



PRIMO PIANO

Se il btp conviene ai tedeschi

L'Eiopa, l'autorità europea di vigilanza delle assicurazioni e delle pensioni, ha lanciato lunedì l'allarme sui tassi di interesse troppo bassi dei titoli di Stato degli europei del Nord. Insomma lo spread si sta ritorcendo contro i tedeschi e gli scandinavi? Sul lungo periodo, paradossalmente, sì. Soprattutto per il settore assicurativo. Da qui a sostenere che è una fortuna, soprattutto per i cittadini italiani, la rinnovata corsa al rialzo dei tassi dei Btp, ce ne passa. Il problema però esiste, in primis per quelle compagnie europee che hanno in portafoglio marea di titoli dei Paesi virtuosi: i tassi sono talmente bassi che il solvency ratio delle imprese rischia di essere negativo rapportato alle garanzie sulle polizze vita o sulla gestione tecnica del ramo danni. La solita questione: incassare meno di quello che si è promesso di pagare. L'Eiopa, che continua ad avere sul tavolo la normativa Solvency II, suggerisce quindi alle compagnie da un lato di applicare ai nuovi contratti vita tassi flessibili e garanzie modulabili, e dall'altro di rafforzare le riserve tecniche. Il costo del capitale resta al centro delle preoccupazioni degli assicuratori.

Fabrizio Aurilia

MERCATO

Le potenzialità del private insurance in Italia

Le famiglie italiane con patrimonio finanziario elevato sono un target interessante per la proposta di prodotti di investimento preferibilmente misurati alle singole esigenze di protezione

Il mercato *private* in Italia è piuttosto concentrato. Secondo le ultime stime **Prometeia - Aibp** il 6% delle famiglie deteneva al 2012 il 34% della ricchezza finanziaria, con un patrimonio medio di poco inferiore agli 800 mila euro per famiglia che si è accresciuto nel corso dell'anno grazie principalmente alla positiva rivalutazione degli asset in un contesto di riduzione dei flussi. Quest'ultima dovrebbe aver caratterizzato in particolare le soglie di patrimonio più elevate che, a causa della debolezza del contesto economico, hanno canalizzato una parte crescente dei risparmi verso l'azienda di proprietà anziché accumulare ricchezza finanziaria.

A livello territoriale, oltre la metà delle famiglie private si colloca nelle regioni settentrionali, mentre rimane più ridotta la quota al Sud. Nel 2012 sono state in media le regioni del Nord a registrare la crescita più sostenuta della ricchezza finanziaria che dovrebbe continuare a incidere per oltre il 50% del patrimonio complessivo.

Con il termine *private insurance* si intende il complesso dei servizi assicurativi offerti alla clientela con elevate disponibilità economiche. Tali servizi non si limitano soltanto all'offerta di prodotti vita, quale veicolo di efficientamento fiscale e di gestione del patrimonio, ma a un più ampio insieme di soluzioni altamente personalizzate finalizzate alla gestione globale dei rischi, in un'ottica di pianificazione a medio lungo termine.

UNO STRUMENTO DI PROTEZIONE FLESSIBILE

Nonostante la sensibilità verso la gestione del rischio relativa agli aspetti della vita familiare e la propensione verso soluzioni di protezione nelle aree della salute e più in generale del mantenimento dello *standard of living* siano in aumento, in Italia le scelte autoassicurative continuano ad essere privilegiate. Lo sviluppo della *private insurance* è stato guidato quasi esclusivamente da esigenze di flessibilità delle famiglie in ambito successorio e fiscale che hanno trovato nei prodotti vita la soluzione ottimale. Sul fronte danni invece la domanda si è principalmente orientata su coperture specifiche legate alle peculiarità del patrimonio dei private.

Il peso dei prodotti assicurativi sul totale degli asset risulta superiore per le famiglie private rispetto alla media delle famiglie italiane (19% vs 22%) con una diffusione anche maggiore nei portafogli delle famiglie con patrimonio complessivo più contenuto (fino a cinque milioni). Tuttavia, si tratta per lo più di polizze *unit linked*, che hanno registrato una significativa accelerazione nel corso dell'anno anche grazie alla decisa attivazione da parte di alcuni operatori del mercato, e polizze tradizionali che risultano la componente prevalente e privilegiata, specie in questa particolare fase congiunturale, per la propria capacità di proteggere il capitale offrendo una garanzia di rendimento. (continua a p.2)



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



(continua da p. 1) **MAGGIORI OPPORTUNITÀ DI INVESTIMENTO...**

Strutturalmente l'offerta vita dedicata ai private non differisce in maniera sostanziale dai prodotti pensati per il segmento mass market/affluent. Al di là delle soluzioni tailor made, riservate a profili **Hnwi** (High net worth individual) con premi di ingresso solitamente superiori a due milioni e sviluppate soprattutto da compagnie di diritto estero (irlandesi o lussemburghesi), i prodotti differiscono quasi esclusivamente per un investimento iniziale maggiore e di conseguenza costi inferiori rispetto alla media di mercato; inoltre per le unit linked può accadere che venga messa a disposizione del cliente una più ampia gamma di fondi, anche *extra captive*, fra cui scegliere.

Ciò che differenzia maggiormente l'offerta vita sono le componenti di servizio collegate al prodotto, prima fra tutte un'attività di consulenza personalizzata grazie all'utilizzo di figure altamente specializzate che intervengono nell'ottimizzazione dell'asset allocation e nell'individuazione di specifiche soluzioni di investimento. Sotto questo aspetto, sono sempre di più gli operatori che intendono avere

successo e incrementare la loro quota di mercato sul segmento si dotano di supporti in grado di associare alla possibilità di investire in titoli, azioni e obbligazioni, fondi oppure in asset alternativi altrimenti non accessibili dall'Italia come gli hedge fund, una componente di indirizzo e di monitoraggio dell'investimento basato su solide metodologie di analisi e di *wealth risk management*. L'analisi del rischio di mercato, di credito e di liquidità dei singoli strumenti finanziari inseriti nella polizza e la loro coerenza, a livello di portafoglio complessivo, con gli obiettivi d'investimento del cliente private, sono un elemento sostanziale e distintivo dell'offerta in un contesto caratterizzato da opportunità d'investimento difficilmente qualificabili se non con una sofisticata e solida analisi quantitativa.

...MA PROTEZIONE SPESSO INADEGUATA

Sul fronte della vera protezione assicurativa (sia vita che danni) l'offerta risulta invece ancora piuttosto indifferenziata. Un'indagine campionaria realizzata nel 2012 da Aipb e Prometeia su famiglie con un patrimonio finanziario superiore a 500 mila euro ha confermato che una delle principali motivazioni al mancato acquisto di polizze di protezione per la famiglia e il patrimonio risiede nella percezione di sostanziale inadeguatezza delle soluzioni assicurative che sono state loro prospettate.

Su questo fronte il potenziale di mercato è elevatissimo e la sfida è aperta per quegli operatori che intendono proporsi come consulenti di fiducia a tutti i livelli. Se da un lato il contesto di incertezza economica e l'evoluzione normativa rimettono in primo piano la conoscenza e la comprensione dei reali bisogni della clientela (la relazione emotiva con il denaro, gli investimenti e l'andamento dei mercati, ma anche verso i consumi tipici del proprio life style), dall'altro è ancora assai poco sviluppato un approccio specifico ed integrato che fornisca al cliente innanzitutto un servizio di analisi dinamica di tutte le esigenze di copertura e che sia in grado anche di far emergere bisogni assicurativi latenti, finora autoassicurati dalla clientela facoltosa.

Federica Orsini,
senior manager Prometeia
Sebastiano Mazzoni Perelli,
partner Prometeia



INSIEME A VOI
IL FUTURO CHE ABBIAMO PENSATO!



NOI SAPPIAMO
COSA VOGLIONO GLI AGENTI

vieni a scoprirci su
www.anapaweb.it



Gli agenti italiani abbandonano la propria mentalità parasubordinata

Solo un piglio più imprenditoriale e lotte sindacali condivise potranno tirare fuori la categoria dall'impasse

Il 2013 è anno di incorporazioni, fusioni e riassetti per il mondo assicurativo. A partire dalla fusione Unipol-Fonsai per arrivare ai riassetti delle reti Allianz e Generali. Gli effetti si sentiranno: di questi giorni sono gli scioperi dei dipendenti di Bologna e Torino appartenenti all'ex galassia Ligresti e al mondo della Coop. In grande apprensione sono anche gli agenti, per i quali le fusioni tra compagnie non sono certo indolori. Uno che ne sa qualcosa è **Salvatore Felice**, attualmente presidente, confermato, della Commissione deontologica di Sna. In 32 anni di attività da agente, grazie alle varie incorporazioni, ha cambiato marchio di continuo: da Veneta Assicurazioni a Winterthur, da Meie ad Aurora, per finire a Unipol, dove è ancora oggi. Gravi e serie difficoltà comportano il cambio di marchio: non solo nei confronti della propria clientela ma anche, e soprattutto, nel doversi confrontare con management sempre diversi, nuovi sistemi organizzativi e prodotti, quasi sempre in rotta di collisione con i precedenti, vuoi per le garanzie che per il prezzo. Da sindacalista impegnato è convinto che, in momenti simili, l'unità della categoria vada preservata.

Sosteneva il filosofo tedesco Hegel che "le più grandi tragedie nascono dallo scontro tra due ragioni". Quali potrebbero essere le due ragioni che hanno scatenato la scissione di Sna?

Gli antichi romani, che in proposito la sapevano lunga, ci rammentano quanta verità ci fosse nel *divide et impera*. Esistono poteri forti che riescono a dividere, quando, viceversa, per noi dovrebbero essere mille le ragioni per restare uniti.

Le persone e le soluzioni non possono essere valutate secondo le convenienze politiche del momento. Cosa che nella vostra categoria non è fatto raro.

Le convenienze politiche, in alcune circostanze, possono costituire un fatto quasi nobile. Se però sulle cosiddette convenienze interferisce il becero opportunismo, si entra nell'inqualificabile e nello sconcio.

I leader di Anapa e Sna sono come in perenne campagna elettorale. Sembra uno scontro più personale che politico, eppure il passato frutto di una gestione comune è dietro l'angolo.

Siamo una categoria senza memoria. Circa trent'anni fa la scissione Unapass. Solo ora pare stia rientrando. Troppe volte gli agenti italiani hanno visto le due organizzazioni "lacerate" da sterili polemiche, pur in plateale presenza di esigenze identiche. Il pensiero separatista non era ben visto da quasi nessuno eppure sono dovuti passare trent'anni per capirne la gravità. Nemmeno l'esperienza scissionista del Csa, guidata da Luigi Molinari, agente Generali a Trento, rientrata peraltro dopo



Salvatore Felice, presidente Commissione deontologica Sna

pochi anni, ci ha insegnato alcunché. Non possiamo però dimenticare i momenti positivi, e sono stati tanti. Ad esempio, quando la categoria ha saputo restare unita e mobilitarsi per la nota questione Gavazzi, in occasione del corteo dei 16 mila agenti a Roma: una grande manifestazione di protesta contro le vessazioni Isvap. Infine gli agenti hanno saputo presentarsi compatti e con obiettivi

condivisi, in occasione della trattativa per il rinnovo dell'accordo imprese/agenti, siglato nel 2003. Quest'ultimo passo dovrebbe farci comprendere quanto migliore può essere l'attività associativa, se condotta in armonia, pur nel rispetto delle diversità di pensiero. Di questa nuova scissione, non ne ho compreso il senso. La valuto un'operazione sbagliata, posta in atto nel momento sbagliato e sostanzialmente antistorica. Con la loro iniziativa, credo che i colleghi di Anapa abbiano dimostrato di non credere alla forza delle proprie idee: sono sfuggiti al confronto dialettico, che è il sale della democrazia, nelle sedi da sempre casa comune.

La categoria agenziale ha necessità di sentire dati incoraggianti sulla redditività, in grave sofferenza, concreti progetti sociali e l'organizzazione di un patronato vero. Riuscirà questo Esecutivo nazionale a migliorare le cose?

Non ho la sfera di cristallo, però parrebbe che questa "giovane" squadra stia dedicando alla categoria capacità ed entusiasmo. Sono peraltro sotto gli occhi di tutti i risultati che, solo un anno fa, sarebbero stati impensabili. Ho sentito parlare di grande rinnovamento e, fino a prova contraria, ci credo e attendo i risultati. Sono ottimista.

Nessuna cultura associativa moderna può evitare di prendere la parola sui fondamentali diritti di libertà del mercato e dell'intera categoria. L'Esecutivo nazionale deve approcciare seriamente al cambiamento.

Su questo fronte, credo proprio che questo Esecutivo nazionale stia battendosi bene, in ogni sede istituzionale, per far sì che questa categoria possa finalmente ritenersi "imprenditoriale". Questo può accadere solo ed esclusivamente in un mercato libero. Forse avremo delle chance maggiori con l'avanzata dell'Europa assicurativa. Esiste, ancora oggi in molti, una sorta di mentalità parasubordinata. Un male inteso senso della "fedeltà" verso le compagnie rappresentate, che blocca molti agenti. (*continua a p.4*)



(continua da p.3) Si può essere un ottimo consulente per i clienti, e nel contempo leali verso le compagnie mandatarie. Certo, tutto sarebbe stato più facile se la cosiddetta fedeltà fosse stata reciproca. Tutto sarebbe stato diverso. Ma da anni, le imprese assicurative italiane hanno portato avanti, commercialmente, l'idea dei "canali alternativi". Alternativi alle reti di vendita degli agenti, ovviamente.

È proprio impossibile far comprendere un diverso punto di vista?

Un mercato realmente concorrenziale non può che fare bene a tutti. Migliori prodotti, garanzie mirate al cliente, niente clausole stampate in un corpo microscopico, prezzi di giusta concorrenza, uffici sinistri veloci e onesti, uffici legali disponibili a denunciare le truffe, contro chiunque. Tornare alla mutualità: vuoi al nord come al sud. Ecco, credo che questo potrebbe e, forse dovrebbe, essere un percorso condiviso. Mi rendo conto che possono sembrare solo belle parole, sarebbe necessario, sindacalmente parlando, non solo una buona classe dirigente, che mi pare ci sia, ma anche e, soprattutto, la volontà e la capacità dei nostri colleghi di cambiare pelle, affrontando in modo nuovo le sfide che avanzano. Questo è il vero nocciolo della questione.

Carla Barin



Valutazione finanziaria, arrivano in Italia i servizi di Edg

I servizi offerti vanno dal calcolo del fair value, all'analisi e classificazione del rischio, fino alla costruzione di indici e indicatori di mercato



Il gruppo **Vwd**, tra i principali player europei nella fornitura di dati e servizi per il mondo della finanza e delle imprese, fa approdare sul mercato italiano i servizi offerti da **Edg** (European derivatives group), società che ha ormai consolidato la propria fama nell'ambito dell'analisi e valutazione degli strumenti finanziari, con particolare expertise per i prodotti strutturati e i titoli illiquidi.

Tra i servizi che verranno proposti ci sarà il calcolo del *fair value*, l'analisi e la classificazione del rischio rating, il ranking di prodotti finanziari, la costruzione e la manutenzione di indici di mercato. Edg fornirà inoltre statistiche di mercato, elaborazione di dati e curve complesse (volatilità implicita, greche, *yield curves*, ecc.), oltre alla consulenza per l'elaborazione di modelli quantitativi interni e sui temi di compliance.

Il nucleo operativo di Edg è composto da un team di ingegneri matematici specializzati e in grado di sviluppare modelli di calcolo complesso, ed è focalizzato sull'ottenimento di una facilità di lettura per gli utenti e sulla trasparenza delle informazioni.

Proprio sul tema della trasparenza Edg è da molti anni attiva in Europa - sia a livello istituzionale, sia presso gli intermediari - nel promuovere un modello di comunicazione verso la clientela bancaria il più possibile standardizzato, trasparente e di immediata comprensione ed interpretazione. Tra le iniziative che ha intrapreso la società si segnala la classificazione universale del rischio degli strumenti finanziari, progetto di grande successo in Germania nell'ambito della normativa che impone l'estensione del Kiid (*Key investor information document*) a tutti gli strumenti finanziari che vengono proposti dalle banche alla propria clientela retail.

All'interno della propria gamma si segnala il rating proprietario su certificati, elaborato da Edg per oltre 800 mila certificati, che gode di una solida considerazione in Europa, tanto da essere utilizzato come uno standard di mercato, e gli indici di mercato ideati ed elaborati per il primo mercato europeo dei derivati, lo "Scoach" (Deutsche borse e Six Swiss exchange).

"L'offerta di Edg - spiega **Marc Ahrens**, amministratore delegato di Vwd group Italia - non copre solo un'area finora da noi non presidiata in Italia, ma diventa il perfetto complemento alla nostra attuale offerta verso il mondo private and retail banking, in cui manteniamo una posizione di leadership attraverso le nostre numerose soluzioni informative, desktop e web-based".

B.M.

Insurance Daily

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio alaggio@insuranceconnect.it

Editore e Redazione: Insurance Connect Srl, Via Montepulciano 21, 20124 Milano 02.87069835 redazione@insuranceconnect.it

Per inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.it

Supplemento al 6 marzo di www.insurancetrade.it
Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012