

PRIMO PIANO

L'Rca corre meno dell'inflazione

In dieci anni, ossia da settembre 2012 a settembre 2022 il premio Rc auto (prima delle tasse) è passato da 448 a 311 euro, con una riduzione in valore assoluto di 137 euro e in termini percentuali del 31%. È quanto emerge dall'ultimo report Ania Trends dedicato all'Rca, in cui si sottolinea inoltre che da settembre 2022 a settembre 2024, il premio medio è passato da 311 euro a 344 euro, con un aumento in valore assoluto di 33 euro e in termini percentuali dell'11%.

Ma in particolare, il report di Ania sottolinea il fatto che, in circa due anni e mezzo (ossia dai primi mesi del 2022 alla prima metà del 2024) a fronte di una crescita dell'inflazione generale del costo della vita del +15%, il costo dei pezzi di ricambio si è accresciuto del +13,7%, i danni alla persona sono stati rivalutati di oltre il 16%, ma il premio medio Rc auto è cresciuto di meno (+11%). "I valori – si legge nel report – evidenziano come la revisione delle tariffe Rc auto, a oggi, pur avendo previsto un aumento per l'accresciuto fabbisogno tecnico, non hanno abbia completamente incluso il rialzo del costo dei sinistri, sia della componente dei danni a cose sia della componente dei danni alla persona". Per leggere la news completa, clicca qui.

Beniamino Musto

RICERCHE

Edufin Index, italiani di nuovo bocciati

Ancora sotto la soglia di sufficienza il livello complessivo di alfabetizzazione finanziaria e assicurativa della popolazione: nel 2024, secondo l'ultima edizione del rapporto curato da Alleanza Assicurazioni, la situazione è addirittura peggiorata. Preoccupano il gender gap e il divario generazionale

Gli italiani falliscono di nuovo l'esame di finanza e assicurazioni. Anche quest'anno, stando alla terza edizione dell'osservatorio Edufin Index, progetto di ricerca lanciato per la prima volta nel 2022 da **Alleanza Assicurazioni** e **Fondazione Mario Gasbarri** con la collaborazione scientifica di **Sda Bocconi**, il livello di alfabetizzazione finanziaria e assicurativa della popolazione è rimasto al di sotto della soglia di sufficienza: il punteggio complessivo si è fermato a 56 su 100. Poche note positive in un'annata in cui non si è mai stati davvero in grado di cogliere e valorizzare i miglioramenti che si erano registrati nel corso del 2023: anzi, in alcuni casi, la situazione è addirittura peggiorata.

Il rapporto è stato presentato lo scorso 30 ottobre a Roma, presso gli spazi del Senato, in un evento che ha ricevuto anche il patrocinio del ministero delle Imprese e del made in Italy. "L'educazione finanziaria e assicurativa incide in maniera determinante sul benessere e sull'equità sociale del paese: solo cittadini adeguatamente preparati sono in condizione di compiere scelte consapevoli e informate, non influenzate dall'emotività", ha commentato **Davide Passero**, ceo di Alleanza Assicurazioni e country chief marketing & product officer di **Generali Italia**. "La terza edizione dell'Edufin Index – ha aggiunto – conferma la necessità di un'azione corale da parte di operatori privati, istituzioni e associazioni per migliorare l'attuale livello di conoscenza della popolazione, così da raggiungere la soglia della sufficienza e superare le realtà di fragilità individuate dal nostro rapporto".

RISULTATI IN PEGGIORAMENTO

E pensare, come già accennato, che nel 2023 le cose si erano messe bene. Lo scorso anno, seppur con un punteggio ancora al di sotto della soglia di sufficienza, il numero di cittadini che poteva vantare una conoscenza quantomeno basilare della materia, per esempio, aveva registrato una crescita del 7% su base annua ed era arrivato a coprire il 41% della popolazione complessiva. Stando ai risultati della ricerca, nel 2023 era bastato uno scenario macroeconomico caratterizzato da tassi e mutui in costante aumento per rendere la materia finanziaria un argomento di interesse per molti italiani che magari erano preoccupati per la tenuta del proprio portafoglio e, almeno in certi casi, anche per la possibilità di scivolare in una condizione di fragilità economica. Nel 2024, spariti (o almeno mitigati) tutti questi timori, sembrano svaniti anche gli stimoli a informarsi e restare aggiornati su temi come risparmio, investimento e gestione del rischio.

Il risultato è che quest'anno soltanto il 40% della popolazione raggiunge la sufficienza. E il numero di persone che vivono in quella che il rapporto definisce "una condizione di analfabetismo finanziario e assicurativo" è aumentato di due punti percentuali, toccando il 12% della popolazione e tornando di fatto ai livelli del 2022. Non si tratta di un peggioramento significativo, ma è comunque un'inversione di tendenza rispetto a quanto di buono visto e registrato lo scorso anno. Il buon momento del 2023 sembra passato senza aver quasi lasciato traccia. (continua a pagina 2)



Davide Passero, ceo di Alleanza Assicurazioni

(continua da pagina 1)

ANCORA UN CERTO GENDER GAP

La situazione non è comunque omogenea. I risultati migliori, secondo la ricerca, si registrano fra gli uomini, di età compresa fra 45 e 64 anni, residenti per lo più nelle regioni del Nord-Est. Bastano poche battute per comprendere come anche in materia di alfabetizzazione finanziaria e assicurativa sussistano ancora gap molto rilevanti.

Uno dei focus del rapporto è dedicato proprio al gap di genere e, più nel dettaglio, al ritardo che le donne continuano a scontare nei confronti degli uomini nelle conoscenze finanziarie e assicurative: il divario, secondo i numeri del rapporto, si attesta a cinque punti percentuali. Alla base del risultato ci sono soprattutto lo scarso interesse e la bassa propensione a informarsi che le donne mostrano per le materie economiche e finanziarie. A pesare è tuttavia anche la bassa autonomia decisionale che la popolazione femminile può vantare in un contesto familiare caratterizzato ancora dalla convinzione che la donna sia la principale responsabile della cura domestica e che, di conseguenza, non abbia il tempo (e magari neppure la voglia) di occuparsi di questioni finanziarie. Lo si capisce bene scorrendo i risultati di un test che il rapporto ha dedicato proprio alla relazione fra alfabetizzazione finanziaria, stato civile e rilevanza economica della donna all'interno del proprio nucleo familiare. Ebbene, stando ai risultati dell'analisi, la disponibilità economica conta pochissimo: anche quando sono le principali percettrici di reddito in famiglia e possiedono un alto livello di alfabetizzazione finanziaria, le donne tendono a condividere comunque le principali scelte economiche con il proprio partner e, in ogni caso, restano i soggetti che si occupano maggiormente della cura domestica. Un peso senza dubbio più rilevante sembra invece averlo lo stato civile, con le donne single che si trovano in una inevitabile condizione di autonomia finanziaria e tendono a sviluppare una alfabetizzazione finanziaria del tutto paragonabile a quella degli uomini.

UN PREMIO PER L'EMPOWERMENT FEMMINILE

Restando nello stesso ambito, il rapporto sottolinea il ruolo che le consulenti possono ricoprire per avvicinare le donne a questioni finanziarie e assicurative. Come ha evidenziato lo stesso Passero, "il ruolo di consulente finanziario e assicurativo può essere interpretato al femminile ed essere un fattore decisivo per promuovere l'empowerment femminile".

Proprio per rimarcare un simile impegno ed evidenziare l'importanza di sostenere le best practice del settore, la compagnia ha voluto arricchire il proprio progetto di ricerca con il lancio del Premio Edufin Index Donna. Il riconoscimento è destinato a organizzazioni non profit in Italia che abbiano sviluppato e promosso progetti volti a favorire la promozione e la divulgazione dei temi finanziari all'interno della platea del pubblico femminile. Tre le realtà premiate in questa prima edizione dell'iniziativa, con le rappresentanti delle organizzazioni vincitrici che sono salite sul palco dell'evento per ritirare il riconoscimento: Clotilde Rossi e Maria Luciana Scandola per l'Associazione di Carità San Zeno ODV ETS, Catia Feoli e Alessandra Avanzi per CADMI – Casa di Accoglienza delle Donne Maltrattate, e Manuela Prandini e Mary Cris Cocjin per Penso a Te – Educazione Finanziaria al Femminile APS. (continua a pagina 3)



un momento della premiazione

Insurance made
by Entrepreneurs
for Entrepreneurs.

Your Partner
in Mid-Market.



HDI

(continua da pagina 2)

L'ORA DI EDUCAZIONE FINANZIARIA

Un altro focus specifico è stato poi dedicato ai giovani. Anche in questo caso, come già accennato, il rapporto ha evidenziato un certo gap generazionale: i giovanissimi, ossia i cittadini di età compresa fra 18 e 24 anni, scontano un ritardo di circa sette punti percentuali rispetto agli adulti di età superiore a 35 anni. L'unica buona notizia, in questo caso, è che la cosiddetta generazione Z mostra un più alto livello di socializzazione finanziaria rispetto alle generazioni precedenti: in pratica, detto in termini più semplici, ha appreso maggiormente in famiglia i rudimenti della materia. I genitori sembrano aver dedicato un tempo maggiore all'educazione finanziaria dei propri figli. E quest'ultimi hanno mostrato una certa tendenza a iniziare prima a gestire il proprio denaro rispetto a quanto si poteva registrare in passato.


In ogni caso, come detto, il livello di alfabetizzazione finanziaria e assicurativa resta scarso, con il punteggio complessivo che non va oltre uno striminzito 50 su 100. Ed è forse anche in ragione di questa evidenza che le famiglie italiane sembrano caldeggiare, secondo quanto previsto dalla legge Capitali, l'introduzione dell'educazione finanziaria e assicurativa nei programmi di ogni ordine e grado all'interno dei programmi di educazione civica: l'80% dei genitori, a tal proposito, ritiene che la novità possa influire positivamente sull'educazione dei propri figli. Fra gli argomenti di maggior interesse ci sono la gestione della paghetta, la protezione dalle truffe e la comprensione del sistema economico.

LE INIZIATIVE DI ALLEANZA ASSICURAZIONI

La presentazione del rapporto ha infine fornito l'occasione per promuovere e rinnovare le iniziative lanciate da Alleanza Assicurazioni per diffondere la cultura finanziaria e assicurativa. La compagnia ha innanzitutto aderito per il quarto anno consecutivo al Mese dell'educazione finanziaria organizzato dal comitato per la programmazione e il coordinamento delle attività di educazione finanziaria. Ha quindi ricordato il suo *Programma nazionale di educazione finanziaria e assicurativa*, progetto lanciato nel 2020 e articolato in seminari gratuiti come *Protection Day*, *Investment Day* e *Previdenza Day* che in quattro anni hanno coinvolto circa 380mila partecipanti. E ha infine ricordato il *Tour dell'educazione finanziaria*, iniziativa lanciata proprio nel 2024 che ha visto la partecipazione delle consulenti della compagnia e delle istituzioni locali protagoniste di un viaggio in sette tappe attraverso l'Italia per affrontare le differenti situazioni di fragilità finanziaria emerse dall'osservatorio.

Spazio infine per una nuova campagna di comunicazione che mette al centro l'arte e la fruibilità di numeri e dati con l'obiettivo di rendere l'educazione finanziaria alla portata di tutti. Nel dettaglio, grazie al contributo di un data visualization artist, i risultati del rapporto saranno trasformati in piccole opere d'arte che parlano alla collettività. La campagna partirà a dicembre e sarà presente in 20 città italiane.

Giacomo Corvi

Allianz 

SIAMO ALLIANZ COMMERCIAL

Dalle grandi aziende
alle piccole imprese

Scopri di più

COMPAGNIE

Dal Gruppo Helvetia Italia un podcast per diffondere la cultura assicurativa

La serie, a cura di Leonardo Manera, si intitola Protetti e R-assicurati. La serenità alla Manera di Leonardo, ed è disponibile su Spotify e sul sito della compagnia

Si chiama *Protetti e R-assicurati. La serenità alla Manera di Leonardo* il podcast realizzato dal Gruppo Helvetia Italia con Leonardo Manera (pseudonimo di Leonardo Antonio Bonetti) conduttore radiofonico, comico, attore e cabarettista. Si tratta di una serie di dieci podcast, disponibili sui canali Spotify e su Spreaker del Gruppo Helvetia Italia, nati per promuovere la cultura assicurativa sfruttando media e modalità innovative rispetto all'informazione tradizionale: in una nota, la compagnia sottolinea che la serie è stata ideata "al fine di raccontare, in maniera immediata, chiara, semplice, ironica e leggera, l'importanza dell'assicurazione nella protezione



di quei rischi della vita quotidiana che, altrimenti, avrebbero un impatto economico anche considerevole sulle finanze familiari". Il messaggio chiave comunicato da Leonardo Manera è che la protezione economica fornita dalle assicurazioni rappresenta uno scudo per la protezione del proprio patrimonio e della propria serenità futura.

Gli episodi, in uscita tutti i martedì da fine settembre a fine novembre, affrontano un tema specifico alla volta. Tra i titoli: *Pronti, via... dal carrozziere* (danni grandinigeni); *Hawaii ahi ahi!* (polizza viaggio); *Per Max tutto il massimo* (polizza animali); *Premio auto epoca* (polizza auto d'epoca); *Denny non fare danni* (Rc capofamiglia), *La vita è Aequa* (previdenza complementare).

Il video di lancio del progetto sulla pagina Instagram del Gruppo Helvetia Italia:

<https://www.instagram.com/reel/DAQYK8svPAp/>

B.M.

AI, EFFICIENZA OPERATIVA E CENTRALITÀ DEL CLIENTE



INSURANCE CONNECT TV

Inserita nell'ampia strategia di sviluppo del beyond insurance di Unipolsai, la customer experience su cui si basa Unipol Move trova supporto nelle tecnologie evolute di Assist Digital, unite alla specializzazione nella gestione dei processi di vendita e post vendita, anche basati su strumenti di intelligenza artificiale. Ne parliamo con Francesca Gabrielli, amministratrice delegata Assist Digital e Giorgio Battista, responsabile operations Unipol Move

**GUARDA LA VIDEO INTERVISTA
SU WWW.INSURANCECONNECT.TV**

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

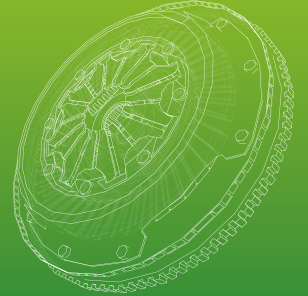
Per inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.it

Supplemento al 5 novembre di www.insurancetrade.it – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577

RC AUTO, DAL CLIENTE ALLA SOSTENIBILITÀ DEL SISTEMA

12 NOVEMBRE 2024 | 9:00 - 17:00

Hotel Meliá | Via Masaccio 19, 20149, Milano



La competitività nel ramo auto si gioca oggi su più livelli di azione e di investimento: l'efficienza operativa, l'utilizzo di tecnologie evolute e dei dati che queste sono in grado di generare, la profilazione del cliente, il contrasto alle frodi, la formulazione di servizi più o meno integrati in un ecosistema della mobilità, le partnership tecnologiche e distributive.

Il settore assicurativo ha vissuto in poco tempo una accelerazione dell'innovazione nell'Rc auto: un dinamismo che però ha sempre dovuto fare i conti con la necessaria sostenibilità del sistema, il rigore tecnico e il prezzo della polizza in un mercato sempre più competitivo.

Trasversalmente a questo scenario resta il grande tema della normativa e delle attività del regolatore, i cui obiettivi sono la tutela del cliente, la tenuta del sistema, il controllo di una concorrenza virtuosa.

Molti sono ancora i nodi che sembrano contrastare l'andamento dell'Rc auto e condizionarne lo sviluppo, in un mercato basato sulla mutualità a cui dare ogni giorno risposte adeguate, efficienti e di qualità per i clienti. Un contesto che richiede il costante dialogo tra istituzioni, compagnie e operatori della filiera distributiva e liquidativa.

Il convegno si propone di analizzare:

- *I trend di mercato, l'andamento dei premi e la relazione tra consumatori e costo dell'Rc auto*
- *Le strategie competitive delle compagnie*
- *La riforma dell'Rc auto: criticità e opportunità*
- *L'underwriting come attività strategica: tecnologie, strumenti e obiettivi*
- *La customer experience tra utilizzo e valore dei dati, gestione del rischio e servizi integrati*
- *Rc auto, l'omnicanalità nell'ecosistema della mobilità*
- *L'evoluzione della mobilità*
- *La centralità dell'attività antifrode*
- *Gestione sinistri: il valore economico del legame tra efficienza e servizio*
- *Il ruolo della rete distributiva e liquidativa*

Main sponsor



PROGRAMMA

Modera: Maria Rosa Alaggio, direttore di Insurance Trade e Insurance Review

| | |
|---------------|---|
| 09.00 – 09.30 | ■ REGISTRAZIONE |
| 09.30 – 09.50 | ■ I TREND DI MERCATO E IL GRANDE CANTIERE DELLA RIFORMA RC AUTO <i>Keynote speech</i> - Alina Fantozzi, partner di Innovation Team - Mbs Consulting (Gruppo Cerved) - Maurizio Hazan, managing partner dello studio legale Thmr |
| 09.50 – 10.10 | ■ CONNECTED INSURANCE: LA NUOVA FRONTIERA DELLA CUSTOMER JOURNEY - Marco Amendolagine, head of product management, Europe and Apac di Cambridge Mobile Telematics |
| 10.10 – 10.40 | ■ TAVOLA ROTONDA – UNDERWRITING: CONOSCENZA DEL CLIENTE E GESTIONE DEI RISCHI - Pamela Botta, responsabile underwriting di Zurich Italia - Daria Cigliana, responsabile funzione attuariale di Intesa Sanpaolo Vita - Francesca Di Paola, direttore attuariato di Sara Assicurazioni |
| 10.40 – 11.00 | ■ DATI E AI: STRADA OBBLIGATA PER LA PRICING SOPHISTICATION - Giuseppe Dosi, head of insurance di Crif |
| 11.00 – 11.30 | ◆ <i>Coffee break</i> |
| 11.30 – 13.00 | ■ TAVOLA ROTONDA – DAL CLIENTE ALLA SOSTENIBILITÀ DEL SISTEMA - Luca Colombano, direttore generale di Italiana Assicurazioni - Antonio De Pascalis, capo del servizio studi e gestione dati di Ivass - Gilberto Guerrieri, responsabile servizio Gestione fondi e organismo di indennizzo di Consap - Umberto Guidoni, co-direttore generale di Ania - Maria Cristina Leoni, responsabile servizio Amministrazione fondi di Consap - Enrico San Pietro, insurance general manager di UnipolSai |
| 13.00 – 14.00 | ◆ <i>Lunch</i> |
| 14.00 – 14.20 | ■ DUSTIN, DECISIONI BASATE SUI COMPORTAMENTI DEL CONDUCENTE - Enrico Landolfi, R&D Manager di Innovability - NetCom Group |
| 14.20 – 14.40 | ■ OUTSOURCING SINISTRI FRA INNOVAZIONE E SOSTENIBILITÀ - Francesco Privitera, ceo di Sogesa |
| 14.40 – 15.10 | ■ TAVOLA ROTONDA – LA MOBILITÀ DEL FUTURO - Giuseppe Benincasa, direttore generale di Aniasa - Lorenzo Premuda, technical manager di Carglass - Elisa Vannini, ricercatrice dell'Osservatorio Connected Vehicle & Mobility del Politecnico di Milano |
| 15.10 – 15.30 | ■ RIFORMA RC AUTO: L'IMPORTANZA DELL'ATTIVITÀ ANTIFRODE - Sonia De Canale, owner di Claim Expert |
| 15.30 – 17.00 | ■ TAVOLA ROTONDA – GESTIONE SINISTRI, IL VALORE ECONOMICO DEL LEGAME TRA EFFICIENZA E SERVIZIO - Luigi Barone, direttore sinistri di Reale Mutua - Daniele Ferraro, responsabile del servizio sinistri di Bene Assicurazioni - Laura Gargasole, responsabile sinistri del Gruppo Helvetia Italia - Michele Grilli, direttore sinistri Rc auto di Sara Assicurazioni - Norberto Odorico, chief claims officer di UnipolSai - Pierluigi Pellino, head of motor claims & head of claims support di Generali Italia - Attilio Speri, head of claims di Verti Assicurazioni - Roberto Trementozzi, responsabile gestione sinistri area tecnica danni di Crédit Agricole Assicurazioni |



CONVEGNO

12 NOVEMBRE 2024 | 9:00 - 17:00

RC AUTO, DAL CLIENTE ALLA SOSTENIBILITÀ DEL SISTEMA

Main sponsor



ISCRIVITI CLICCANDO QUI

SCARICA IL PROGRAMMA COMPLETO