

PRIMO PIANO

Cresce la raccolta in Italia

La raccolta premi complessiva del mercato assicurativo italiano nei rami vita e danni nei primi sei mesi del 2021 è stata di 77,8 miliardi di euro, in aumento del 14,4% rispetto al primo semestre 2020.

È quanto emerge dall'ultimo bollettino statistico pubblicato dall'Ivass, in cui si sottolinea che l'incremento è da attribuire principalmente alla raccolta vita (+18,6%) che è il settore prevalente nel mercato assicurativo italiano con 58,3 miliardi di euro di premi.

Il recupero è concentrato nel ramo III relativo alle polizze unit e index linked, la cui raccolta semestrale cresce di 8,5 miliardi di euro (+61,2%) rispetto al 2020 e segna il miglior risultato mai rilevato. Il ramo I, a cui sono collegate le polizze vita pure, cresce su base annua di 2,5 miliardi di euro (+8%). Diminuiscono invece i premi relativi ai fondi pensione (ramo VI) e alle operazioni di capitalizzazione (ramo V).

La nuova produzione del settore vita cresce di poco più di 8 miliardi (+23,8%) rispetto all'analogo periodo del 2020. Nel settore danni la raccolta è di 19,5 miliardi, in aumento del 3,4% rispetto alla prima metà del 2020. Il comparto non-auto, dopo la fase recessiva attraversata durante la pandemia, ricomincia a crescere in tutti i rami principali. Per leggere la news completa, clicca qui.

Beniamino Musto

COMPAGNIE

Tutela Legale, un mindset diverso per il futuro

L'impresa assicurativa, in occasione della convention annuale, ha sottolineato la necessità di un approccio evoluto per affrontare la fase di profonda trasformazione che sta attraversando il settore delle polizze: servono nuovi modelli, nuove soluzioni e nuove idee

Il messaggio che è emerso dalla convention annuale di **Tutela Legale**, svoltasi ieri alla Fondazione Feltrinelli di Milano, è stato piuttosto chiaro: serve un approccio diverso, più evoluto, per affrontare la trasformazione del settore assicurativo. In inglese si dice *mindset*, termine che sta riscuotendo un grande successo anche in Italia. E che tante volte è stato ripetuto nel corso della convention, a cui ha partecipato l'intero management della compagnia, di fronte a una platea di oltre 200 spettatori fra presenti in sala e collegamenti in streaming.

Il taglio dell'evento è stato chiaro fin dalle battute iniziali: la presidente **Monica Boccanegra** ha in apertura ripercorso la storia di alcune aziende che, in settori diversi, sono state capaci di uscire da un momento di difficoltà trovando nuova vitalità dalle sfide che avevano di fronte. "Le difficoltà sono simili, quello che cambia è il contesto: bisogna saper interpretare la situazione, superare la concorrenza di mercato, attrarre talenti e migliorare il processo di produzione", ha commentato. "Alla fine – ha aggiunto – vince chi segue i propri sogni". Allo stesso cambio di passo è adesso chiamato il settore assicurativo. E, perché no?, anche l'intero sistema nazionale, alle prese con la ripartenza da una crisi sanitaria ed economica che, a ben vedere, non sembra ancora del tutto finita. Intervenuto al convegno in un videomessaggio, il ministro per l'innovazione tecnologica e la transizione digitale **Vittorio Colao** ha analizzato brevemente le sfide poste dalla rivoluzione digitale e sottolineato la necessità di accompagnare lo sviluppo tecnologico alla promozione delle competenze. "Il Pnrr prevede investimenti in digitalizzazione e formazione: supereremo questa sfida – ha detto – solamente se riusciremo a sviluppare entrambi questi elementi".

(continua a pag. 2)



Giovanni Grava e Monica Boccanegra

INSURANCE CONNECT È SU LINKEDIN

Iscriviti al gruppo

Segui la pagina

Insurance
Connect

in

(continua da pag. 1)

AFFRONTARE UNA TERRA INCOGNITA

Che ci sia bisogno di un nuovo mindset, più adatto ai tempi che corrono, lo si è capito ascoltando i numeri che sono stati riportati da **Giovanni Grava**, amministratore delegato di Tutela Legale: negli ultimi dieci anni la raccolta danni complessiva ha perso 2,8 miliardi di euro, sono scomparse 46 compagnie (51 se si considerano anche gli effetti dell'acquisizione di **Cattolica Assicurazioni** da parte di **Generali**) e il fatturato delle agenzie, anche a seguito della perdurante diminuzione del premio medio Rc auto, è diminuito mediamente di 55mila euro annui.

Posti questi numeri, non stupisce che il settore abbia bisogno di qualcosa in più. Già, ma come? Il tema è stato al centro di un dibattito fra **Sebastiano Barisoni**, vice direttore di **Radio 24**, e **Massimo Michaud**, presidente di **Cineas**. I due relatori hanno evidenziato come quella in corso, più che una semplice crisi, sia una vera rivoluzione. E, in quanto tale, risulta essere indistinta, irreversibile e imprevedibile. Di fatto, il settore assicurativo (ma non solo) si trova di fronte a quella che è stata definita una "terra incognita", in cui il digitale offre opportunità mai sperimentate prima al consumatore, mentre le imprese, viceversa, si trovano (forse per la prima volta) in una situazione di svantaggio rispetto alla domanda di mercato. La fortuna degli addetti ai lavori è che gli algoritmi, almeno per il momento, possono molto ma non possono ancora tutto. E i professionisti del settore devono essere in grado di colmare questo gap con servizi a valore aggiunto che gli strumenti di intelligenza artificiale (o "stupidità artificiale", come è stata definita) non sono ancora in grado di garantire, a partire dalla vicinanza e dalla consulenza alla clientela.

UN NUOVO APPROCCIO AL MERCATO

L'esigenza di un approccio diverso è diventata immediatamente evidente con la pandemia di coronavirus. E non solo per quanto riguarda il settore assicurativo. L'executive chef **Daniel Canzian** ha portato sul palco dell'evento l'esperienza del suo ristorante durante il lockdown: costretto a tirar giù la saracinesca per le misure di contenimento all'emergenza sanitaria, lo chef ha lanciato un servizio di ristorazione a domicilio che gli ha consentito di mantenere in positivo l'attività e di attrarre anche nuovi clienti.

Dopo il conferimento di una borsa di studio alla memoria di **Maurizio Ceresani**, presidente del collegio sindacale della compagnia, scomparso nel febbraio del 2020, la parola è passata all'amministratore delegato Giovanni Grava. Il manager, in apertura del suo intervento, ha definito "velleitario pensare di poter opporsi ai trend in corso". E ha quindi sottolineato la necessità di "assumere un mindset diverso". In particolare, ha proseguito, c'è bisogno di "sviluppare competenze distintive che possano identificarci come professionisti in grado di offrire valore aggiunto alla clientela: dobbiamo essere creatori di valore aggiunto". Per Grava, "non è questo il tempo di indugiare". E poi, rivolgendosi direttamente alla platea degli intermediari, ha espresso la volontà di rendere la compagnia "un partner sempre più affidabile per voi: vogliamo essere con voi – ha concluso – per trasportarci tutti insieme nel futuro".

SOLUZIONI PER GLI INTERMEDIARI

Proprio agli intermediari è stata dedicata la sessione conclusiva della convention. Il direttore commerciale **Marco Maffi** ha esordito elencando i risultati finora raggiunti dalla compagnia nel 2021: la raccolta ha sfiorato quota 10 milioni di euro, di cui 1,6 milioni derivanti da nuovi contratti. Si tratta di un incremento del 4,8% su base annua. Risultati dunque positivi, in vista di un target fissato a 14,6 milioni di euro di raccolta. Il management si è detto fiducioso. E ha annunciato il lancio di una nuova versione del prodotto dedicato ai professionisti. "Abbiamo mantenuto la struttura modulare e introdotto nuove garanzie, definendo una tariffa più flessibile e quindi anche più competitiva", ha detto Maffi. Il prodotto sarà presentato ufficialmente all'inizio di dicembre. "Abbiamo un'ottima base di partenza: abbiamo soluzioni competitive, una rete eccellente, una forte mission sociale e, oserei dire, anche costituzionale", ha concluso.

Le battute finali della convention sono state affidate al direttore generale **Stefano Buraglio**. Il manager, volendo tirare le somme dell'evento, ha evidenziato la necessità di "guardare con fiducia al futuro". Le parole d'ordine per la strategia dei prossimi anni, ha proseguito, saranno "concorrenza, merito e qualità della relazione con la clientela". E poi, chiaramente, anche la crescita "per raggiungere gli obiettivi che ci siamo prefissati e renderli davvero un traguardo comune". Secondo Buraglio, "è arrivato il momento di essere coraggiosi e lungimiranti".



L'assegnazione della borsa di studio

Polizze, la carica dei consulenti finanziari

Sempre più professionisti lavorano alla distribuzione di polizze assicurative. Serve adesso uno sforzo maggiore per fugare il rischio di disintermediazione e garantire un'offerta proattiva

Dai monitoraggi che ogni anno **Finer** realizza coinvolgendo oltre 7.000 consulenti finanziari, private banker, gestori bancari, agenti e sub-agenti assicurativi, emergono alcuni dati sorprendenti.

La soddisfazione per i prodotti assicurativi del ramo vita e danni non auto registra dati molto più positivi tra i consulenti finanziari (64%), i gestori bancari (52%) e i private banker (41%) rispetto ad agenti e sub-agenti assicurativi (34%). Perché queste differenze? È indubbio che, pur trattandosi di professionisti solo in parte equiparabili, tutti operino in due settori, quello del risparmio gestito e quello della protezione, che risultano sempre di più sovrapposti e sovrapponibili. Inoltre entrambi i settori hanno ampi spazi di miglioramento in Italia: solo il 25% dei risparmiatori gestisce il proprio risparmio e solo il 10% ha adeguate coperture assicurative.

Banca e assicurazione

Oggi è dunque sempre più diffuso il mantra *wealth & protection*, che poi altro non è una rivisitazione moderna del concetto di bancassicurazione. Effettivamente è dagli anni '90 che si parla di bancassicurazione, ma allora le banche puntavano soprattutto sugli impieghi, e sappiamo poi come è andata tra *non performing loan* e crisi dei mutui sub-prime.

Per salvare i propri bilanci, le banche devono puntare oggi sui prodotti di gestione del risparmio e di protezione,



che offrono margini interessanti e, *by the way*, potrebbero avere anche un impatto sociale positivo. Da qui un'inversione di rotta prima sul risparmio gestito e poi, soprattutto a causa del perdurare dei tassi negativi, anche sulla protezione.

Un'offerta poco proattiva

Molti ritengono che gli italiani siano poco assicurati e poco inclini alla gestione dei propri risparmi a causa della loro scarsa educazione finanziaria. Pochi ammettono che sia in larga parte colpa di un'offerta scarsamente proattiva e in debito di fiducia. Gli agenti assicurativi, con qualche nobile eccezione, hanno vissuto sulle rendite di posizione derivanti dalla vendita di polizze Rc auto, ora con margini in picchiata. I consulenti finanziari, pur godendo di salute decisamente migliore, sono anche loro alle prese con una sfida epocale legata al cambio generazionale dei loro clienti.

Il rischio è quello di essere progressivamente disintermediati da una nuova generazione di clienti più digitalizzati che potrà contare su un'offerta sempre più ampia grazie all'evoluzione *fintech* del cosiddetto *direct investing*. Non si tratta quindi di tifare per l'uno o per l'altro professionista, ma per un'intera industria e per il nostro Paese. In questo senso, se possono dare un contributo alla causa, ben vengano anche i tabaccai.

Nicola Ronchetti,
ceo di Finer



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

10 Insurance Connect

INSURANCE CONNECT COMPIE 10 ANNI E FESTEGGIA ISTITUENDO GLI

INSURANCE CONNECT AWARDS

LA CENA DI GALA, CON L'ASSEGNAZIONE DEI PREMI
ALLE ECCELLENZE DEL SETTORE ASSICURATIVO CHE
SI SONO DISTINTE NEL 2021, SI TERRÀ IL



30 NOVEMBRE
EAST END STUDIOS
VIA MECENATE, 88/A MILANO
DALLE 18:30 ALLE 23:30

L'EVENTO SI POTRÀ SEGUIRE ANCHE IN DIRETTA SU **INSURANCECONNECT.TV**

UN GRANDE EVENTO PRESENTATO
DALLA GIORNALISTA **FEDERICA MASOLIN** (SKY)

PER PARTECIPARE ALLA SERATA SCRIVI A AWARDS@INSURANCECONNECT.IT

PER MAGGIORI INFORMAZIONI CLICCA QUI

Sponsor



welion

Sponsor
tecnico

