



PRIMO PIANO

INTERMEDIARI

Private equity, +167% in Italia

Il primo semestre 2014 ha confermato il trend positivo nel mercato italiano del private equity e del venture capital. Secondo i dati presentati dall'Aifi (associazione italiana del private equity e venture capital) la raccolta sul mercato segna un aumento del 167,3% a 434 milioni di euro, rispetto ai 162 milioni dello stesso periodo del 2013, mostrando il prevalere della componente estera con il 51%. A rappresentare la fonte principale, con una quota pari al 39%, sono i fondi di fondi, cui seguono le assicurazioni (con il 24%), i fondi pensione e le casse di previdenza (14%). In aumento anche l'ammontare investito che segna un +34,3% a 1.890 milioni. È invece diminuito il numero delle operazioni, passato a 139 da 161 dei primi sei mesi dello scorso anno (-13,7%). Da segnalare, quest'anno, l'exploit delle operazioni di buyout: l'ammontare ha registrato un +24,8% a 1.152 milioni. "I dati dimostrano che l'attività di sensibilizzazione verso i fondi istituzionali inizia a dare qualche segnale positivo", ha spiegato il presidente di Aifi, Innocenzo Cipolletta sottolineando la crescente attenzione degli operatori stranieri "che portano capitali indispensabili per la crescita".

Beniamino Musto

Generali, il futuro passa dagli agenti?

Alla quinta convention della rete, presenti i big della compagnia, da Mario Greco a Philippe Donnet, che promettono investimenti in cambio di disponibilità all'innovazione: a breve una nuova partnership per i servizi alla clientela. Intanto l'integrazione in Italia procede veloce, ma con qualche intoppo informatico

Se qualcuno avesse potuto dubitare dell'impegno di **Generali** verso gli intermediari, ieri, 21 ottobre, alla quinta convention del gruppo agenti si è avuta la prova tangibile dell'infondatezza di questo dubbio. Anzi due prove tangibili: la presenza di **Philippe Donnet**, ad della newco Generali Italia e, soprattutto, quella del group ceo **Mario Greco**, che, oltre a ribadire la fiducia di tutto il top management per gli agenti del gruppo, ha annunciato nuovi prodotti e nuovi servizi per il prossimo futuro.

L'evento, ospitato all'hotel Principe di Savoia di Milano, giunge all'indomani della recente chiusura (14 ottobre) di un importante accordo integrativo tra Generali Italia e il gruppo, che il presidente **Vincenzo Cirasola** non fatica a definire "storico". Anche quest'ultimo accordo è un piccolo (grande) tassello nella costruzione generale della nuova compagnia che riunisce tutte le attività del Leone in Italia, riducendo i marchi da dieci a tre.

UN CAMBIAMENTO GESTITO E SOPPORTATO

L'anno scorso e quest'anno, gli agenti di Generali, **Toro**, **Ina Assitalia** e **Lloyd Italo** hanno dovuto accompagnare un cambiamento di pelle profondo: in parte sopportato, in parte gestito in prima linea. Una sfida, la ristrutturazione di Generali in Italia, che ha richiesto anche sacrifici pesanti per alcuni agenti e su cui, nonostante l'appoggio al progetto della compagnia, Cirasola non si esprime ancora compiutamente: "al termine di tutta la fase di riprogettazione - ha detto dal palco della convention il presidente del gruppo - esprimeremo la nostra opinione sull'integrazione, in base soprattutto ai risultati. Tutti noi, comunque, conserviamo l'orgoglio di operare sotto il marchio Generali".

Una riorganizzazione complessa, quella della compagnia in Italia, è già di per sé una prova dell'investimento nel mercato italiano e nella rete, visto che gli agenti sono i principali produttori di ricavi per Generali. In questa "fase epocale", gli agenti hanno risposto all'appello del management, lavorando al fianco dei manager che si stanno occupando della ristrutturazione, ma non hanno ancora visto i frutti di questa operazione. "Auspichiamo - ha sottolineato Cirasola - che i risparmi vadano a beneficio degli agenti".

GRECO, AL VIA LA NUOVA FASE DI CRESCITA

Risparmi, razionalizzazione, ristrutturazioni sembrano parole per descrivere un momento difficile, una fase in difesa.

(continua a pag. 2)



Vincenzo Cirasola, presidente Gaa Generali



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



A sinistra Mario Greco, group ceo di Generali



(continua da pag. 1)

Questo periodo, lungo e con molti cambiamenti, sta però terminando, come ha confermato Greco nel suo intervento, specificando che dopo due anni di assestamento, a livello di gruppo, Generali punta alla crescita e allo sviluppo. “La fase più critica – ha ammesso – è stata appunto l’integrazione delle attività italiane”. Greco ha ripercorso le tappe, dal suo arrivo fino a oggi: un debito pesante, la necessità di un aumento di capitale (sventato), partecipazioni in perdita in portafoglio, una solidità patrimoniale intaccata. Oggi le cose vanno molto meglio: “nessuno può più dire queste cose di Generali”. Secondo Greco, in Italia non si poteva fare meglio e così in fretta: “gli agenti italiani – ha spiegato il group ceo – hanno alle spalle la compagnia più forte di questo Paese, che opera in uno dei primi dieci mercati al mondo, e che dal punto di vista assicurativo ha grandi spazi di crescita”.

Parlando ai presidenti dei gruppi agenti francese, **Bernard Jennot**, e tedesco, **Christian Schmidt**, entrambi presenti in sala, Greco ha annunciato di voler puntare sull’Europa, “un continente ancora ricchissimo”, e sulla distribuzione agenziale, che è “importantissima, per storia e competenze: per questo tutte le reti saranno supportate”. Tra un mese, Generali annuncerà una partnership per la fornitura di nuovi servizi ai clienti, da veicolare attraverso le agenzie. “Sono fiero e soddisfatto dei risultati ottenuti in questi due anni dagli agenti – ha detto in conclusione – e con loro continueremo a sviluppare i nostri progetti”.

DONNET, CON GENERALI ITALIA PIÙ SOLDI PER LE AGENZIE

Nonostante l’integrazione delle compagnie italiane sia considerata uno dei successi più importanti raggiunti dal top management della compagnia, i vertici non hanno nascosto le criticità, dal punto di vista informatico e di organizzazione dei processi, che le reti e le strutture intermedie hanno dovuto sopportare. (continua a pag. 3)

La **DCA Consulting S.r.l.** nasce nel 2001 per offrire al mercato corporate, nelle specifiche aree del **claims management**, soluzioni operative e organizzative orientate alla qualità assoluta, con un **forte focus sul cliente** e sui **target condivisi**.

I **Services DCA** con **High Skilling** a maggior impatto sull'intero territorio Italiano sono:

- **Pre/Litigation Area**
- **Antifraud Area**
- **Legal Network Premium Area**
- **IT Mobile Area**

La **ventennale esperienza** della **divisione legale** nel settore assicurativo in materia di:

- **Compliance regolatoria**
- **Claims Litigation**
- **Legal Management**
- **Legal Coach Management**

identifica la **Legal Area DCA** come il miglior servizio legale fruibile in termini di **Best Price/Quality**.

La gestione e l'audit dei processi Legali - Medico Legali - Antifrode - Tecnico Estimativi della DCA Consulting sono Certificati ISO9011:2008

Con la **divisione tecnica** che estende le sue competenze in tutti i settori dell'**estimo**, attribuendo per l'Insurance e la Recovery ad ogni ramo di riferimento **periti** specializzati nei rispettivi settori, si completa la **vision** della **DCA Consulting s.r.l.** come una **Integrated Skill Company**, operante capillarmente su tutto il territorio Italiano.

DCA CONSULTING
ASSISTENZA ASSICURATIVA LEGALE E PERITALE

Via Valadier, n° 36 - Roma
Tel. 06-89015080/1/2 - 06-45540743
Fax 06-62277224 int.312

Via Attilio Regolo, 19 - Roma
Tel.06-32803323 Fax 06-62277224

e-mail: info@dcaconsulting.it
web: www.dcaconsulting.it



(continua da pag. 2)

Philippe Donnet ha ricordato che il lavoro di integrazione non ha limitato la crescita della newco, soprattutto considerando il ramo vita, in progressione sia dal punto di vista dei volumi, sia del valore del portafoglio.

“Generali Italia è il più grande progetto assicurativo mai realizzato in così poco tempo: sento di dover ringraziare gli agenti per la disponibilità e la collaborazione”, ha detto Donnet, presentando anche il nuovo management della compagnia, del quale fa parte anche **Stefano Gentili**, chief marketing & distribution officer, arrivato da **Allianz**, solo un mese fa.

“Ci sono delle disfunzioni informatiche - ha poi ammesso Donnet -, ma le stiamo affrontando e risolvendo”. L'anno prossimo gli agenti saranno chiamati all'ultimo sforzo: partirà la piattaforma unica per i rami elementari, un passaggio che sarà “molto complesso” per stessa ammissione dell'ad. A fine 2015, il 90% del percorso sarà coperto. “Grazie a questa integrazione - ha precisato Donnet - potremo investire di più per migliorare le agenzie”. Tra questi investimenti, parte dei 300 milioni stanziati per la rete, la diffusione delle nuove tecnologie per la stipula in mobilità dei contratti, la digitalizzazione del back office, i nuovi servizi legati alla black box e all'assistenza dei clienti. Generali Italia vuole essere percepita dai clienti come la prima scelta, non solo per storia e tradizione, ma anche per innovazione e servizi.

GENTILI, L'INNOVAZIONE AL SERVIZIO DELLA CRESCITA

Non solo (ma anche) per questo, è stato chiamato Stefano Gentili, l'uomo che, insieme a **George Sartorel**, in Allianz Italia ha scommesso sull'innovazione spinta e sull'agenzia digitale, poi diventata un modello (più o meno esplicitamente) per quasi tutte le compagnie. Partendo dal dato che il canale tradizionale degli agenti è al momento in crisi strutturale, Gentili ha negato il fatto che questi sia un intermediario in via di estinzione. Visti il cambio dei comportamenti d'acquisto della clientela e la multicanalità su cui tutte le compagnie stanno puntando, è necessario che l'agente sia più veloce. “C'è innovazione - ha sostenuto Gentili - quando la creatività genera margini. L'agenzia deve essere capace di attrarre competenze, professionalità e un cliente in cerca del valore aggiunto fornito dall'agente. Ma è molto importante che l'idea di cambiamento sia radicata, perché siamo in un



Un momento della tavola rotonda

mondo veloce che ci presenta ogni giorno cambiamenti repentini”. Tornando alla concretezza dei numeri (che agli agenti interessa, ovviamente), Gentili non ha escluso la possibilità

che, con un abbassamento ulteriore del combined ratio, gli agenti possano beneficiare dei risparmi ottenuti. Da investire, chiaramente, in innovazione.

LE CINQUE CHIAVI PER IL CAMBIAMENTO

A margine della convention, che ha visto anche gli interventi di **Alessandro De Besi**, presidente del **Bipar** e, nella tavola rotonda, quelli di **Massimo Bussetti** di **Boston Consulting** e **Chiara Frigerio**, segretario generale del **Cetif**, è stata presentata la ricerca *Agent Channel R-Evolution - Integrazione e sinergie tra canali innovativi e rete agenziale*, che ha indagato il nuovo modello di agenzia, dal punto di vista di 1500 agenti di assicurazioni. La survey, curata dal Cetif, ha messo in evidenza alcune criticità segnalate dagli agenti Generali (il 55% del tempo in agenzia è speso in oneri amministrativi), ma ha anche mostrato la forza della rete, che può vantare un portafoglio molto equilibrato, composto da un terzo ramo auto (36%), un terzo danni (33%) e un terzo vita (30%). Tuttavia, il centro studi ribadisce la necessità di un rafforzamento del settore danni non auto e di un atteggiamento proattivo nella vendita improntata alla consulenza.

Obiettivi realizzabili ma che passano dalla piena implementazione di cinque elementi chiave: più informazione alle agenzie (dati e patrimonio conoscitivo del cliente); digital insurance (digitalizzazione e innovazione di processo); canali diretti (un supporto on line per l'interazione tra agenti e clienti); differente gestione dei pagamenti e degli incassi, e nuovi servizi ad alto valore aggiunto.

Fabrizio Aurilia



Insurance Daily

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio alaggio@insuranceconnect.it

Editore e Redazione: Insurance Connect Srl, Via Montepulciano 21, 20124 Milano 02.36768000 redazione@insuranceconnect.it

Per inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.it

Supplemento al 22 ottobre di www.insurancetrade.it

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



RIPENSARE L'RC AUTO

Milano, 12 novembre 2014 (9.30 - 17.00)
Palazzo delle Stelline, Corso Magenta 61

PROGRAMMA

Chairman Maria Rosa Alaggio, *Direttore di Insurance Review e Insurance Magazine*

09.30 - 10.00 – **Registrazione**

10.00 - 10.20 – **Presentazione della ricerca "Sistemi e processi per la gestione dei sinistri nel Ramo Rc auto"**
a cura di Scs Consulting

10.20 - 10.40 – **L'efficienza nella gestione dei sinistri**

10.40 - 11.00 – **Via libera della Consulta all'art. 139 del CAP: fine di un'epoca?**
Maurizio Hazan, studio legale Taurini & Hazan

11.00 - 12.30 – **TAVOLA ROTONDA: Ripensare l'Rc Auto**
Giovanni Calabrò, direttore generale Antitrust
Giovanna Gigliotti, direttore sinistri UnipolSai
Paolo Panarelli, direttore generale Consap
Fabrizio Premuti, presidente Konsumer Italia
Fabio Sattler, direttore area sinistri Allianz
Massimo Treffiletti, dirigente responsabile servizio Card accordi associativi antifrode Ania Generali Italia ()*

12.30 - 13.00 – **Q&A**

13.00 - 14.00 – **Lunch**

14.00 - 14.20 – **Il contrasto alle frodi**
a cura di I.car

14.20 - 14.40 – **Il risarcimento del danno alla persona**

14.40 - 15.00 – **Intervista ad Alessandro Santoliquido, direttore generale Sara Assicurazioni e presidente commissione auto Ania**

15.00 - 15.20 – **L'esperienza nei Paesi europei**

15.20 - 16.45 – **TAVOLA ROTONDA: Come migliorare il processo di liquidazione sinistri**
Barbara Buralli, responsabile sinistri e contenzioso Intesa Sanpaolo Assicura
Luigi Caligaris, direttore Quattroruote Professional
Andrea Lorenzoni, chief claims officer Zurich
Paolo Masini, direttore sinistri Cattolica Assicurazioni
Pierluigi Pellino, responsabile coordinamento, organizzazione e monitoraggio sinistri Axa Assicurazioni
Paolo Rozzi, responsabile direzione sinistri Groupama Assicurazioni
Ferdinando Scoa, direttore sinistri Assimoco
Massimo Treffiletti, dirigente responsabile servizio Card accordi associativi antifrode Ania

16.45 - 17.00 – **Q&A**

Iscriviti su www.insurancetrade.it
Scarica il programma completo

sponsorizzato da

