



PRIMO PIANO

Uscire dal solotto buono?

Le due principali compagnie italiane, Generali e Unipol, sono alle prese con la grana Rcs. Sono arrivate le prime adesioni all'aumento di capitale di Rcs, la cui prima tranche di 400 milioni di euro sarà varata entro luglio. Le due assicurazioni sono dentro al patto di sindacato della casa editrice del *Corsera*, in modi diversi: Unipol ha "ereditato" da Fonsai un pesante 5,25%, mentre Generali detiene il 3,7%. Analogamente per l'atteggiamento nei confronti della ricapitalizzazione: bisogna valutare l'investimento.

Da Trieste, da tempo, si sa che tutto dipende dal *dominus* Mario Greco, che stabilirà attraverso l'unico criterio valido: la convenienza per la compagnia. Il top manager del resto non considera le partecipazioni del Leone "strategiche". L'anno scorso, l'ex ceo Giovanni Perissinotto aveva detto che la compagnia sarebbe dovuta uscire dal patto di sindacato di Rcs. Si vedrà.

Anche la partecipazione di Unipol in Rcs sarà valutata solo "sulla base di una logica industriale", fanno sapere da via Stalingrado. Ma ora che le coop sono entrate nel *salotto buono*, perché uscirne tanto in fretta?

Fabrizio Aurilia

MERCATO & COMPAGNIE

Previdenza complementare, dal 2007 al 2012 corrono solo i Pip

Un incremento pari al 29,6% dei piani individuali non risolve però il grande problema culturale italiano: l'ossimoro di dover stimolare una domanda che dovrebbe essere spontanea

Informare con il linguaggio e gli strumenti giusti, perché la previdenza, da occasione mancata oggi, potrebbe trasformarsi in dramma sociale domani. Ogni volta che il mercato presenta i numeri sulla previdenza integrativa, tutti gli addetti ai lavori e i commentatori concordano nell'ammettere che bisogna fare di più. Eppure, soprattutto negli ultimissimi anni, le iniziative dei privati e delle associazioni si stanno moltiplicando. A partire dal progetto voluto dal professor Alberto Brambilla e da Itinerari Previdenziali, la Gnp, **Giornata nazionale della previdenza**, agli sforzi che alcune compagnie stanno facendo sul fronte dei prodotti e dell'informazione previdenziale. Tutte iniziative che stanno avendo alterna fortuna, ma che certamente testimoniano quanto il mercato percepisca l'urgenza. Il nodo non è tanto quello di intercettare il bisogno, quanto quello di incrementare una domanda che dovrebbe nascere spontanea. Ma non è semplice, soprattutto in questi anni di crisi, riuscire ad anteporre il bisogno previdenziale ad altre necessità più quotidiane.



CRESCONO I PIP, TRAINATI DALLE AGENZIE

Del resto, i numeri della previdenza complementare hanno mostrato variazioni significative solo dopo la riforma del Tfr, quindi in concomitanza con uno "shock legislativo". Da un'elaborazione di Prometeia su dati Covip, si evince che nel **2007**, anno di esordio della riforma, l'adesione alle forme di previdenza integrativa è aumentata esponenzialmente per poi restare sostanzialmente invariata fino al **2012**. *(continua a p.2)*

NEWS DA WWW.INSURANCETRADE.IT

Aidea, inaccettabili i rinvii nei pagamenti della Pa

"Ci vorrebbe una Equitalia che agisse contro le amministrazioni pubbliche con gli stessi strumenti usati per i privati". Questo il duro commento al decreto appena licenziato dal governo che sblocca parte dei pagamenti (circa 40 miliardi di euro) della PA verso le imprese, del presidente dell'Accademia degli economisti aziendali (Aidea) **Alessandro Carretta**. "Il decreto - ha precisato - va nella direzione giusta ma contiene ancora aspetti discutibili e da precisare meglio nelle norme attuative". Carretta ha giudicato "apprezzabile l'introduzione di sanzioni e penalizzazioni per le amministrazioni (e anche per singoli dirigenti) che non danno seguito alle procedure, così come la semplificazione e la detassazione della cessione dei crediti", ma "resta lo scetticismo sul fatto che la Pubblica Amministrazione sia in grado di rilevare i propri debiti entro il 30 giugno". Il presidente di Aidea, infine, ha giudicato "inaccettabili" i limiti e i rinvii della compensazione tra debiti e crediti.



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



(continua da p. 1) Gli unici strumenti che hanno continuato la loro corsa sono i **Pip**, che nel **periodo 2007-2012** sono cresciuti in media del **29,6%**. Nel 2012 i nuovi contratti emessi valevano un miliardo di euro: un buon risultato, ma parliamo di briciole rispetto al bacino potenziale. Contemporaneamente, però, a livello percentuale la variazione anno su anno della nuova produzione dei piani individuali mostra un incremento del **24,7%**. Confrontato con la nuova produzione vita individuale, negativa per l'8,8%, il dato è incoraggiante. Per quanto riguarda la distribuzione, è necessario notare come il canale privilegiato siano gli **agenti**, che l'anno scorso hanno distribuito il **43%** di nuovi Pip, in crescita al **27,2%**: segno che, lentamente, il lavoro di consulenza prima ancora che di vendita è molto apprezzato dai consumatori. Le **Poste**, che nella previdenza hanno uno dei punti di forza del loro portafoglio, sono cresciute in quello strumento addirittura del **121,3%**, conquistando una quota di mercato pari al **16,3%**. Meno degli agenti, ma con una sola gamma di prodotti. Se questi dati sembrano imponenti, quelli sull'attività finanziaria complessiva delle famiglie italiane ridimensionano purtroppo il giudizio. Le famiglie nel 2012 hanno avuto attivi per 3.720 miliardi, di questi solo il **2,7%** ha riguardato la previdenza complementare (**99,5 miliardi**).



PMI TRA TFR E CRISI ECONOMICA

Resta evidente e centrale il problema culturale. Nonostante quasi l'80% degli italiani si dica molto o abbastanza preoccupato per la propria situazione previdenziale, solo il 5% dell'intero campione accantona per la previdenza oltre il 16% di quanto guadagna in un anno, mentre il 22% non se ne interessa nemmeno. Per questi ultimi "la previdenza è una preoccupazione troppo lontana nel tempo". Risposte per certi versi aberranti e illogiche. Le altre criticità del sistema previdenziale riguardano il basso livello di adesione di giovani e donne; un'ampia platea di dipendenti pubblici che ancora non ha un fondo di riferimento; e le difficoltà delle Pmi nel trattamento del Tfr, perché per queste, il trattamento di fine rapporto dei dipendenti rappresenta una fonte importante di finanziamento. A chiudere la cornice il livello di alfabetizzazione previdenziale è praticamente nullo: quanti sanno cosa vuol dire caricamento, accantonamenti, rivalutazioni, pilastro previdenziale?



HELVETIA PROVA A FARE CULTURA

Alcuni di questi problemi appaiono estranei al perimetro d'azione delle compagnie e degli intermediari, ma altri li coinvolgono pienamente. Per esempio la creazione di una relazione innovativa, aumentando i momenti di contatto e di relazione, abbattendone però

i costi; utilizzare piattaforme digitali *mobile* e *pervasive*; attivare campagne di web marketing; ottimizzare le iniziative e le campagne commerciali in sintonia con la rete di agenzie. All'estero, anche in Paesi non anglosassoni, dove l'educazione alla previdenza integrativa è altissima, si stanno facendo fondamentali passi avanti. Le compagnie spagnole Mapfre e la Caixa hanno sviluppato siti tematici e divulgativi con tools, quiz, giochi e supporti di consulenza mirati. In Francia è diffusa la comparazione, con servizi di analisi dei piani e newsletter per gli utenti; inoltre esistono anche servizi gratuiti di consulenza online. Pfa, un operatore danese, ha sviluppato uno tra i più evoluti strumenti di calcolo e di consulenza attraverso applicazioni su *mobile* e tablet per supportare le scelte di risparmio, investimento e assicurazione, per chi deve fare la scelta pensionistica. Tra gli esempi di imprese che si stanno muovendo da tempo anche in Italia sul campo previdenziale, **Helvetia** è particolarmente attiva. A partire dai *Salotti Previdenziali*, momenti di incontro e informazione, organizzati nelle agenzie, fino a nuove forme di comunicazione per coinvolgere rete e potenziali clienti. La compagnia svizzera ha inoltre attivato dal 2009 un piano previdenziale a caricamento zero, *Helvetia Aequa*: una scommessa che finora ha fruttato 13 mila iscritti.

Fabrizio Aurilia



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

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



PRODOTTI

Da Axa Mps nuove garanzie per le Pmi

Il prodotto, chiamato Protezione business, unisce coperture per la persona e per il patrimonio

Ideato pensando ai settori quali agricoltura, commercio, industria, artigianato, liberi professionisti, servizi, turismo e ristorazione, **Axa Mps Protezione business** è un prodotto che riunisce le garanzie contro i possibili rischi delle diverse fasi della vita aziendale in un'unica soluzione di protezione per la persona e per il patrimonio dell'impresa. Il collocamento di questo nuovo prodotto multi-garanzia, dedicato all'universo delle piccole e medie imprese, è partito lo scorso 8 aprile.

Le garanzie sono proposte al cliente in relazione alla categoria di business di appartenenza e con l'aiuto di un *tool* di consulenza. A seconda di eventuali nuove esigenze, possono essere personalizzate, modificate, o integrate anche in corso di contratto.

Due linee per una sicurezza completa

La linea persona permette di assicurare il titolare o i suoi dipendenti fino a un massimo di cinque assicurati, attraverso alcune garanzie principali che sono *morte* e *invalidità*, *permanente da infortunio*, *diaria da ricovero*, *interventi chirurgici*, *assistenza travel*.

La linea patrimonio copre un massimo di cinque beni per polizza, offrendo le garanzie: *Rc property*, *Rc verso i prestatori di lavoro e dell'attività*, *tutela legale*, *incendio fabbricato e contenuto*, *furto e rapina*, *elettronica e guasti macchine*, *energie rinnovabili*.

“Protezione business - spiega **Gianluca Zanini**, responsabile della direzione danni di Axa Mps - è una soluzione innovativa per il mercato bancassicurativo italiano, ideata per rispondere in maniera semplice, completa e flessibile al bisogno di protezione dai rischi specifici dei principali segmenti economici”. Zanini sottolinea come “questa soluzione costituisce un tassello fondamentale e coerente nel percorso intrapreso insieme al gruppo Montepaschi per fare della banca un luogo di protezione e - conclude - testimonia il nostro impegno per una protezione consapevole e completa, tagliata sulle specifiche esigenze di professionisti e piccole e medie imprese”.

Beniamino Musto

MERCATO

Cresce l'assicurazione per le operazioni di M&A

Anche le polizze warranty & indemnity aumentano nelle infrastrutture

La domanda per coperture assicurative per i rischi connessi alle operazioni di M&A è cresciuta del **41%**, nel 2012. Lo rileva il report di **Marsh**, *M&A Transactional Risk Solutions: 2012 Global Review*, testimoniando l'incremento di aziende che ricorrono al mercato assicurativo per tutelare operazioni finanziarie particolarmente rilevanti, acquisizioni internazionali e cessioni.

Secondo lo studio, pubblicato dalla *practice Private Equity e Merger & Acquisition*, Marsh ha assistito, nel 2012, clienti e *prospect* in più di 360 deal, strutturando e intermediando polizze per un valore complessivo (in termini di limiti di indennizzo) di **2,2 miliardi di dollari** in Europa, Medio Oriente e Africa, a fronte di 1,7 miliardi nel 2011; 423 milioni di dollari in Asia Pacifico (387 milioni nel 2011) e 1,4 miliardi di dollari nelle Americhe (768 milioni nel 2011), dove si è verificato l'aumento più marcato, con l'86% in più di coperture assicurative per rischi transazionali. Popolarità crescente per le polizze *warranty & indemnity* (W&I) nel settore delle infrastrutture.

Laura Servidio



RICERCHE

Aci-Censis, cala in Italia l'uso dell'auto

Bene anche il favore verso le Ztl e le “domeniche a piedi”

Rispettiamo l'ambiente e cerchiamo di inquinare il meno possibile. È la fotografia degli italiani scattata dall'*Osservatorio dei Servizi Linear* (la compagnia del gruppo **Unipol** specializzata nella vendita di polizze auto online) e confermata dai dati **Aci-Censis**, secondo cui, nel 2012, gli italiani hanno utilizzato l'auto mediamente per 4,4 giorni a settimana contro un valore di 4,6 del 2011.

La ricetta anti inquinamento più gradita agli italiani è la diminuzione dell'uso quotidiano dell'auto (favorevole il 42% degli intervistati) e i più sensibili ad una mobilità sostenibile sono i giovani tra i 18-24 anni (52%) e i residenti del centro Italia (49%).

Favorevoli anche alla **Ztl** (il 66%) - con il consenso più ampio nella fascia d'età 45-55 (70%) e tra i cittadini del centro Italia (76%) - e alle domeniche a piedi (il 66%), più gradite dai giovani 18-24 (76%) e dai residenti nel sud Italia (76%). Bocciate, invece, le targhe alterne: il rimedio non convince il 44%.

L.S.

INNOVAZIONE IN ASSICURAZIONE: DA CHIMERA A REALTÀ

Strategie, modello organizzativo multicanale, prodotti e servizi per intermediari e clienti.
Ecco come cambia il settore assicurativo.

Milano, 11 aprile 2013 - StarHotel Business Palace, Via Gaggia 3

PROGRAMMA:

Chairman Maria Rosa Alaggio

- 9.00 ■ Registrazione
- 9.30 – 10.00 ◆ Intervento introduttivo.
Crisi economica, ricerca di redditività e strategie di marketing
Giuseppe Turchetti, professore ordinario alla Scuola superiore Sant'Anna di Pisa
- 10.00 – 10.30 ◆ **Compagnia digitale: l'evoluzione dei sistemi informativi e dei modelli organizzativi**
Vito Rocca, chief executive officer RGI
- 10.30 – 11.00 ◆ **L'esperienza di Zurich Italia**
Andrea Rapetti, chief marketing officer Zurich Italia
- 11.00 – 11.30 ■ Coffee break
- 11.30 – 12.00 ◆ **Specializzazione e semplicità: l'esperienza di DUAL Italia**
Maurizio Ghilosso, amministratore delegato Dual Italia
- 12.00 – 12.30 ◆ **La Rete che apprende: ripensare i rapporti con i partner distributivi**
Ruggero Frecchiami, direttore generale Assimoco
- 12.30 – 13.00 ◆ **Mercato & innovazione: Cosa chiedono gli intermediari in termini di innovazione?**
Jean Francois Mossino, presidente Gruppo Agenti Sai
Francesco Saporito, presidente Gruppo Agenti Unipol
- 13.00 – 14.00 ■ Lunch

- 14.00 – 14.30
◆ Presentazione della ricerca
Social network: l'utilizzo da parte di compagnie e intermediari
Andrea Punzi, business analyst Macros Consulting & Medi (Monitoring European Distribution of Insurance)
- 14.30 – 15.00
◆ **Il punto di vista degli agenti**
14.30 – 14.45 *Michele Languino, responsabile area legale Sna*
14.45 – 15.00 *Vincenzo Cirasola, presidente Anapa*
- 15.00 – 15.30
◆ **Decreto crescita 2.0: le collaborazioni tra intermediari e nuove modalità di erogazione dei servizi assicurativi**
Fabrizio Callarà, amministratore delegato AEC Wholesale Group
- 15.30 – 16.00
◆ **Area riservata: con GATE 179 Previnet trasforma gli obblighi in opportunità**
Sonia Grieco, marketing manager Previnet S.p.A.

SESSIONE PARALLELA

- Rc auto. Dalla normativa all'innovazione dei contratti.**
La nuova assicurazione digitale, al servizio delle imprese, dei clienti e del contrasto alle frodi
Apertura di Maria Rosa Alaggio
- 14.00 – 16.00
◆ **Analisi dello scenario legislativo, impatti sul settore e nuove opportunità**
Maurizio Hazan, studio legale Taurini e Hazan
- ◆ **Tavola rotonda – Il mercato Rc auto tra frodi e ricerca di redditività**
*Partecipano: Andrea Lorenzoni, Chief claims officer Zurich Italia; Paolo Rozzi, responsabile direzione sinistri Groupama Assicurazioni; Gianluca Gramigna, responsabile Aree speciali Sara Assicurazioni; Ferdinando Scoa, responsabile servizio sinistri Assimoco; Costantino Moretti, direttore sinistri e underwriting Con.Te; Unipol * Modera: Federica Orsini, senior manager Prometeia*
- ◆ **Tecnologia e nuove applicazioni per il business auto**
Roberto Muriana, presidente del gruppo I.Car-Identicar
Michele Bacci, responsabile IT del sistema Identitag

- 16.00 – 17.30 ◆ **TAVOLA ROTONDA: Innovazione in assicurazione: dal prodotto alla strategia di sviluppo**
Partecipano: Stefano Cecchini, responsabile marketing Groupama; Marco Brachini, direttore marketing Sara Assicurazioni; Marco Mazucco, direttore commerciale Reale Mutua; Andrea Fugatti, responsabile rete affiliata e servizio rete Tua Assicurazioni; Filippo Sirotti, amministratore delegato Quixa; Claudia Ghinfranti, responsabile marketing strategico Gruppo Generali

17.30 ■ Chiusura lavori

(*) invitato a partecipare

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 10 aprile di www.insurancetrade.it

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