



PRIMO PIANO

Per Axa la Cina è vicina

Axa ha acquisito il 50% della compagnia cinese Tian Ping per 485 milioni di euro. L'impresa è attiva nel ramo danni e l'operazione permetterà ai francesi di diventare il maggiore gruppo assicurativo straniero del segmento danni del Dragone. L'operazione avverrà tramite l'acquisto di azioni per il 33% del capitale direttamente da azionisti cinesi, attraverso l'esborso di 237 milioni. I restanti 248 milioni messi in campo dai francesi serviranno per la sottoscrizione di un aumento di capitale riservato allo scopo di finanziare la crescita futura della società. La transazione comunque rimane soggetta all'approvazione delle autorità competenti.

La già esistente società danni di Axa in Cina sarà integrata nella nuova joint-venture. Tian Ping, secondo le intenzioni di Axa, servirà per incrementare le linee di business auto, ma anche non auto e salute. La compagnia cinese è inoltre molto attiva nella distribuzione diretta, tanto che nel 2011 quel canale ha contribuito per circa il 20% dei premi totali. Tian Ping, quotata a Shanghai, sarà controllata congiuntamente dalla compagnia francese e da azionisti di cui non si conosce l'identità. L'intera operazione sarà finalizzata entro la fine di quest'anno.

Fabrizio Aurilia

MERCATO

Ivass, Rc auto più cara per le donne e i giovani

L'authority ha pubblicato la prima indagine sulle polizze successiva all'entrata in vigore della norma europea sulla parità di genere

Forti aumenti. Che hanno toccato soprattutto le donne. È solo uno dei dati che emergono dall'indagine sui prezzi delle polizze Rc auto realizzata dall'Ivass, l'istituto di vigilanza sul settore assicurativo. Quello del caro-polizza per le donne è un dato che va evidenziato, perché la rilevazione dell'authority è la prima a essere fatta dopo il recepimento da parte del mercato italiano delle sentenze della Corte di Giustizia europea del marzo 2011 in materia di parità di trattamento tra uomo e donna nell'accesso ai servizi assicurativi. A partire dal 21 dicembre dello scorso anno non possono esistere più differenze nei premi e nelle prestazioni dei contratti assicurativi dovute al genere. Una sentenza che ha essenzialmente comportato, rispettivamente per gli assicurati di sesso femminile e maschile, incrementi e decrementi dei prezzi medi, variabili con i profili e le province in cui è stata effettuata la rilevazione. L'indagine ha riguardato tutte le imprese sottoposte alla vigilanza dell'Ivass sul mercato assicurativo, ha preso in esame i prezzi praticati in 21 province per 11 tipologie standard di assicurati, sia automobilisti sia motociclisti, dei due sessi.



Fabrizio Saccomanni, presidente Ivass

PREZZI, IN AUMENTO PER LE DONNE, IN CALO PER GLI UOMINI

Entrando dunque nel vivo della ricerca, che ha preso in esame il periodo gennaio 2012 - gennaio 2013, il primo dato che appare chiaro è quello che riguarda i prezzi di listino medi nazionali, che hanno subito notevoli variazioni comprese tra **-5,7%** (per il *profilo tariffario 1*, relativo a un diciottenne di sesso maschile, con autovettura di 1.300 cc. alimentata a benzina, in classe bonus-malus di ingresso c.u. 14, massimale minimo di legge) e **+16,2%** (per il *profilo tariffario 5*, relativo a un diciottenne di sesso femminile, con autovettura di 1.300 cc. alimentata a benzina, in classe bonus-malus di ingresso, c.u. 14, massimale minimo di legge). (continua a p.2)

Insurance Daily torna giovedì 2 maggio

Oggi è l'ultimo giorno prima di una breve pausa per Insurance Daily. Il quotidiano dedicato al settore assicurativo tornerà nelle vostre caselle mail da **giovedì 2 maggio**, dopo un breve ponte tra le festività del 25 aprile e del primo maggio. Ma solo il quotidiano osserverà la pausa; al contrario il sito www.insurancetrade.it sarà regolarmente aggiornato con tutte le news, i video e le interviste. E quindi un saluto a tutti i lettori di Insurance Daily dalla redazione di Milano.



Seguici anche su Facebook alla pagina di Insurance Connect e su Twitter @insurancetrade



(continua da p. 1) Anche per quanto riguarda la stima dei prezzi di listino ponderati con la quota di mercato di ogni impresa, si evidenziano variazioni significative comprese tra il **-6,6%** (per il *profilo tariffario 1*, relativo a un diciottenne di sesso maschile, con autovettura di 1.300 cc. alimentata a benzina, in classe bonus-malus di c.u. 14, massimale minimo di legge) e **+13,5%** (per il *profilo tariffario 5*, relativo ad un diciottenne di sesso femminile, con autovettura di 1300 cc. alimentata a benzina, in classe bonus-malus di c.u. 14, massimale minimo di legge).



PENALIZZATI I GIOVANI

Oltre che per le donne, gli aumenti delle tariffe nel 2012 sono risultati particolarmente penalizzanti, in generale, per i giovani. Ad esempio, un assicurato diciottenne di sesso femminile con un'autovettura di piccola cilindrata in classe bonus-malus d'ingresso ha visto il premio medio aumentare a Campobasso del **26%** (giungendo così a 2.195 euro) e a Potenza del **24%** (2.392 euro). Sul territorio si accresce la già forte differenziazione tra regioni settentrionali e Regioni meridionali: gli incrementi, nonché i prezzi medi di listino assoluti, risultano più elevati nel blocco delle province meridionali, e più contenuti nelle province settentrionali. Per esempio, un cinquantacinquenne alla guida di un'autovettura di piccola cilindrata a Napoli, pur se in classe bonus-malus di massimo sconto, paga una tariffa media di 1.237 euro, in aumento del **9%** rispetto allo scorso anno, a fronte di tariffe inferiori ai 400 euro che il medesimo assicurato pagherebbe a Trento, Bolzano o Aosta con aumenti che hanno raggiunto soltanto il **2,5%**, risultato quindi inferiori all'inflazione.



MOTOCICLI E CICLOMOTORI, POLIZZE PIÙ CARE PER TUTTI

Per quanto riguarda i mezzi a due ruote, i **motocicli** con cilindrata di 200 cc hanno subito un incremento dei prezzi nazionali medi di listino nell'ordine del **10,2%** per gli uomini e del **8,2%** per le donne quarantenni in classe bonus/malus di c.u. 4. I diciottenni con ciclomotori in classe bonus-malus d'ingresso hanno visto le tariffe medie nazionali per gli assicurati di sesso maschile sostanzialmente stabili (+1,2%), mentre quelle degli assicurati di sesso femminile hanno registrato un **+12,4%**. Sul territorio, le tariffe medie praticate alle diciottenni che guidano un ciclomotore assicurato in classe bonus-malus d'ingresso, aumentano del **19%** a Cagliari (738 euro) e del **18%** a Campobasso (398 euro). Anche il quarantenne di sesso maschile con motociclo di 200 cc in classe bonus-malus di c.u. 4 vede la propria tariffa media aumentare del **15%** a Napoli (1,033 euro) e del **14%** a Palermo (577euro).

LA REAZIONE DEI CONSUMATORI

Non si è fatta attendere la reazione dei consumatori a commento di questo quadro a tinte fosche. "Le rilevazioni dell'Ivass attestano che il settore della Rc auto in Italia è una vera e propria giungla", ha spiegato il presidente del **Codacons, Carlo Rienzi**. Secondo il rappresentante dell'associazione dei consumatori, "oltre a tali incrementi schizofrenici, gli automobilisti subiscono anche tariffe ben superiori rispetto alla media europea. Basti pensare - ricorda Rienzi - che nel nostro Paese il premio medio è più del doppio di quello di Francia e Portogallo, mentre supera quello tedesco dell'80% e quello olandese di quasi il 70%. Tariffe - ha concluso il presidente del Codacons - che rendono senza dubbio gli assicurati italiani i più tartassati d'Europa".

Beniamino Musto

**PER RICEVERE OGNI GIORNO "INSURANCE DAILY",
IL PRIMO QUOTIDIANO DEL SETTORE ASSICURATIVO, ISCRIVITI
GRATUITAMENTE AL SITO WWW.INSURANCETRADE.IT**



**Seguici anche su
Facebook alla
pagina di
Insurance Connect
e su Twitter
@insurancetrade**



INTERMEDIARI

Aon Italia acquista la società di brokeraggio Bscà & Bul

L'operazione rientra nella strategia del gruppo di rafforzamento territoriale in Lombardia



Aon Italia ha reso noto di aver portato a termine l'acquisto di **Bscà & Bul**, società lombarda di brokeraggio assicurativo. Il broker con sede a Brescia, nato nel 1999 dalla fusione tra Bs & Ca e broker's union Lombardia, è specializzato nei settori del tessile, della meccanica e nelle *financial institutions*, e ha chiuso il 2012 con un fatturato di oltre due milioni di euro e con totale lordo di premi intermediati di circa 13 milioni di euro.

Non è la prima acquisizione che Aon chiude in territorio lombardo. Prima di Bscà & Bul, il gruppo ha acquisito in Lombardia altre due società di brokeraggio, la Rva - Rasini Viganò nel 2010, e la B&A broker nel 2011. Le stime di Aon relativamente all'area della Lombardia orientale, con le sedi di Brescia e Bergamo diretta dall'area manager **Marcello Marcolini**, prevedono un incremento significativo dei ricavi netti e dei premi intermediati, che si porteranno rispettivamente a 6 milioni e a 63 milioni di euro.

Il gruppo intende perseguire una propria strategia di crescita per acquisizioni, funzionali al rafforzamento e all'espansione su aree precise. L'organizzazione di Aon sul territorio, infatti, si basa su aree dedicate in maniera specifica al territorio in cui si trovano, nell'intento di adattarsi alla complessità e alle diverse sfaccettature della realtà italiana.

"Siamo particolarmente lieti di aver concluso questa operazione che rafforza la nostra presenza sul territorio - sottolinea **Carlo Clavarino** executive deputy chairman Emea/UK - è motivo di orgoglio per noi sottolineare che, in questo particolare momento storico, nel pieno della più grossa crisi economico-finanziaria internazionale dal dopoguerra a oggi, Aon Italia ha ottenuto dalla corporation piena fiducia a investire in Italia". La fiducia che Aon ripone nella ripresa del Paese "è testimoniata anche dalla strategia di riorganizzazione intrapresa nel 2011", come afferma **Uberto Ventura**, ceo di Aon. Nell'ambito del potenziamento di risorse "è bene ricordare che Aon sta perseguendo dal 2011 un progressivo inserimento di giovani sotto i 30 anni - sottolinea Ventura - di cui 150 nell'ultimo biennio, con l'obiettivo entro il 2015 di arrivare a 300 unità, portando quindi al 24% la presenza dei giovani in azienda".

B.M.

COMPAGNIE

Generali, nasce la Global corporate & commercial unit

La nuova piattaforma dovrà integrare e sviluppare il business internazionale del Leone

Una nuova piattaforma che dovrà servire a integrare e sviluppare a livello internazionale il business del gruppo **Generali** nel danni e in tutti quei servizi assicurativi rivolti alle medie e grandi imprese. È il *Global corporate & commercial business unit*, il nuovo strumento attraverso il quale il Leone di Trieste adotterà un approccio globale nei servizi assicurativi alle aziende.

La nuova *unit* si muoverà su scala planetaria, operando attraverso un approccio integrato internazionale a livello di gruppo con un *management team* a livello centrale e dei team specializzati nei singoli Paesi.

Attraverso la Global corporate & commercial business unit, Generali ambisce a diventare un player mondiale di riferimento in questo segmento, incrementando la propria quota di mercato e la redditività.

L'idea alla base della Global corporate & commercial unit è quella di porre il cliente al centro della sua attività, in linea con l'obiettivo del gruppo di diventare un business guidato dai clienti, attraverso soluzioni assicurative basate sull'eccellenza dell'attività di sottoscrizione, sulla gestione dei sinistri e sul servizio ai clienti.

Per quanto riguarda la presenza geografica il focus iniziale sarà rivolto ad alcuni Paesi europei, in cui il gruppo è già molto attivo in questo segmento: Italia, Francia, Spagna e Regno Unito. Verrà poi sfruttato il posizionamento geografico di Generali nel resto d'Europa, in America Latina e nell'aria asiatica e del Pacifico, per servire i nuovi clienti del segmento *corporate & commercial* a livello locale.

L'incarico di guidare la Global corporate & commercial business unit è stato affidato a **Paolo Ribotta**, manager entrato nel Leone nel 2012 dopo avere avuto importanti esperienze nel settore, e rientra nell'attività delle *global business lines* guidate da **Paolo Vagnone**.

Beniamino Musto





RICERCHE

Il lavoro migliore al mondo è l'attuario, quello peggiore è il giornalista

Una ricerca riportata dal Wall street journal stila la classifica delle professioni di successo e di insuccesso

Esiste una massima molto famosa dedicata (non senza un velo di cattiveria) a chi lavora nel mondo dell'informazione: "Fare il giornalista? È sempre meglio che lavorare". Di sicuro ambire a fare il giornalista porta ad avere un'elevata probabilità di restare disoccupati. Al contrario, esiste una professione in cui la possibilità di avere lavoro è molto elevata: quella dell'attuario. È quanto è emerso da una ricerca condotta dal portale americano **Careercast.com** e pubblicata con un ampio rilievo sulle autorevoli pagine del *Wall Street Journal*. Secondo l'indagine, per chi è in cerca di occupazione, il giornalista è la peggior professione al mondo, assieme a quella del militare e del boscaiolo. Per avere la certezza di trovare lavoro una volta usciti dall'università, è necessario orientarsi su occupazioni dalla spiccata vocazione scientifica. E, in cima alla classifica delle professioni vincenti, c'è quella dell'attuario, seguita a ruota da quelle dell'ingegnere biomedico e di software.

La ricerca è stata effettuata incrociando i dati statistici del Ministero del Lavoro statunitense e di altre agenzie governative, attraverso la considerazione cinque fattori prevalenti: sforzo fisico, ambiente di lavoro, reddito, stress e prospettive di assunzione. Successivamente è stata stilata una lista di 200 impieghi, dal migliore al peggiore.

Passati dalla già pessima 196esima posizione a essere definitivamente ultimi in classifica, per i giornalisti pesano (in modo particolare per quelli della carta stampata) il peggioramento delle condizioni, con "prospettive lavorative diminuite, lo stipendio medio che continua a scendere mentre crescono le ore di impiego, rendendo nell'insieme il lavoro più stressante", come ha spiegato **Tony Lee**, editore del sito **Careercast.com**. Sul fronte opposto, ci sono invece i professionisti che si occupano delle esigenze finanziarie e di salute di una popolazione che invecchia sempre più velocemente, con nelle prime dieci posizioni audiologi, oculisti, igienisti dentali, consulenti finanziari e fisioterapisti.

B.M.

INTERMEDIARI

Plurimandato, la capacità di uscire dagli schemi



Perché noi uomini, intesi come esseri umani ma anche come intermediari, facciamo così fatica a uscire dagli schemi? Come mai ci stiamo rapidamente avviando al suicidio professionale? La nostra resistenza al cambiamento è così radicata nel nostro modo di essere e di pensare che stiamo rischiando di uscire totalmente dal panorama distributivo del mercato assicurativo. Sostengo questo perché ogni volta che vado in aula (in questo momento sto facendo un corso per conto dello Sna sulla relazione con le mandanti), faccio una grande fatica a raggiungere il "patto d'aula" proprio sulla resistenza o, meglio, sulla non resistenza al cambiamento. Mettersi in discussione o ragionare scervi da vincoli è la "mission impossible" del formatore, che fa dell'emozione e dell'empatia il patto d'aula.

Chi viene in aula fa fatica a staccarsi dall'incubo del guadagno, resiste fino alla morte alle oramai consolidate abitudini di subire il processo deciso dalle mandanti, ha gettato la spugna sul suo ruolo, che da consulenziale si è trasformato in distributivo.

Oggi, nella seconda giornata del corso, mi è stato chiesto come io vedessi l'opportunità di collaborazione A con A e come a mio avviso le compagnie di assicurazioni avessero recepito, sopportato o subito questo cambiamento epocale della distribuzione assicurativa. Ho dato una risposta in aula, la mia risposta, ma in questa sede preferisco stimolare la riflessione partendo dalla logica del plurimandato. O meglio dalle implicazioni relazionali ed economiche che il plurimandato produce a favore di una indubbia maggiore capacità di stare sul mercato (capacità sottoscrittiva) in relazione ai reali vantaggi rispetto alle maggiori spese e la minore forza contrattuale nei confronti della mandante.

Se gli intermediari sono o si considerano imprenditori, devono allora necessariamente agire da imprenditori attraverso una specifica pianificazione commerciale e una maggiore consapevolezza dei numeri che esprimono le loro realtà. Essere imprenditori vuol dire essere artefici e responsabili dei propri successi o insuccessi. Noi, voi intermediari vi meritate il meglio, dovete solo lottare per ottenerlo.

Leonardo Alberti,
trainer scuola di Palo Alto,
consulente di direzione strategica in ambito assicurativo,
docente vendite e management

Insurance Daily

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio alaggio@insuranceconnect.it

Editore e Redazione: Insurance Connect Srl, Via Montepulciano 21, 20124 Milano 02.36768000 redazione@insuranceconnect.it

Per inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.it

Supplemento al 24 aprile di www.insurancetrade.it

Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012