

## PRIMO PIANO

### Premi vita, 100 mld nel 2020

I premi vita complessivi nel 2020 sfioreranno i 100 miliardi di euro, con un calo di circa il 6% rispetto al 2019, secondo una prima rilevazione dell'Ania, comunicata in occasione del consuntivo sulla nuova produzione vita relativa all'anno scorso. Il risultato complessivo della raccolta si deve, secondo l'associazione delle imprese, alla contrazione del 9% dei premi di ramo I, a 66 miliardi, in minima parte controbilanciata dall'aumento delle polizze di ramo VI (fondi pensioni aperti), che crescono del 36%, per un volume di quasi quattro miliardi. Le polizze di ramo III (unit-linked) sono pressoché stazionarie rispetto al 2019, attestandosi a quasi 28 miliardi.

Venendo alla nuova produzione, nel 2020 le nuove polizze delle imprese italiane ed extra Ue hanno raggiunto un totale 84,2 miliardi, registrando una variazione negativa pari al 6,5% rispetto al 2019, contrazione che è andata attenuandosi nel corso dell'anno. Considerando anche i nuovi premi vita del campione delle imprese Ue, pari a 12 miliardi, in calo del 13,4% rispetto al 2019, i nuovi affari vita complessivi sono stati pari a 96,2 miliardi, il 7,4% in meno rispetto all'anno precedente. Nel primo anno della pandemia, l'Npv del ramo I registra un calo dell'11,6%, comunque in miglioramento rispetto al -20% del primo semestre.

F.A.

## COMPAGNIE

### Agenti Amissima, pronti per un nuovo cambiamento

Ieri pomeriggio, in live streaming, il primo incontro dell'anno della compagnia con la propria rete agenziale, in vista del lancio del piano commerciale 2021.

**Snellimento dei processi, moltiplicazione della produttività commerciale e digitalizzazione del sistema agenzia al centro delle strategie, nell'anno del passaggio sotto le nuove insegne di Hdi**

Adattarsi ai cambiamenti non è sempre piacevole, ma è sempre necessario. E in un mondo che dopo il 2020 difficilmente tornerà quello di prima, gli agenti **Amissima** hanno finora risposto bene, forse anche grazie all'esperienza che hanno accumulato nel corso degli anni in tema di cambiamento. Ieri pomeriggio il management della compagnia ha fatto il punto sui risultati ottenuti finora, e sulle prossime sfide, durante il primo incontro dell'anno con la rete agenziale (in live streaming) in vista del lancio del piano commerciale 2021.

Nel corso di **Amissima Oltre**, questo il nome scelto per l'appuntamento, si è parlato innanzitutto di ciò che è stato realizzato nel 2020. Un anno condizionato dall'emergenza sanitaria che ha visto la compagnia rilanciare numerosi tools per far fronte alle mutate esigenze della propria rete distributiva (e della clientela), consentendole di raggiungere ugualmente i propri obiettivi sia in ambito finanziario, sia per quanto riguarda la sostenibilità tecnica. Ma l'appuntamento è stato anche un'opportunità per analizzare l'attuale scenario assicurativo e condividere il lancio del piano commerciale 2021.

#### DALLA DIGITAL AGENCY ALLA SMART AGENCY

"Esistono due mondi", ha affermato, aprendo l'evento, il direttore commerciale della compagnia **Antonio Scognamillo**. "Un mondo - ha spiegato - è quello in cui l'uomo non determina quello che gli accade, l'altro è quello in cui decide quale sarà il suo futuro". La realtà della digital agency, individuando nei mezzi tecnologici un supporto essenziale alla business continuity, "ha permesso di mantenere alti standard di produttività, beneficiando anche di una rinnovata organizzazione aziendale, più snella ed efficiente, che ha incrementato l'efficienza lavorativa". Scognamillo ha usato parole di soddisfazione per come agenti e compagnia sono riusciti a rispondere alle sfide del 2020: "abbiamo gestito con resilienza e intelligenza qualcosa a cui non eravamo abituati. La rete è riuscita a coinvolgere la clientela e creare contatti anche a distanza". Il mondo che verrà sarà quello di una normalità che Scognamillo, più che "nuova", definisce "diversa". L'obiettivo, ha detto, è quello alzare il livello. Nel 2020 abbiamo raggiunto risultati esemplari in termini di attuazione della smart agency, ma abbiamo ancora molti spazi di miglioramento". Il 2021 sarà l'anno del completamento di un disegno strategico partito nel 2017 e oggi arrivato a compimento. Snellimento dei processi, moltiplicazione della produttività commerciale, digitalizzazione del sistema agenzia "sono gli inevitabili traguardi a cui la rete Amissima punta entro la prima parte dell'anno appena iniziato. Conto sulla reattività della intera rete di vendita - ha sottolineato Scognamillo - anche per poter affrontare con solida serenità i prossimi anni, che ci vedranno contribuire al successo del nuovo azionista **Hdi**".

(continua a pag. 2)



Alessandro Santoliquido, amministratore delegato di Amissima

(continua da pag. 1)

## LE PERFORMANCE DEL 2020

È stato poi l'amministratore delegato **Alessandro Santoliquido** a fare il punto sulle performance tecniche della rete agenziale nell'anno appena concluso. "Il 2020 – ha detto – è stato un anno particolare per la nostra compagnia, caratterizzato da due eventi importanti: il Covid-19 e il completamento del nostro percorso di risanamento".

Sebbene a livello di premi emessi ci sia stato un calo, Santoliquido ha evidenziato diversi segnali positivi, come ad esempio l'incidenza delle garanzie Ard cresciute del 24,1% nel 2020, "con un aumento importante in termini di redditività sia per le agenzie sia per la compagnia", ha commentato l'ad. Con la conclusione del risanamento anche i tassi di rinnovo sono aumentati: per gli autoveicoli +9%, per i motoveicoli +9,8%.

La frequenza sinistri è in linea con il mercato. "Se nel 2017 avevamo un punto in più rispetto al mercato, già nel 2019 avevamo raggiunto la media del mercato intorno al 5% e ora, certamente anche grazie al coronavirus, il dato è ulteriormente migliorato". La riduzione della circolazione durante la pandemia ha avuto ripercussioni positive anche sul combined ratio operativo, passato dal 105% del 2019 all'83% del 2020.

Anche dal punto di vista delle riserve sinistri le azioni messe in campo nel corso degli ultimi cinque anni hanno portato dei risultati concreti. Dal 2015 sono stati immessi 248 milioni di euro per rafforzare le riserve. Tuttavia, se nel 2018 era stato necessario immettere 99 milioni, nel 2020 la tendenza si è addirittura invertita e per la prima volta da anni ci sono stati 11 milioni di eccesso. "Va però detto – ha precisato Santoliquido – che una gran parte delle riserve che abbiamo immesso era relativa a sinistri precedenti al 2015, quindi il lavoro enorme che abbiamo fatto è stato per rimediare a un buco generato prima della nuova gestione".

## LA REAZIONE ALL'EMERGENZA E LA STRADA PER IL FUTURO

Santoliquido ha poi passato in rassegna tutti gli interventi messi in campo dalla compagnia nel corso dell'emergenza. "Attualmente il 98% del personale della compagnia è in smart working. Amissima non si è mai fermata e abbiamo sempre continuato a servire agenti e clienti. Il Covid-19 ci ha dato l'opportunità di utilizzare con maggiore frequenza strumenti di lavoro già avevamo, come l'Otp": se prima della pandemia la one-time password era usata dal 24% delle agenzie, a fine 2020 questa percentuale era salita al 78%.

L'amministratore delegato ha poi tracciato la strada per il 2021, anno che tragherà la compagnia all'interno del gruppo **Talanx**. "Dobbiamo continuare a lavorare sugli strumenti del futuro, che continueremo a usare anche quando la pandemia non ci sarà più". Uno di questi sarà il nuovo front end motor, "che dovremo utilizzare di più perché ci garantisce molta efficienza nella gestione. E dobbiamo prendere molta più confidenza nella smart agency". Ci saranno poi nuovi interventi sull'auto, nuovi cluster agenziali e un ulteriore miglioramento dei cluster per i rami elementari.

Santoliquido ha poi parlato del closing dell'operazione con Hdi, che segnerà l'entrata effettiva di Amissima nel gruppo Talanx: il passaggio è previsto tra il primo aprile e il primo maggio di quest'anno, "ma fino al 2021 – ha detto – non cambierà oggettivamente molto e l'attività continuerà come ora, perché sarà necessario preparare un passaggio graduale".

## PROSEGUIRE SULLA STRADA DEL DIALOGO

L'evento si è concluso con una tavola rotonda in cui si sono confrontati alcuni top manager della compagnia, i quali hanno risposto alle domande che gli agenti hanno inviato sulla piattaforma live streaming: **Ivan Frigerio**, direttore assunzione rami elementari, **Oscar Foti** responsabile auto, **Riccardo Rizzetto** responsabile vendite, **Andrea Moro**, responsabile marketing. Con loro ha dialogato il presidente del gruppo agenti Amissima, **Stefano Passerini**, il quale ha sottolineato "la forte comunicazione tra azienda e agenti", e ha ringraziato la dirigenza "perché c'è stato un grande ascolto verso gli agenti. Mi auguro che anche in futuro si possa contare su questo dialogo, anche sotto la nuova dirigenza di Hdi".



Antonio Scognamillo, direttore commerciale di Amissima



Un momento della tavola rotonda conclusiva

**Beniamino Musto**

## NORMATIVA

### Idd, per Insurance Europe è un successo

**“La direttiva funziona bene, ma occorre ridurre il sovraccarico di informazioni per i consumatori, e creare un quadro legislativo adatto all’era digitale**

Secondo **Insurance Europe**, che ha risposto a una consultazione di **Eiopa** su Idd, dall’entrata in vigore della direttiva, nell’ottobre 2018, l’impatto complessivo è stato positivo per due ragioni principali. In primo luogo, scrive la federazione, Idd ha operato all’interno dei sistemi di distribuzione esistenti e ha effettivamente innalzato la professionalità della distribuzione assicurativa, garantendo al contempo una maggiore trasparenza, con un impatto positivo sui consumatori.

In secondo luogo, Idd ha rispettato l’eterogeneità della struttura dei mercati nazionali, della cultura e delle consuetudini dei consumatori, il che ha consentito alle autorità di vigilanza locali di adottare un approccio appropriato per il loro mercato di riferimento. Qualsiasi modifica futura, avverte Insurance Europe, dovrebbe quindi mantenere questo approccio per lavorare all’interno dei sistemi esistenti e per riflettere le differenze nazionali.

Sebbene Idd funzioni complessivamente bene, sarà comunque opportuno apportare miglioramenti attraverso una revisione della direttiva. Occorre, per esempio, affrontare re-



gole imperfette che comportano il sovraccarico di informazioni per i consumatori, nonché creare un quadro legislativo adatto all’era digitale, e che consenta ai clienti di trarre reale vantaggio dall’aumento delle vendite online.

F.A.

**LEGGE  
FINANZIARIA 2021**

**BONUS  
PUBBLICITÀ  
50%**



**PUOI RECUPERARE IL 50%  
DEGLI INVESTIMENTI  
PUBBLICITARI SU TUTTI  
I NOSTRI STRUMENTI**

**PER INFORMAZIONI  
CLICCA QUI**

## RICERCHE

### Risparmio, per gli italiani allevia le incertezze

**L'Osservatorio di Sara Assicurazioni svela, attraverso un sondaggio, che per quasi la metà del Paese mettere da parte denaro rappresenta "una risorsa per affrontare anzitutto un presente complesso"**

Che cos'è il risparmio, secondo gli italiani? Se l'è chiesto l'Osservatorio di Sara Assicurazioni attraverso un sondaggio da cui emerge che per il 47% degli intervistati, il risparmio rappresenta "una risorsa per affrontare anzitutto un presente complesso". Per il 22%, risparmio vuol dire "futuro" e "possibilità di un domani più solido per la famiglia e i figli"; mentre uno su tre (31%) lo associa alla preoccupazione per lo stato delle proprie finanze, "alimentata dalla congiuntura del momento".



L'incertezza causata dalla pandemia va di pari passo con l'aumento dei depositi bancari, cresciuti a dicembre 2020, come segnala l'Abi, di oltre 162 miliardi rispetto all'anno precedente raggiungendo quota 1.736 miliardi. Il 50% degli intervistati afferma di vivere il presente cercando abitualmente di mettere da parte qualcosa per affrontare possibili imprevisti e difficoltà, e un 20% che si dice "sempre parsimonioso", al punto da fare rinunce oggi per riuscire a pianificare meglio il domani.

Nella gestione dei soldi, cresce l'uso di app e sistemi fintech, nonostante siano le soluzioni che guardano più lontano a essere preferite: come i fondi pensione (35%), le polizze assicurative per il risparmio e l'investimento (32%) e le polizze vita (17%). Del resto la caratteristica più apprezzata in uno strumento di risparmio è la sicurezza (33%), seguita dalla flessibilità (21%), e quindi dalla capacità di rispondere al presentarsi di diverse esigenze.

F.A.

## MERCATO

### Gruppo Lercari crea la divisione "Marine & Aviation"

**Il gruppo decide di ampliare la propria offerta nel settore delle specialty lines**

Gruppo Lercari decide di ampliare la propria offerta nel settore delle specialty lines, creando la divisione Marine & Aviation. La nuova divisione, spiega una nota, "integrerà le best practice e le professionalità in forza al Gruppo Lercari nei settori marine e aviation, con l'obiettivo di rafforzare ulteriormente il livello di servizio ai clienti e il posizionamento del gruppo in queste aree strategiche".

La divisione opererà sotto la responsabilità di Marco D'Oro, il quale dopo una lunga esperienza presso primarie società di brokeraggio, dal 2017 ha iniziato a dirigere il business marine del Gruppo Lercari insieme a Giovanni e Alessandro Lercari. D'Oro verrà affiancato da un team dedicato ad alta specializzazione di cui faranno parte, tra gli altri, anche l'avvocato Giovanni Facchini nel settore marine, e dell'ingegner Vittorio Grassi in quello aviation. Facchini, legale esperto nel settore del diritto dei trasporti, della logistica e navale, è specializzato nella gestione di sinistri complessi cargo e liability, e nelle rivalse. Grassi ha maturato una pluriennale esperienza nel settore delle perizie aviation; la laurea in ingegneria aeronautica, nonché l'esperienza di volo accumulata quale titolare di licenza di volo commerciale e navigatore militare, "sono i capisaldi su cui si fonda la sua spiccata capacità di ricostruzione degli incidenti aerei", sottolinea la nota di Lercari.

"Il progetto – spiega Gian Luigi Lercari, amministratore delegato del Gruppo Lercari – nasce nell'ambito della consueta modalità operativa del gruppo: l'esperienza maturata sul campo e l'apprezzamento della professionalità delle nostre risorse, altamente specializzate, da parte dei nostri clienti ci ha spinto a valutare l'opportunità di investire nella creazione di una divisione ad hoc in cui far coniugare il tecnicismo dei nostri collaboratori, con le modalità organizzative altamente proceduralizzate del gruppo. Il progetto sarà coordinato da Marco D'Oro che grazie alla sua professionalità e capacità manageriale porterà un nuovo modello operativo nel settore marine e aviation. La nostra volontà – conclude Gian Luigi Lercari – è quella di organizzare incontri ad hoc con i player di questo importante mercato per condividere le basi fondanti del nostro progetto".

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