

PRIMO PIANO

Allianz, sale ancora l'utile

Ancora un anno con numeri in crescita per il gruppo Allianz. Il 2023 è stato chiuso con un rialzo del 5,5% del volume d'affari totale, che sale così a 161,7 miliardi di euro. Il business è stato trainato dal segmento P&C, grazie agli effetti positivi sui prezzi e sui volumi, e sostenuto dal life&health, soprattutto per la forte crescita negli Stati Uniti. Tutto ciò, tuttavia, "è stato in parte controbilanciato dal calo dei ricavi nel segmento di attività di asset management", spiega una nota del gruppo Allianz.

L'utile operativo è aumentato del 6,7%, portandosi a 14,7 miliardi di euro (erano 13,8 a fine 2022), l'utile netto core degli azionisti è cresciuto a 9,1 miliardi di euro (rispetto ai 7 miliardi del 2022), e quello netto attribuibile agli azionisti è salito del 33% a 8,5 miliardi di euro.

"Allianz – ha commentato il group ceo Oliver Bäte – ha ampliato il nostro track record di profitti operativi e utili netti core da record, consolidando la nostra posizione di leadership come uno degli assicuratori globali e uno degli asset manager più resilienti al mondo".

Il board ha deciso di aumentare il dividend payout ratio dal 50% al 60%, e ha proposto un dividendo di 13,80 euro per azione per il 2023, con un aumento del 21,1% rispetto al 2022.

Beniamino Musto

MERCATO

Retail Investment Strategy, a che punto siamo?

Il pacchetto di misure della Commissione Europea al centro di un convegno che si è svolto ieri all'università La Sapienza di Roma. Gli aspetti principali e le questioni più controverse della disciplina nell'intervento di apertura di Stefano De Polis, segretario generale dell'Ivass: riflettori puntati su incentivi e Value for Money

Difficilmente la Retail Investment Strategy (Ris) potrà vedere la luce nella legislatura europea che scadrà con le elezioni in programma fra il 6 e il 9 giugno 2024 in tutto il continente. Troppo stretti i tempi per arrivare a una clamorosa approvazione del testo. E troppe le questioni rimaste aperte nella proposta varata dalla Commissione Europea con l'obiettivo di favorire e incentivare il coinvolgimento dei risparmiatori nel mercato dei capitali. Il confronto sul pacchetto di misure, attualmente in corso al Consiglio e al Parlamento Europeo, proseguirà dunque anche nei prossimi mesi, consentendo agli operatori del settore di approfondire e analizzare ulteriormente gli aspetti principali della disciplina. Proprio quello che si è proposto di fare il convegno *La EU Retail Investment Strategy – Profili di diritto del mercato assicurativo*, che si è svolto ieri presso l'università La Sapienza di Roma.

L'evento si è aperto con un approfondito intervento di **Stefano De Polis**, segretario generale dell'Ivass, sulle novità principali della disciplina e sulle questioni più controverse della proposta firmata dalla Commissione Europea. "La Retail Investment Strategy ha la finalità di incoraggiare gli investitori al dettaglio a partecipare più attivamente e a trarre pieno vantaggio dai mercati dei capitali", ha esordito De Polis. "La mancanza di fiducia – ha proseguito – è uno dei motivi che contribuiscono a ridurre i livelli di partecipazione degli investitori al dettaglio al mercato dei capitali". E la Ris si propone proprio di colmare questo gap.

LA PROPOSTA LEGISLATIVA

Per farlo, com'è noto, la disciplina arriva a toccare vari aspetti dell'ordinamento vigente in materia di investimenti. Il pacchetto della Commissione Europea si compone infatti di una direttiva omnibus che modifica le direttive *Idd* e *Mifid*, nonché in misura minore anche *Uctis*, *Aimfid* e *Solvency II*, e di una proposta di modifica al regolamento sui *Priips* per quanto riguarda il *Kid*. Così facendo, ha illustrato De Polis, l'esecutivo comunitario si propone di incentivare la partecipazione al mercato dei capitali di cittadini europei che "sono buoni risparmiatori ma poco inclini ad investire". Il tasso di coinvolgimento resta basso, soprattutto "se comparato ai livelli degli Stati Uniti: nell'Unione Europea solo il 17% del patrimonio familiare è investito in strumenti finanziari, mentre negli Stati Uniti tale percentuale sale al 43%". Pesano la mancanza di una diffusa alfabetizzazione finanziaria, "i bassi livelli di fiducia degli investitori retail nei confronti dei loro consulenti" e, ha aggiunto, la percezione che "i prodotti di investimento disponibili per gli investitori al dettaglio tendono a essere costosi, specie i più complessi, rispetto al rendimento netto atteso". (continua a pag. 2)



Stefano De Polis, segretario generale dell'Ivass

(continua da pag. 1)

A tutto ciò, ha proseguito De Polis, si somma infine la necessità di “assicurare lo stesso livello di protezione all’investitore retail a prescindere dal canale di investimento a cui ci si rivolge e dalla tipologia di prodotto acquistato, finanziario o assicurativo”.

MISURE CONTRO LE BARRIERE DI INGRESSO

Sono tante le barriere che ostacolano la capacità degli investitori al dettaglio di sfruttare pienamente i mercati dei capitali: la difficoltà di accedere a informazioni complete e comprensibili sui prodotti di investimento, l’influenza di pratiche digitali di marketing non realistiche o addirittura ingannevoli, le scarse informazioni sugli incentivi riconosciuti ai distributori dei prodotti e, infine, l’assenza di un buon rapporto costi/benefici di alcuni prodotti di investimento caratterizzati da costi che De Polis ha definito “ingiustificatamente elevati”.

Ecco allora una serie di misure che, nelle intenzioni della Commissione Europea, potrebbero contribuire a sanare le criticità rilevate: il rafforzamento delle norme sulla governance dei prodotti con l’obiettivo di garantire il Value for Money (VfM) per i sottoscrittori, la revisione delle norme su conflitti di interesse e incentivi, il rafforzamento dei requisiti per la valutazione di adeguatezza e appropriatezza, la modernizzazione delle regole di informativa pre-contrattuale e di quelle sulle comunicazioni di marketing, l’introduzione di norme di vigilanza rafforzata sui prodotti, specie per l’attività cross-border, la promozione dell’educazione finanziaria, l’innalzamento degli standard professionali degli intermediari.

LA PARTITA DEGLI INCENTIVI

De Polis, nel corso del suo intervento, ha passato in rassegna tutti gli aspetti principali della disciplina e si è soffermato a lungo sulle questioni più controverse e dibattute della proposta firmata dalla Commissione Europea. Come nel caso del conflitto di interesse e degli incentivi riconosciuti ai distributori, argomento su cui negli ultimi mesi si erano spesso levate le voci critiche di professionisti del settore e associazioni di categoria. “La Commissione ha rinunciato a proporre un divieto totale degli incentivi e ha optato per un approccio graduale”, ha affermato De Polis.

La disciplina prevede attualmente una serie di restrizioni e salvaguardie in merito a incentivi e consulenza, con la proposta di un divieto parziale di percepire incentivi per la vendita di prodotti di investimento assicurativo senza consulenza o con consulenza su base indipendente. De Polis ha evidenziato che la proposta, in caso di vendite in regime di consulenza, prevede “regole più stringenti per garantire che la stessa (la consulenza, ndr) venga effettivamente resa nell’interesse dell’investitore, eliminando le distorsioni che nella fase di raccomandazione del prodotto potrebbero derivare dalla percezione di incentivi”. I principi alla base dei test di ammissibilità degli incentivi attualmente previsti da Mifid e Idd sono sostituiti dal nuovo test del best interest del cliente. L’investitore dovrà infine essere sempre informato circa l’esistenza, la natura e l’importo dell’incentivo pagato o percepito dal distributore.

BENCHMARK, NON CAP SUI PREZZI

Le maggiori controversie riguardano tuttavia il VfM. “È diffusa la convinzione che una parte dei prodotti collocati sul mercato fornisca un valore scarso, se non nullo, al cliente al dettaglio, principalmente a causa dei costi elevati”, ha detto De Polis. “Come riportato nel report di **Eiopa** del 2023 sui costi e sulle prestazioni passate dei prodotti di investimento assicurativo – ha aggiunto – un investitore che avesse comprato un prodotto unit-linked nel 2018 avrebbe ottenuto in media un rendimento annualizzato al netto dei costi pari allo 0,1%”.

Il dibattito riguarda principalmente la definizione di benchmark per i prodotti unit-linked e ibridi. La proposta, ha illustrato, “prevede che i produttori e i distributori valutino i costi e le prestazioni di un prodotto confrontandoli con un benchmark di prodotti simili, sviluppato dall’Eiopa sulla base di dati di vigilanza”. L’obiettivo, in buona sostanza, è definire uno standard di mercato per rilevare eventuali outliers, ossia anomalie, dell’offerta. Peccato però che molti temano che la misura alla lunga possa tradursi in una sorta di cap sui prezzi. “Va evitato”, ha tagliato corto De Polis nelle battute conclusive del suo intervento. “La normativa deve favorire il buon funzionamento del mercato e della concorrenza – ha concluso – puntando su chiarezza, trasparenza e confrontabilità dell’offerta”.



© Sora Shimazaki - Pexels

RICERCHE

Welfare aziendale, interesse in aumento

Stando all'ultimo rapporto di Censis ed Eudaimon, oggi l'81,8% degli occupati italiani dichiara di conoscere il fenomeno, il 32,7% in modo preciso. I lavoratori, in particolare i giovani, tengono sempre più conto della qualità della vita nella scelta dell'impiego, e le aziende tendono le orecchie: tra le strategie più comuni già avviate ci sono l'introduzione di benefit, una maggiore flessibilità oraria e retribuzioni più alte

I lavoratori in Italia sono sempre di più, e tra loro aumenta la conoscenza e l'apprezzamento degli strumenti utili al benessere lavorativo. È quanto emerge dal settimo rapporto di **Censis** ed **Eudaimon** sul welfare aziendale, presentato il 21 febbraio a Roma. Il documento si inserisce in una fase storica del mercato del lavoro italiano contraddistinta da un paradosso inedito: il record di occupati, un trend di creazione di lavori più stabili e una maggiore presenza di donne nel panorama lavorativo convivono con una diffusa disaffezione al lavoro. Nel 2022, infatti, gli occupati hanno raggiunto quota 23,1 milioni di persone (dato più alto di sempre), e il tasso di occupazione è salito al 60,1% (dal 56,1% del 2012). La crescente inflazione di questi ultimi anni, però, ha eroso i salari (che sono rimasti fermi), innescando un vero e proprio cambiamento culturale: oggi i lavoratori nella scelta dell'impiego sono più attenti alla qualità della vita, spingendo le aziende a offrire, oltre a retribuzioni e carriere allettanti, anche ulteriori benefici.

Più donne ma permangono disparità di genere

Di tutti gli occupati in Italia al 2022, le donne sono il 42,2% (erano il 41,7 dieci anni prima). Si è leggermente ridotto il gap nel tasso di occupazione uomini - donne, così come in generale si è ridotta la presenza dei 15-34enni (-6,5%) e dei 35-49enni (-14,7%), mentre è decollata quella dei 50-64enni (+40,7%) e degli over 64 (+66,2%). In crescita anche il lavoro stabile: nel confronto tra il terzo trimestre del 2019 e quello del 2023 si registrano +595mila dipendenti, con +738mila permanenti e -143mila a termine. Sarebbe a dire: +5% di permanenti e -4,5% di dipendenti a termine.

Permangono invece notevoli differenze nel tasso di occupazione in relazione al genere con la presenza di figli a carico.

Secondo il Censis, l'arrivo dei figli rilancia il modello tradizionale di famiglia con la vecchia divisione dei compiti: il tasso di occupazione degli uomini con figli è dell'89,3%, quello degli uomini senza figli del

76,7%, mentre per le donne senza figli è pari al 66,3% (contro all'86,7% in Germania, all'81,8% in Francia, al 75,6% in Spagna) e per quelle con figli al 58,6% (lontano dal 75,4% della Germania, dal 76,7% della Francia e dal 70,4% della Spagna). Le dimissioni e risoluzioni consensuali di lavoratori genitori, inoltre, erano 40mila nel 2017 e sono salite a oltre 61mila nel 2022 (di queste, le madri sono state 44,7mila). Il 41,7% delle madri, contro il 2,8% dei padri, si è dimesso per difficoltà a conciliare il lavoro con la cura dei figli a causa della carenza dei servizi di cura. Il 21,9% delle madri e il 4,3% dei padri sempre per le medesime difficoltà, ma per ragioni legate all'azienda in cui lavorano.

In corsa da un lavoro a un altro

Le dimissioni dal lavoro registrano una diminuzione del 5,8% nel quarto trimestre 2022 e una diminuzione del 3,4%, 2,9% e 1,8% nei primi tre trimestri del 2023. Ciò significa che l'onda alta delle dimissioni, con +33,6% tra 2020 e 2021 e +14% tra 2021 e 2022, sta rapidamente scendendo. I dati **Inps** segnalano che su 2,1 milioni di cessazioni di lavoro dipendente privato (esclusi gli operai agricoli e i lavoratori domestici) per dimissioni, 1,2 milioni erano relative a rapporti di lavoro a tempo indeterminato (+26% rispetto al 2019). E il tasso di ricollocazione a tre mesi dei dimessi volontari con meno di 60 anni è stato pari al 67%, più alto rispetto agli anni precedenti. È dunque in atto una corsa da un lavoro all'altro, piuttosto che una fuga dal lavoro.

La crescente disaffezione al lavoro degli italiani ha cause lontane. Tra le ragioni profonde ci sono retribuzioni inadeguate, mansioni sbilanciate rispetto a titoli di studio o competenze e paura di perdere il lavoro a causa delle nuove tecnologie. Per il 62% degli occupati la retribuzione da lavoro non consente di realizzare le proprie ambizioni. C'è poi anche una frustrazione latente trasversale ai lavoratori, visto che il 43,3% ritiene di svolgere un lavoro inadeguato al titolo di studio e/o alle competenze. Inoltre, il 29,7% dei lavoratori ritiene di rischiare il licenziamento perché il proprio lavoro in futuro potrà essere svolto dalle nuove tecnologie, con l'intelligenza artificiale in testa.

Maggiore attenzione al welfare aziendale

La priorità evidente degli italiani è lavorare meno. Il 67,7% degli occupati in futuro vorrebbe ridurre il tempo dedicato al lavoro: lo vorrebbe fare il 65,5% dei giovani, il 66,9% degli adulti e il 69,6% degli over 50. (continua a pag. 4)



(continua da pag. 3) E il 68,4% dei dirigenti, il 71,2% degli impiegati e il 68,4% degli operai. Già oggi il 30,5% degli occupati (il 34,7% tra i giovani) dichiara di impegnarsi nel lavoro lo stretto necessario, rifiutando gli straordinari, non accettando chiamate o mail fuori dall'orario di lavoro ed eseguendo solo quel che gli compete per mansione. A tutto questo si collega una maggiore presa di coscienza della necessità di avere un welfare aziendale solido.

Oggi l'81,8% degli occupati dichiara di sapere cosa sia il welfare aziendale, in particolare il 32,7% in modo preciso e il 49,1% per grandi linee, mentre solo il 18,2% dichiara di non sapere cosa sia. Se si pensa che nel vicino 2018 solo il 19,6% conosceva bene questo strumento e il 39,8% non lo conosceva per niente, si comprende meglio la portata di questo cambiamento. Più nello specifico, il welfare aziendale è conosciuto dall'89,2% dei dirigenti, l'88,1% degli impiegati e il 62,7% degli operai. Questa crescente consapevolezza arriva in realtà da lontano: dal 2016 per la precisione, quando la legge di Stabilità lo ha trasformato in uno degli strumenti più efficaci per integrare i redditi dei lavoratori, da troppo tempo praticamente fermi.

Quali cambiamenti ci aspettano

Le sfide sono quelle di un mercato del lavoro sempre più competitivo, ma con sempre meno mezzi per giocare la partita dell'attraction e della retention. I bisogni sono quelli di maggior ascolto, riconoscimento e attenzione al benessere dei dipendenti. Tra quelli che beneficiano del welfare aziendale, l'84,3% lo vorrebbe potenziato, mentre l'83,8% di coloro che non ne beneficiano lo vorrebbe introdotto nella propria azienda. L'apprezzamento è così elevato che il 79,5% degli occupati vedrebbe con favore un aumento retributivo sotto forma di una o più prestazioni di welfare. I lavoratori, però, guardano anche alla sua evoluzione e l'89,2% ne vorrebbe una personalizzazione, con offerte modulate sulle singole esigenze.

Il 72,4% apprezzerrebbe l'introduzione di un consulente per il welfare che li supportasse nell'affrontare eventuali problemi con sanità, previdenza e scuola dei figli. Un altro desiderio riguarda la semplificazione: il 79,3% vorrebbe che i servizi di welfare fossero gestibili tramite app su smartphone. Le aziende si dimostrano attente a queste rivendicazioni: il 95% di loro ritiene che occorrerà adattarsi al più alto valore attribuito dai lavoratori al tempo libero, l'82% ha attivato strategie ad hoc per trattenerli e il 66% per attrarli. Tra le iniziative più comuni avviate ci sono migliori retribuzioni, una maggiore flessibilità oraria e l'erogazione di nuovi benefit.

M.S.

COMPAGNIE

Axa, utile netto in aumento del 45%

La performance si attesta a 7,2 miliardi di euro: la proposta di dividendo è fissata a 1,98 euro per azione

Il gruppo **Axa** centra tutti i principali target finanziari del piano industriale *Driving Progress 2023*. La compagnia ha comunicato ieri, con una nota stampa, di aver totalizzato un utile netto di 7,2 miliardi di euro, mettendo a segno un balzo del 45% su base annua. Il risultato operativo si attesta invece a 7,6 miliardi di euro, in rialzo del 6% sul 2022 e in linea con gli obiettivi fissati dalla società. L'indice di solvibilità raggiunge quota 227%, in miglioramento di 12 punti rispetto al dato di fine 2022.

I premi lordi e le altre entrate sono ammontati complessivamente a 102,7 miliardi di euro, in crescita del 3% rispetto all'esercizio precedente. Alla base della performance c'è soprattutto il +7% fatto segnare dal ramo danni, in grado di compensare il -2% del business vita e salute e il calo analogo registrato dal segmento dell'asset management.

"Axa ha registrato ottimi risultati nel 2023, rispecchiando la realizzazione costante della sua strategia", ha commentato **Thomas Buberl**, ceo di Axa. "Questo segna anche il completamento del nostro piano: il gruppo ha raggiunto tutti i suoi principali obiettivi finanziari, con un risultato operativo per azione in crescita del 9%, una rimessa cumulativa di cassa di 16,4 miliardi di euro e un return on equity del 14,9%, mantenendo al contempo - ha aggiunto - un solido indice di Solvency II al 227%".

Alla luce dei risultati raggiunti, la società ha comunicato che il board proporrà all'assemblea un dividendo di 1,98 euro per azione, in rialzo del 16% rispetto all'esercizio precedente. La compagnia ha inoltre annunciato il lancio di un programma di buyback dal valore massimo di 1,6 miliardi di euro, comprensivo dell'operazione da 500 milioni di euro che era stata annunciata lo scorso dicembre.

G.C.

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