



DIAMO I NUMERI

I risultati di febbraio di Insurance Connect

Anche per febbraio 2013 diamo conto ai lettori dei dati di lettura di Insurance Connect. Lo scorso mese è stato particolarmente importante per la nostra casa editrice: è nato un nuovo progetto dedicato al settore assicurativo, il mensile *Insurance Review*, distribuito a tutti gli iscritti al sito insurancetrade.it e disponibile in abbonamento. È già pronto il numero di marzo: per riceverlo gratuitamente basta iscriversi al sito. Ma veniamo ai dati.

Insurance Trade ha totalizzato **17.048** visite, per un totale di **79.313** pagine viste e tempo medio di permanenza sul sito pari a **4.22** minuti. I contenuti più visti, tra articoli e video sono stati: la videointervista *Ellena, alla ricerca di una nuova triangolazione tra compagnia, agente e cliente*, al direttore generale di Unipol, Franco Ellena; il servizio video sul convegno Sna di inizio febbraio *La collaborazione tra intermediari alla prova del mercato* e quello sulla prima convention di Anapa, *Prove di dialogo Ania-agenti. Sarà la volta buona?* la news *Contratto base Rc Auto, fissate le caratteristiche minime*; la video intervista a Vittorio Verdone, direttore centrale di Ania, *Con il contratto base la diminuzione dei prezzi non è automatica*; e la news *Scatola nera, stabilite le caratteristiche minime*.

Insurance Daily in 20 numeri ha ottenuto **84.887** letture, per una media di **4.244** lettori di media al giorno, mentre la newsletter settimanale del giovedì in quattro numeri ha totalizzato **17.020** aperture. Grazie ancora e continuate a seguirci.

SOLVENCY II

Solvency II, cosa stanno facendo le compagnie?

Dopo l'ennesima dilazione, la direttiva che impone nuovi requisiti patrimoniali non entrerà in vigore prima di due anni. Basteranno alle imprese per adeguare nel nostro Paese strategie di risk management, modelli organizzativi e rinnovate politiche di pricing?

Solvency II è da anni il convitato di pietra di molti confronti nel settore assicurativo. Rinviata varie volte, l'ultima delle quali ha spostato l'entrata in vigore della normativa nel 2015, la regolamentazione che dovrebbe allineare le assicurazioni europee alle banche è il tema che fa fibrillare più di altri i management delle compagnie. Eppure lo "spettro che si aggira sull'Europa" è spesso tenuto ai margini: come un fiume carsico, spunta e si inabissa.

A gettare una luce sul comportamento di alcune delle più importanti compagnie attive in Italia e all'estero, ci pensa da due anni l'**Osservatorio Solvency II** costituito da **Sda Bocconi** con la collaborazione di **Capgemini**. L'obiettivo è proprio quello di monitorare ed evidenziare le best practice delle singole imprese che partecipano ai tavoli di ricerca. **Giampaolo Gabbi**, direttore Area intermediazione finanziaria e assicurazioni di Sda Bocconi, ha introdotto venerdì 28 febbraio la presentazione dei risultati del report 2012.

Le compagnie che hanno contribuito alla *survey* sono state: Allianz, Aviva, Cattolica, Cardif, Carige Assicurazioni, Credem, Helvetia, Mediolanum, Zurich, Cnp Unicredit Vita, Generali, Intesa Sanpaolo Assicura, Itas, Rbm Salute, Ubi Assicurazioni, Crédit Agricole Vita, Poste Vita, Sara Assicurazioni, Vittoria e XL Group. Sda Bocconi e Capgemini nel 2012 hanno effettuato incontri di approfondimento sui temi più caldi: risk management e Orsa (Own risk and solvency assessment), impatti sull'organizzazione e sull'area It; impatti sull'area commerciale e comunicazione.

ORGANIZZAZIONE E IT

Gli interventi più rilevanti che riguardano l'organizzazione e l'It sono sulla qualità dei dati a disposizione delle funzioni aziendali: la maggior parte delle compagnie manifesta l'esigenza di una governance chiara per la gestione dei dati, attraverso un sistema che integri tutte le aree. Ma uno degli aspetti più interessanti è lo scollamento, in quasi tutte le compagnie, tra i team che si occupano di Solvency II e il resto dell'azienda. Amministrazione e finanza sono spesso poco coinvolte. Raoul Pisani di Sda Bocconi ha inoltre spiegato che "per il 2013 ci si può attendere un'evoluzione dei processi, anche commerciali, dall'assunzione del contratto alla liquidazione".

COMMERCIALE E COMUNICAZIONE

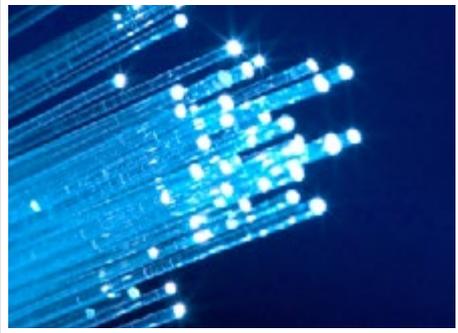
Gli uffici commerciali e comunicazione delle compagnie risultano coinvolti in modo significativo soprattutto sul versante prodotti. Solvency II ha esaltato il ruolo del risk management in molte compagnie, dove ha sempre più spesso potere di veto sulla commercializzazione di una polizza o di una garanzia: un intervento quindi sempre più *ex-ante* che *ex-post*. (continua a p.2)



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



Michael Diekmann, ceo di Allianz



(continua da p. 1) La conquista dell'Scr (Solvency capital requirement) sta penalizzando, paradossalmente, anche prodotti su cui area commerciale e marketing stanno puntando molto: ad esempio le *long term care*, uno dei futuri driver della ripresa del ramo vita.

È in atto, secondo i risultati dell'Osservatorio, un repricing dei prodotti per via dell'impatto sull'assorbimento del capitale. La strada per il 2013 sarà spostare il focus dal prezzo, che rischia di seguire variabili effimere, al prodotto.

ORSA E RISK MANAGEMENT

Venendo all'Orsa e al risk management, l'Osservatorio ha offerto una visione sull'evoluzione di questi due importanti attori in Solvency II. L'Orsa, lo strumento che deve fornire una visione dei rischi e della solvibilità al top management, dovrà valutare l'assorbimento di rischi non quantificabili, come quelli reputazionali; in più sarà chiamato a verificare la solvibilità di una compagnia lungo tutta la durata del piano industriale. L'Orsa muterà sostanzialmente la sua natura, da strumento di vigilanza a strumento di management. Ecco perché, in quest'ottica, le compagnie dovranno ripensare la governance su ruoli e responsabilità, fino al coinvolgimento diretto del top management e del cda.

LE BEST PRACTICE DI ALLIANZ, UBI E XL GROUP

“Da qualche anno la sfida vera è riuscire a reperire capitale: quindi con o senza l'arrivo di Solvency II il tema principale per le compagnie è questo”. Lo ha affermato il presidente di **Ubi Assicurazioni, Alberto Maturi**, che durante la tavola rotonda di venerdì scorso ha parlato dell'impatto della normativa sul cda. “La joint venture tra Ubi e Ageas/Bnp - ha detto - è attiva sull'adeguamento alla normativa dal 2007, e quindi stiamo procedendo indipendentemente dalle scadenze. La formazione al cda è costante, mentre l'unica funzione su cui siamo in stand by in questo momento è quella attuariale”.

“La dilazione di Solvency II ci permetterà di fare meglio quello che prima potevamo fare al meglio”. Questo il fortunato motto di **Anna Ardenghi**, responsabile Solvency di **Allianz**, compagnia che ha deciso di utilizzare l'internal model, invece che la standard formula, “per conformazione del business”. Allianz è partita tempo prima e ora può dichiarare di aver acquisito “una solida governance, che include il risk management con tutta l'attività di business. La nostra road map - ha precisato Ardenghi - non subirà cambiamenti, ma certo ci attendiamo ancora maggiori chiarimenti dal regolare europeo”.

La compagnia con base in Irlanda **XL Group**, rappresentata in Italia da **Maurizio Castelli**, è un altro esempio di impresa che ha da subito definito le best practice per l'adeguamento ai requisiti di Solvency II: anche per merito dei Lloyd's.

“Già dal 2007 - ha commentato Castelli - siamo dovuti partire decisi con il lavoro sui tre pilastri perché, lavorando con alcuni sindacati Lloyd's, abbiamo dovuto attendere le autorizzazioni da Londra”.

Le tre compagnie, seppur diverse nell'articolazione del business e nell'organizzazione, hanno confermato come Solvency II porterà un'integrazione sempre maggiore delle varie funzioni interne con il lavoro del board. Mentre Maturi affermava che ormai “non si entra in cda senza competenze”, Ardenghi di Allianz sottolineava il “grande supporto del ceo Diekmann al lavoro del risk management su Solvency II”. Castelli di XL invece spiegava come essendo il gruppo internazionale, ma di ridotte dimensioni, “il coinvolgimento del board sia stato da subito centrale per integrare le varie culture”.

FOCUS SUI LIVELLI DI PROFITTO

L'Osservatorio ha evidenziato anche le questioni più critiche. In un momento di profonda crisi e ripensamento del settore assicurativo globale, l'Scr per le compagnie richiederà una maggior redditività, al fine di riuscire, assorbito il costo di capitale, a creare valore. Ma come alzare il livello del profitto? Utili ricchi e capitali solidi sono estremi di un'equazione che non sarà per niente facile risolvere. Il problema è talmente serio che, in ultima analisi, ci si potrebbe chiedere quale sia davvero il livello di coerenza di Solvency II con il ruolo svolto finora dall'industria assicurativa.



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

Fabrizio Aurilia



Gestione del rischio per aiutare il settore agroalimentare

Se ne è parlato a Reggio Emilia in un convegno organizzato da Uea con la sede locale di Unindustria



La filiera produttiva dell'agroalimentare è una colonna portante del sistema industriale italiano. La sua solidità e le ulteriori possibilità di crescita passano anche attraverso una buona gestione dei rischi d'impresa. Per affrontare nel profondo questo tema, l'**Unione europea assicuratori** (Uea), in collaborazione con il Gruppo agroalimentare di **Unindustria** Reggio Emilia ha organizzato un convegno intitolato *Una corretta gestione dei rischi nella filiera agroalimentare*, con l'obiettivo di mettere in luce i vantaggi e le opportunità offerte da un approccio alla materia consapevole e strutturato. L'incontro si è tenuto a Reggio Emilia, cuore pulsante dell'agroalimentare italiano, presentando dati relativi al peso economico apportato dalla filiera produttiva e, passando attraverso un'analisi dei principali vincoli normativi, ha affrontato il tema centrale della gestione strategica dei rischi.

Il peso economico dell'agro-alimentare

Un'industria, quella agroalimentare italiana, che con più di 58 mila imprese è seconda in Europa solo a quella francese (dati Eurostat del 2009) quanto a numero di aziende, presso cui lavorano 405 mila addetti, con una netta prevalenza di realtà piccole e a gestione familiare. Secondo i dati forniti da **Assica** (Associazione industriali delle carni e dei salumi) e **Federalimentare**, il peso dell'agroalimentare in Italia è pari a 131 milioni di euro in termini di fatturato. Essendo un settore con bassa marginalità di profitto, l'agroalimentare ha risentito sensibilmente del calo produttivo che ha iniziato ad affliggerlo dal 2010, con particolare riferimento ai player che agiscono solo sul mercato domestico. Fattore chiave dell'ultimo decennio è invece rappresentato dall'incremento del 100% dell'export, passato dai 12.329 milioni del 2000 ai 24.650 del 2012 (stime Istat).

La gestione strategica dei rischi

Il tema dei rischi è stato affrontato dal vicepresidente di Uea, **Roberto Conforti**, che ha sottolineato alcuni dati estratti da uno studio del Politecnico di Milano dedicato alle pratiche di gestione del rischio nelle Pmi italiane, da cui emerge che i rischi maggiormente sottostimati sono quelli reputazionali (solo il 19% delle aziende li prende in considerazione), seguiti da quelli riguardanti il rischio-Paese e la conformità normativa. A fronte di un mercato stabile o in contrazione esiste una forte spinta alla internazionalizzazione, ma

l'ingresso in nuovi mercati, l'ampliamento del portafoglio prodotti, l'apertura di nuovi canali di vendita sono operazioni che comportano un'alterazione, spesso sottovalutata, del profilo di rischio.

La tendenza delle Pmi è quella di impostare la gestione dei rischi sulla base delle esperienze pregresse, utilizzando prevalentemente tecniche quantitative, senza investire in maniera importante in questo ambito, delegando le funzioni di *risk management* all'imprenditore stesso o a figure interne non specializzate. "Affinché il comparto assicurativo sia parte integrante del sistema Paese - ha sottolineato **Giuseppe Villa**, membro del consiglio direttivo Uea e promotore dell'iniziativa - deve saper comprendere le problematiche delle aziende e rispondere efficacemente alle istanze di tutela del business e valorizzazione del brand. In quest'ottica fondamentale è la capacità di innovazione, a livello di prodotto e di servizio, e il confronto costante con il mondo imprenditoriale e accademico, nazionale e internazionale". Sul versante della qualità degli alimenti, ampio spazio è stato dedicato al sistema delle certificazioni, a proposito delle quali il professor Andrea Pulvirenti dell'Università di Modena e Reggio Emilia ha sottolineato come l'Italia sia stata tra i primi Paesi a recepire l'importanza, spiegando come queste possano favorire gli assicuratori nella valutazione complessiva di un'azienda.

Beniamino Musto





REPORT

Nuovi timori sull'Euro Zona dopo le elezioni italiane

Secondo l'analisi Naxitis, senza un cambio di rotta a livello europeo, la situazione sociale rischia di aggravarsi facendo crescere il voto anti Euro

C'è molta preoccupazione per la situazione di estrema incertezza che si è delineata in Italia dopo l'esito delle elezioni politiche. **Philippe Waechter**, capo economista di **Natixis Asset Management** sostiene che, in un probabile scenario di nuove elezioni a breve, si rischia un massiccio voto di protesta anti Euro, ipotesi molto preoccupante perché potrebbero tornare i timori sulla stabilità dell'area. Se i tassi d'interesse italiani rimangono al di sopra del 4,5%, non sarà possibile una ripresa forte e duratura. Nessuno sarà disposto a investire a queste condizioni, penalizzando l'economia italiana con un ulteriore peggioramento sul mercato del lavoro, che potrebbe alimentare il peso della protesta sociale. Per questi motivi, il risultato elettorale italiano costituisce una cattiva notizia per l'Area Euro, in quanto prolunga un periodo di incertezza che non contribuirà a rafforzare il ciclo economico.

Nei Paesi dell'Area Euro in recessione si richiedono politiche molto restrittive per ristabilire le finanze pubbliche, unitamente a riforme strutturali in grado di cambiare la dinamica dell'economia per ritrovare autonomamente la crescita. Ma purtroppo non è così: l'approvazione di riforme strutturali implica cambiamenti profondi nell'economia. Occorre che ognuno, famiglia o impresa che sia, abbia un margine di manovra per potersi adattare, trovare nuove strategie, adottare nuovi orientamenti. Mettere in atto politiche di austerità per ridurre rapidamente il deficit pubblico non consente tali aggiustamenti, né la possibilità di implementare scelte strategiche. Non ci si può concentrare su due obiettivi tanto diversi: bisogna scegliere fra crescita ed equilibrio delle finanze pubbliche.

Per ora, a causa della resistenza ai cambiamenti, sono state privilegiate le politiche di austerità, ma questo si traduce in una crescita molto debole, nulla, o negativa, in un degrado del mercato del lavoro e in una perdita di potere d'acquisto. La dinamica di attività del settore privato è scomparsa. È necessario che le tensioni sociali esplodano, prima di adottare una scelta di cambiamento e strategie più mirate alla crescita? Le politiche di austerità in sé non hanno come obiettivo, spontaneamente, di portare alla crescita. Se in Europa continuerà a prevalere la volontà di essere virtuosi a tutti i costi, il mondo andrà avanti senza di noi, conclude Waechter.

B.M.

BON TON

Segnali di amicizia e di educazione

Come voi sapete, per oltre trent'anni sono stato dirigente (non tutti e trenta ovviamente) in una compagnia di assicurazioni.

Ebbene recentemente, nella mia nuova attività di broker, sono stato in un'azienda per un progetto di formazione su alcuni prodotti.

In quell'azienda lavorano parecchi miei ex colleghi con incarichi di vertice.

Ho deciso quindi, a conclusione della mia attività di formazione, di salire ai piani direzionali per poter salutare un mio ex collega che non vedevo da anni, con cui abbiamo condiviso tante giornate e che oggi è l'amministratore delegato dell'azienda.

Bypassando tutti i rigidi controlli della direzione generale (chissà perché nelle aziende di assicurazione i dg e gli ad sono blindati in bunker) ho raggiunto la sua assistente (oggi, quelle che una volta erano definite segretarie, sono state sostituite dalle assistenti) la quale, impressionata della mia capacità di "hacker delle direzioni generali", mi ha chiesto come avessi fatto a entrare e quale fosse la ragione della mia "violazione dei massimi sistemi di sicurezza".

Con il sorriso sulle labbra le ho detto che volevo semplicemente salutare un amico che non vedevo da tempo.

Tranquillizzata sul fatto che non fossi un terrorista mi ha detto che purtroppo, erano le 19, il direttore generale era impegnato in una riunione e quindi non poteva essere disturbato. Le facevo presente che erano mesi che cercavo di bermi un caffè con lui, ma che non ero mai riuscito vista la moltitudine di impegni.

Decisi comunque di lasciare il mio bigliettino da visita con la scritta "era solo per un saluto", e tornarmene quindi a casa a godermi la libertà e la famiglia.

Sulla strada del ritorno, come spesso accade, mentre ero in metropolitana mi sono messo a fare una considerazione su quanto accaduto. Non ho potuto fare a meno di affermare fra me e me: "guadagneranno pure molti soldi, ma fanno una vitaccia; la libertà non ha prezzo".

La cosa buffa, però, è che sono passati quattro giorni dall'episodio e il mio "presunto amico" non ha sentito neanche il bisogno di farmi una telefonata di saluto.

I potenti spesso non sanno cosa sia l'amicizia e l'educazione.

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 02.87069835 redazione@insuranceconnect.it

Per inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.it

Supplemento al 4 marzo di www.insurancetrade.it

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