scoperto l'importanza della tecnologia: dialogare con un medico in videochiamata, ordinare farmaci online con consegna a domicilio, ricevere le ricette mediche sullo smartphone sono solo alcuni dei nuovi comportamenti delle famiglie nella gestione della salute dei propri cari.

Una vera e propria rivoluzione del Ssn potrebbe essere alle porte, grazie alla diffusione dei video-consulti e della telemedicina, contribuendo sia al miglioramento del servizio (minori tempi di attesa, code e spostamenti in particolare) sia alla modernizzazione del sistema con riduzione significativa dei costi di erogazione delle visite.

La ricerca *Connected Care* del **Politecnico di Milano** evidenzia come in futuro il 69% dei medici generalisti e il 60% degli specialisti vorrebbero utilizzare piattaforme digitali come Zoom oppure Teams per interagire con il paziente.



## LE IMPRESE DI FRONTE AL RISCHIO SANITARIO

In presenza di nuovi focolai accertati, si potrebbe procedere a chiusure selettive di imprese, attività commerciali, centri urbani. Questo evidenzia come la salute dei dipendenti sia quindi da considerare un reale fattore di rischio di impresa. E, nella gestione dei rischi, sono fondamentali la prevenzione e un piano di gestione dell'emergenza.

Su questi temi le imprese italiane potrebbero avere delle difficoltà nell'immediato futuro: in particolare le imprese medio-piccole, che costituiscono la maggior parte del tessuto economico del Paese, con 95% delle aziende con meno di 10 addetti in Italia, e già estremamente provate da una crisi economica senza precedenti in alcuni settori.

Le elaborazioni del **Gruppo Cerved** per **Mbs Consulting** segnalano significativi cali di fatturato attesi per il 2020: in media del 17%, ma con picchi significativi in settori nevralgici come il 41,9% di calo del settore turismo e trasporti o il 45,8% di contrazione per la filiera dell'auto. Complessivamente le imprese italiane a elevato rischio default potrebbero rappresentare a fine 2020 il 32% del totale, rispetto al 14,6% nel pre-Covid. Queste proiezioni potrebbero essere aggravate da ulteriori ondate di chiusure per rischio sanitario. Le imprese più fragili potrebbero non disporre delle risorse interne necessarie a dotarsi in autonomia dei dispositivi e dei processi di prevenzione e del piano di gestione dell'eventuale emergenza. Nella malaugurata eventualità di nuovi focolai, queste imprese subirebbero una seconda (e potenzialmente fatale) chiusura.

## COMPAGNIE ASSICURATIVE DI FRONTE AL BUSINESS DELLA "RIPARTENZA"

Molti attori economici si stanno posizionando sul mercato della cosiddetta "ripartenza" delle imprese, e anche le compagnie di assicurazioni stanno lavorando all'arricchimento della tradizionale offerta di welfare con alcuni servizi specifici dedicati alla crisi sanitaria: test sierologici, consulti medici digitali, consegna farmaci, anche attraverso partnership con società di servizi dedicati.

Ma questa è solo l'evoluzione tattica di breve periodo. Le riflessioni strategiche, che potrebbero invece portare a un cambiamento molto più profondo dei modelli di business delle compagnie, hanno a che fare in particolare con tre ambiti: integrazioni verticali, investimenti in tecnologia, nuovi canali distributivi.

## INTEGRAZIONI VERTICALI

Molte strutture di erogazione dei servizi sanitari (cliniche, case di cura, strutture assistenziali, centri diagnostici, laboratori di analisi, reti di professionisti) sembrano offrire alle compagnie assicurative possibilità di integrazione verticale. In questo ambito, le compagnie si sono già mosse con operazioni industriali quali acquisizioni di centri diagnostici e terapeutici e investimenti/venture in start up innovative in ambito sanitario. L'impressione è che esista una grande variabilità nel servizio offerto dalle strutture e dagli attori sul territorio (in termini di qualità, costi, maturità, presenza geografica, ...) e che questo fattore rappresenti un punto di attenzione per le compagnie: quali servizi internalizzare per poter presidiare meglio il servizio finale offerto ai clienti?

(continua a pag. 3)



(continua da pag. 2)

## INVESTIMENTI IN TECNOLOGIA

Il presidio diretto di una piattaforma digitale, in grado di erogare servizi sanitari digitali e connessi direttamente ai clienti e di integrarsi con app e servizi di mercato (come i servizi di controllo sintomatico digitale) è potenzialmente un fattore critico di successo, oltre che una barriera di protezione dall'ingresso di altri concorrenti. In questo ambito le applicazioni sono molto ampie, e in generale potrebbero abilitare una maggiore efficienza nella gestione di programmi terapeutici specialistici, di cronicità, oltre a fornire un valido screening di primo livello per orientare al meglio il cliente nel percorso di cura. Anche in questo caso, a beneficiarne sarebbe sia il livello di servizio ai clienti (sempre più digitali e connessi) sia il costo, sensibilmente inferiore rispetto ai tradizionali percorsi di diagnosi e cura. Tali piattaforme sono peraltro potenzialmente integrabili con i programmi di welfare aziendale, un filone in grande crescita soprattutto nelle Pmi. Sempre grazie alla tecnologia, un'ulteriore opportunità è legata ai modelli misti pubblico-privato, dove le compagnie possono proporsi come partner per la modernizzazione del Ssn, supportando lo sviluppo di percorsi di gestione delle terapie a domicilio.

## NUOVI CANALI DISTRIBUTIVI E DI ACCESSO AL MERCATO

Per meglio servire le imprese e le famiglie in materia di servizi sanitari, le compagnie opereranno una rivisitazione dei modelli distributivi, rafforzando ulteriormente la multicanalità, facendo evolvere le proprie agenzie fisiche e ricercando nuovi partner distributivi, come per esempio farmacie o centri benessere e sportivi, sfruttando da un lato l'esigenza crescente dei clienti di avere servizi accessibili e immediati, e dall'altro il bisogno dei distributori tradizionali di trovare nuove fonti di sostenibilità economica.

Insomma, per le compagnie assicurative questa nuova fase può rappresentare un'opportunità per accelerare la trasformazione, per certi aspetti già in corso, del modello di business, attraverso una forte componente di innovazione e di servizio in affiancamento al modello di copertura assicurativa tradizionale, e per rafforzare, in una fase delicata per il Paese, il posizionamento come attore chiave al servizio di famiglie e imprese.

**Claudio Fortunati,**  
senior manager Mbs Consulting, Gruppo Cerved

## COMPAGNIE

# Reale Group fa il suo ingresso nel sistema Superbonus 110%

**Le società del gruppo torinese mettono a fattor comune le loro competenze trasversali per offrire un pacchetto di servizi e prodotti per chi vuole usufruire delle detrazioni introdotte dal decreto Rilancio**



Lo scorso 19 maggio, il governo Conte ha introdotto all'interno del decreto Rilancio il cosiddetto Superbonus, un'agevolazione che eleva al 110% l'aliquota di detrazione delle spese sostenute dal primo luglio 2020 al 31 dicembre 2021, per specifici interventi in ambito di efficienza energetica, di interventi antisismici, di installazione di impianti fotovoltaici o delle infrastrutture per la ricarica di veicoli elettrici negli edifici. **Reale Group**, forte delle competenze trasversali presenti nel gruppo, fa il suo ingresso nel sistema Superbonus, proponendo una rete di prodotti e servizi a sostegno delle famiglie, dei professionisti e delle imprese italiane.

Grazie alla presenza nel gruppo di **Banca Reale, Italiana Assicurazioni, Reale Immobili e Blue Assistance**, oltre all'acquisto del credito d'imposta prevista dal decreto (102% di liquidità ai privati e 100% di liquidità alle imprese), il pacchetto di offerta prevede finanziamenti per garantire la necessaria liquidità a supporto delle opere di ristrutturazione, soluzioni assicurative, nonché un portale dedicato.

Per le imprese che opereranno per l'offerta dello "sconto in fattura" è previsto uno specifico finanziamento per rispondere alle esigenze di liquidità nella fase di avvio ed esecuzione dei lavori, con rientro attraverso la cessione del credito a Reale Group. Per le famiglie e i condomini sono state previste soluzioni flessibili di finanziamento volte a coprire sia il caso di successiva cessione del credito fiscale sia il caso di detrazione a valere sulla propria posizione fiscale. (continua a pag. 4)



(continua da pag. 3)

Inoltre, è stato studiato un pacchetto di soluzioni assicurative appositamente pensato per rendere più sicuro e finanziariamente appetibile il progetto "con una particolare attenzione a identificare e mettere in sicurezza i rischi del committente che risulta essere il soggetto più esposto, in particolar modo qualora non venissero raggiunte le condizioni utili per poter accedere all'ecobonus", spiega una nota di Reale Group.

Secondo **Luca Filippone**, dg di Reale Mutua, "la riqualificazione energetica e gli interventi antisismici previsti dal decreto Rilancio, garantiscono sicurezza, minimizzazione dell'impatto sull'ambiente e protezione delle persone, elementi cardine dell'agire di Reale Group. La sostenibilità come punto di partenza e non di arrivo rappresenta l'ingrediente fondamentale per l'accelerazione del processo di ripresa del Paese che il nostro gruppo intende accompagnare con l'attenzione e l'affidabilità che da sempre lo caratterizzano".

**Beniamino Musto**



## INIZIATIVE

### Inclusione protagonista del Dive In Festival

L'edizione 2020 della manifestazione promossa dai Lloyd's si svolgerà dal 22 al 24 settembre interamente online

Torna anche quest'anno, dal 22 al 24 settembre, il **Dive In Festival**, manifestazione nata nel 2015 su iniziativa dei **Lloyd's** di Londra per affrontare il tema dell'inclusione nel settore assicurativo e che il sindacato ha successivamente esportato in molti Paesi in cui ha una propria rappresentanza. In Italia, già dallo scorso anno, ha preso la forma di una serie di incontri coordinati tra i partner dell'iniziativa che nell'edizione 2020 sono, oltre ai Lloyd's, **Anra, Aon, Axa Italia,**

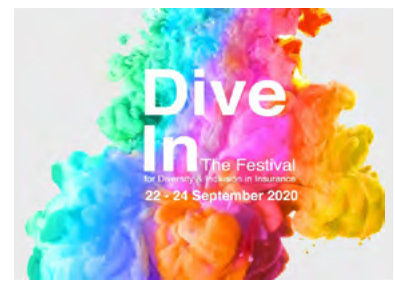
**Axa XL, Assiteca, Chubb, Generali Italia, Marsh, Pca Broker e Willis Towers Watson.** Lo scopo dell'iniziativa è la sensibilizzazione del settore assicurativo verso le varie forme di diversità e di inclusione, così da dare vita a buone pratiche che possano essere condivise anche al di fuori dell'ambito professionale.

L'impegno continua con l'edizione 2020, caratterizzata da un titolo che fa da filo conduttore di tutte le attività organizzate nei 32 Paesi coinvolti: *Local Voice, Global Impact*, l'esperienza condivisa di un lockdown globale e il suo impatto a livello di *diversity & inclusion* nei singoli territori. L'edizione italiana propone sul tema 12 appuntamenti online nelle tre giornate, gratuiti e aperti a tutti gli interessati, non solo appartenenti al settore.

Se lo scorso anno si era discusso di tematiche sui team intergenerazionali, le iniziative di sostegno alla genitorialità, l'accessibilità al lavoro delle persone diversamente abili e l'avviamento all'utilizzo di un linguaggio più inclusivo, questa edizione si svolge in un momento caratterizzato da movimenti come *MeToo* e *Black Lives Matter*, e in un contesto mondiale ancora fortemente influenzato dalla pandemia di Covid-19. Gli incontri organizzati dal team di partner del settore assicurativo coinvolgeranno esperti di consulenza, *diversity & inclusion* e gestione delle risorse umane, insieme a esponenti del settore assicurativo e del mondo delle imprese; sarà inoltre l'occasione per rendere noti i risultati dell'osservatorio sull'*Inclusion Impact Index* condotto da **Valore D** con un centinaio di imprese italiane.

Oltre ai partner citati, partecipano all'evento **Angels4Women, Bnp Paribas Cardif, Bright Horizons, Fondazione Libellula, Groupama, Intesa Sanpaolo, Prysman Group, Sogefi e Win.**

Informazioni e richiesta di iscrizione alla pagina <https://anra.it/it/it/menu/m1/96/dive-in>



**Maria Moro**

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

## CONVEGNO ON LINE

IN DIRETTA WEB



# SOSTENIBILITÀ E SVILUPPO PER GLI INTERMEDIARI DI DOMANI

6-7 OTTOBRE 2020 | 9:30 - 16:15



## Dibattiti e analisi sui temi più caldi per l'evoluzione della categoria degli intermediari:

- *Scenario economico e normativo, tra crisi e nuove opportunità*
- *Le potenzialità del settore assicurativo: come stimolare e favorire la domanda di prodotti e servizi assicurativi*
- *Sostenibilità del modello agenziale: strategie, interventi e qualità della collaborazione con le compagnie*
- *Il rischio disintermediazione*
- *Il contributo di agenti e broker nell'evoluzione della tutela di cittadini e imprese*
- *Una promessa per il futuro: tecnologia, dati, vendita a distanza e social network*
- *Riorganizzazione dell'interazione con il cliente*
- *Il rapporto tra intermediari e insurtech*
- *L'importanza della formazione*
- *Come cambiano agenti e broker*

Main sponsor



Insieme a te nella vita, passo dopo passo



Official sponsor



## 6 OTTOBRE

## SOSTENIBILITÀ E SVILUPPO PER GLI INTERMEDIARI DI DOMANI

09.30 – 10.40

- **Tavola Rotonda – L'ASSICURAZIONE COME PARTNER PER IL PAESE: QUALE RUOLO PER GLI INTERMEDIARI?**
  - Vincenzo Cirasola, presidente di Anapa Rete ImpresAgenzia
  - Stefano De Polis, segretario generale di Ivass
  - Claudio Demozzi, presidente Sna
  - Luca Franz de Luca, presidente di Aiba
  - Umberto Guidoni, responsabile della direzione business di Ania e segretario generale della Fondazione Ania
  - Luigi Viganotti, presidente di Acb

10.45 – 11.05

- **L'IMPORTANZA DELLA TUTELA LEGALE ALL'EPOCA DEL COVID-19**  
*Pier Marco Giambiasi, head of product & Underwriting D.A.S. SpA*

PAUSA

11.35 – 12.00

- **Tavola Rotonda – 2020, COSÌ CAMBIA IL SERVIZIO AL CLIENTE**
  - Marco Lamola, direttore commerciale del gruppo Cattolica Assicurazioni
  - Nicola Picaro, comitato dei presidenti di Aua

12.00 – 12.05

- ◆ **Video – Plurima: autonomia, esperienza ed innovazione al tuo servizio**

12.05 – 12.25

- **CAPACITÀ DI REAZIONE ALL'EMERGENZA E SOLUZIONI PER LA NUOVA NORMALITÀ**  
*intervista a Maurizio Taglietti, general manager di MetLife Italia*

PAUSA

14.30 – 14.50

- **SOSTENIBILITÀ E SVILUPPO PER L'AGENZIA DI ASSICURAZIONI**  
*- Paolo Beltrami, titolare Studio Beltrami PB*

14.50 – 15.10

- **#OSCELGOAFIESCA: LA PRIMA POLIZZA VITA FULL DIGITAL ACQUISTABILE CON UN VIDEOSELFIE**  
*- Luca Loforese, responsabile marketing e comunicazione di Afi Esca*

15.10 – 15.15

- ◆ **Video Das**

15.15 – 16.15

- **Tavola Rotonda – STRATEGIE E INVESTIMENTI PER IL FUTURO DEGLI INTERMEDIARI**
  - Ruggero Pogliaghi, presidente Gav, Gruppo agenti Vittoria
  - Michele Quaglia, direttore commerciale e brand di Reale Group
  - Lorenzo Sapigni, direttore generale per l'Italia di Cgpa Europe rappresentanza generale per l'Italia
  - Gabriele Tedesco, head of sales di Generali Italia
  - Enrico Olivieri, presidente Gaz

ISCRIVITI ALLA GIORNATA DEL 6 OTTOBRE CLICCANDO QUI



## 7 OTTOBRE

## SOSTENIBILITÀ E SVILUPPO PER GLI INTERMEDIARI DI DOMANI

09.30 – 10.40

■ **Tavola Rotonda – DISINTERMEDIAZIONE, UN RISCHIO REALE?**

- Marco Araldi, componente di Giunta Aiba e ceo di Marsh
- Paolo Iurasek, vice presidente di Anapa Rete ImpresAgenzia
- Luciano Lucca, vice presidente di Acb
- Dario Piana, presidente Gruppi aziendali Sna
- Sergio Sorgi, Progetica



10.45 – 11.05

■ **IL CONTRIBUTO DELL'INSURTECH PER L'INTERMEDIAZIONE ASSICURATIVA**

intervista a Andrea Balestrino, direttore commerciale e business development di Prima Assicurazioni

PAUSA



11.35 – 12.30

■ **Tavola Rotonda – DALL'RC AUTO AL RAMO DANNI, COME SVILUPPARE BUSINESS TRA NORMATIVA, INFORMAZIONI, DIGITALIZZAZIONE E SOCIAL NETWORK**

- Luca Capato, vice presidente Gagi
- Pierguido Durini, presidente del gruppo agenti Helvetia
- Laura Puppato, responsabile rapporti istituzionali di Agit, gruppo agenti Groupama
- Sandro Scapellato, direttore marketing e distribuzione del gruppo Helvetia Italia



PAUSA

14.30 – 14.50

■ **IL TRATTO DISTINTIVO DELL'OFFERTA ASSICURATIVA**

14.50 – 15.10

■ **LA FORMAZIONE CHE FA LA DIFFERENZA**

15.10 – 15.30

■ **Tavola Rotonda – VENDITA A DISTANZA: QUANTO VALE IL PRODOTTO ASSICURATIVO?**

- Umberto D'Andrea, presidente dell'associazione agenti Allianz
- Stefano Passerini, presidente del gruppo agenti Amissima
- Gaetano Vicinanza, presidente del gruppo agenti Sara Assicurazioni



15.35 – 15.55

■ **VENDITA A DISTANZA, RIORGANIZZARE L'INTERAZIONE CON IL CLIENTE**

Michele Languino, Sna



16.00 – 16.15

■ **QUALE FUTURO PER GLI INTERMEDIARI?**

SCARICA IL PROGRAMMA COMPLETO

ISCRIVITI ALLA GIORNATA DEL 7 OTTOBRE CLICCANDO QUI

