

PRIMO PIANO

Unipol, quattro nomi per il cda

C'è anche Matteo Laterza, attuale amministratore delegato di UnipolSai, nella lista di quattro nomi presentata ieri sera dal patto di sindacato per il rinnovo e l'ampliamento del consiglio di amministrazione del gruppo Unipol: in una lettera firmata dal presidente Mario Cifiello, oltre al nome del top manager, anche le candidature di Stefano Caselli, Giusella Dolores Finocchiaro e Rossella Locatelli, tutti professori universitari e tutti al momento anche consiglieri di amministrazione di UnipolSai. La proposta del patto di sindacato, che controlla oltre il 30% del capitale sociale e più del 40% dei diritti di voto, è arrivata in vista dell'assemblea ordinaria e straordinaria degli azionisti del gruppo bolognese che si terrà il prossimo 21 ottobre: al voto dei soci, fra le altre cose, la rideterminazione del numero dei consiglieri, con l'ampliamento da 15 a 19 componenti, e appunto la nomina di quattro nuovi membri del cda.

La candidatura di Matteo Laterza arriva a poche settimane di distanza dalle parole del presidente Carlo Cimbri, il quale, interrogato sull'assetto del gruppo dopo la fusione fra Unipol e UnipolSai, aveva definito "logico" che il manager fosse "amministratore delegato anche della società post-aggregazione", pur ricordando che in questo ambito "decidono gli azionisti".

Giacomo Corvi

RICERCHE

Mga, un mercato in crescita e votato all'innovazione

L'appetito del settore assicurativo per le managing general agent sta crescendo a livello globale, sebbene in modo non uniforme. Questo tipo di canale distributivo è utilizzato soprattutto per supportare l'espansione di linee di business specialistiche o emergenti e per soluzioni innovative e convenienti ai consumatori

Il mercato delle *managing general agent* (mga) è da tempo una componente in grande espansione del settore assicurativo globale. Le mga offrono un ambiente interessante per lo sviluppo di nuove idee assicurative e consentono anche a piccoli team di innovare attraverso approcci agili ai servizi e anche alla gestione dei sinistri. Ne sono convinti gli analisti di **Global Insurance Law Connect**, network internazionale di studi legali assicurativi che ha realizzato una ricerca sulle mga a livello globale.

Il numero di mga è cresciuto nella maggior parte dei principali mercati assicurativi globali nell'ultimo decennio, in particolare negli Stati Uniti e nel Regno Unito. Più di recente, anche in contesti assicurativamente meno sviluppati, come l'Italia, l'innovazione portata dalla mga ai clienti finali ha consentito lo sviluppo di misure per ampliare l'ecosistema dei player tradizionali.

Una recente analisi di **Insuramore** mostra che mga e coverholder hanno generato ricavi per circa 23,9 miliardi di dollari in tutto il mondo nel 2023, di cui il 70-75% proveniente dal mercato assicurativo diretto commerciale property and casualty. Secondo il rapporto, si tratta di una crescita molto elevata (20%) rispetto al 2022, quasi il doppio del tasso di crescita del settore dell'intermediazione assicurativa globale.

L'APPORTO DECISIVO DELLA REGOLAMENTAZIONE

Secondo i curatori della ricerca di Global Insurance Law Connect, "in molti modi diversi, le mga sono salutari per il mercato assicurativo e questo si riflette nella loro continua crescita e nella loro persistente diffusione geografica". Nonostante alcune recenti previsioni, secondo cui il settore mga sarebbe stato presto saturo, la ricerca ha rilevato quanto in realtà si tratti ancora di un mercato in rapida crescita, che offre soluzioni che difficilmente si possono trovare nelle tradizionali linee di business commercial o retail.

Cruciale per lo sviluppo di questo mercato saranno gli approcci normativi: gli enti regolatori delle varie regioni hanno opinioni molto diverse sulla supervisione delle mga. Alcuni mercati dimostrano di non avere le idee chiare per legiferare su come includere le mga nella regolamentazione assicurativa e per questo, forse, i regolatori di questi paesi sembrano essere meno consapevoli dei benefici che possono portare. Di conseguenza, riflettono gli analisti, questi mercati tendono a essere scarsamente attivi, con poche (o nessuna) mga sulla piazza.

TRA RISCHI EMERGENTI E SPERIMENTAZIONE

Sempre più assicuratori stanno collaborando con le mga per capitalizzare l'attuale scenario di hard market ed espandere la propria presenza, attratti principalmente dalla competenza specialistica e dall'agilità nel portare i prodotti sul mercato. (continua a pagina 2)



(continua da pagina 1) Di norma, inoltre, le mga sono meno gravate dalla legacy tecnologica e hanno maggiori probabilità di essere all'avanguardia dell'innovazione nel settore assicurativo, in particolare per quanto riguarda il versante *insurtech*. "In sostanza, ciò che iniziamo a vedere – si legge nella ricerca – è che le mga fungono da zona informale per prodotti e idee più sperimentali". Le modalità di gestione e sottoscrizione indipendenti consentono loro anche di "pensare in modo diverso a come servire i clienti" e approcciarsi ai rischi emergenti.

DIFFICILE VALUTARE IL VALORE IN ITALIA

Gli Stati Uniti sono il principale mercato per le mga (essenzialmente *mgu*, *managing general underwriting*) e nel 2023 rappresentavano la metà dei premi globali, secondo l'analisi della società di gestione patrimoniale **Conning** (acquistata da **Generali** l'anno scorso). Anche il Regno Unito continua a crescere a ritmo sostenuto (5,7 miliardi di dollari nel 2023), tallonato dai Paesi Bassi (4,62 miliardi), seguiti a loro volta dall'Australia (almeno 3,8 miliardi) e dal Canada (almeno tre miliardi). Anche in Medio Oriente c'è un mercato mga molto attivo, soprattutto negli Emirati Arabi Uniti, dove stanno svolgendo un ruolo chiave nella crescita del settore assicurativo nella regione.

Il quadro in Europa è invece più variegato, con paesi dotati di nicchie evidenti e solide, come in Austria, Danimarca, Francia, Polonia e Svizzera, e piccoli mercati in crescita, come la Germania, il Belgio, l'Irlanda e la Spagna.

La portata del mercato mga italiano è più difficile da valutare, si legge nello studio, per la mancanza di fonti ufficiali sul numero esatto di agenzie assicurative italiane strutturate come mga. Secondo **Giorgio Grasso**, partner di **Btg Legal**, "c'è una crescente opportunità per le mga che offrono prodotti specializzati come *cyber* e *fine art*, e un'attenzione crescente nel mercato locale sulla digitalizzazione dei processi assicurativi e dell'*insurtech*".

LA SPINTA DEGLI INVESTIMENTI

Come anticipato, la regolamentazione giocherà un ruolo cruciale per il futuro delle mga, anche in Italia. Nel nostro paese non vi sono al momento normative specifiche applicabili alla costituzione di mga e non sono previste modifiche a breve. Le mga sono considerate agenti assicurativi e sono regolamentate come tali dal Codice delle assicurazioni e dal Regolamento **Ivass 40** del 2018. Ciò detto, l'autorità ha recentemente emanato l'ordinanza 147/2024, che ha modificato le disposizioni in materia di informativa precontrattuale di cui al Regolamento 40 in merito alle informazioni sul distributore e sulla distribuzione dei prodotti assicurativi. Le nuove disposizioni sono state sviluppate con l'obiettivo di semplificare le informazioni fornite ai contraenti e di aumentare la tutela normativa.

Anche nei paesi in cui le mga devono ancora decollare, come l'Italia, questo mercato continuerà a crescere nel prossimo futuro: gli investimenti e il *private equity*, sottolineano gli analisti, non faranno che aumentare il numero di nuove mga che entrano nel mercato. "Ma i consumatori devono essere protetti", mette in guardia la ricerca. "Come per tutti i modelli nuovi ed emergenti, ci saranno implicazioni legali che richiederanno il supporto di avvocati specializzati in assicurazioni", conclude lo studio.

Fabrizio Aurilia



Insurance made
by Entrepreneurs
for Entrepreneurs.

Your Partner
in Mid-Market.

More than
120
YEARS
Industrial
Insurance

HDI

Noleggio veicoli, trend negativo nel terzo trimestre 2024

Secondo il presidente di Aniasa Alberto Viano, il rallentamento delle immatricolazioni a noleggio rappresenta un calo fisiologico dopo l'annata record del 2023

Nel terzo trimestre del 2024, le immatricolazioni del noleggio veicoli (auto e veicoli commerciali leggeri) sono diminuite del 21,9% rispetto allo stesso periodo del 2023 e la flessione ha colpito in modo simile le forme a lungo termine (-22,1%) e a breve termine (-19,9%). Dopo nove mesi, con le auto passeggeri in calo del 13% e i veicoli commerciali leggeri (lcv) in crescita del 19,3%, il mercato noleggio veicoli chiude con un bilancio negativo (-7%). Questi i principali dati che emergono dall'analisi trimestrale sul settore realizzata da **Aniasa** e **Dataforce**. Secondo **Alberto Viano**, presidente di Aniasa, questi numeri rappresentano "un calo fisiologico da rapportarsi all'annata record del 2023 e alla complessa situazione che sta attraversando l'intero automotive europeo". Non bisogna preoccuparsi dunque, anche perché "il noleggio è indirizzato a chiudere il 2024 con un aumento della flotta veicoli, con oltre 1.350.000 unità in circolazione nel nostro Paese".

Gli autoveicoli più noleggiati

Stando all'analisi, nei primi mesi di quest'anno il noleggio a breve termine è tornato a crescere con decisione (per la prima volta dopo la pandemia), ma l'accelerazione si è poi affievolita nel terzo trimestre. Nonostante questo, il rent a car mantiene quest'anno una quota di mercato del 6,7% (noleggio su immatricolazioni) che non si vedeva da tempo. Per il noleggio a lungo termine, al contrario, la market share 2024 è scesa al 21,4%. Complessivamente il comparto del noleggio pesa sul mercato il 28,1%.



Il documento di Aniasa prosegue poi con l'elenco dei modelli auto più noleggiati: nei primi nove mesi del 2024, è la Fiat Panda la preferita sia dai clienti privati sia da quelli aziendali. Ma la classifica del terzo trimestre presenta risultati diversi. Nel noleggio a lungo termine di questo periodo, il modello più richiesto è la Bmw X1, seguita da Volkswagen Tiguan e Kia Sportage. Nel noleggio a breve termine i primi tre posti sono occupati da Mg ZS, Audi A3 e Ford Transit Custom; mentre in ambito lcv, Iveco Daily mantiene il primato.

M.S.



Milano
27 novembre 2024
FABRIQUE

Per poter partecipare alla selezione è necessario inviare la candidatura compilando il form all'indirizzo:
<https://bit.ly/ICAwards24>

Per info: awards@insuranceconnect.it

SCARICA IL REGOLAMENTO COMPLETO

#118
ottobre 2024

INSURANCE REVIEW

Strategie e innovazione per
il settore assicurativo

Insurance Review

Strategie e innovazione per il settore assicurativo

La rivista che rende l'informazione specialistica
dinamica e immediata.
Uno strumento di aggiornamento e approfondimento
dedicato ai professionisti del settore.

**Abbonati su www.insurancereview.it
Abbonamento annuale € 80,00 (10 numeri)**

oppure scarica l'app Insurance Review



**EMBEDD
UN FUTURO
E PER**

**WOMEN'S
COMMUNITY**

*di genere per
uscita economica*

14 L'INTE

*Strategie per
identità azi
Jozef Bala, at
Italia*

Puoi sottoscrivere l'abbonamento annuale nelle seguenti modalità:

- Compilando il form on line all'indirizzo www.insurancetrade.it/abbonamenti
- Inviando un'email a abbonamenti@insuranceconnect.it

Modalità di pagamento:

- On line con Carta di Credito all'indirizzo www.insurancetrade.it/abbonamenti
- Bonifico bancario Antonveneta IBAN IT 94 U 01030 12301 0000 0158 0865

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