



PRIMO PIANO

COMPAGNIE

Gaz, Ulivieri confermato presidente

Enrico Ulivieri è stato confermato presidente del gruppo agenti Zurich. Si tratta del quarto mandato di fila per l'agente Zurich. Tutto si è svolto nel week end scorso, 20 e 21 settembre, a Zurigo dove il gruppo agenti aveva deciso di convocare il congresso elettivo, molto vicino alla sede centrale della compagnia. Una scelta che il presidente rivendica come coraggiosa e che testimonia l'attaccamento degli intermediari alla compagnia, anche in questi anni difficili, dove il disagio e le difficoltà economiche sono state rappresentate più volte.

Il congresso è stato molto sentito dagli agenti, vista l'ampia partecipazione (tra presenti e deleghe, intorno al 95%) e il coinvolgimento nel dibattito, che è stato vario e caratterizzato da molti interventi. Ma soprattutto c'è stata competizione vera, con la presentazione di due liste a sfidarsi: l'ha spuntata a larga maggioranza Ulivieri e la sua linea, cui è gli agenti hanno dato ancora fiducia.

Al congresso hanno partecipato anche il top management italiano e il responsabile della distribuzione agenziale a livello globale: quest'ultimo ha ribadito l'importanza dell'Italia per il business di Zurich e la volontà di investire ulteriormente.

FA.

Cattolica punta sul retail, tra innovazione e sviluppo

La società presenta un piano industriale ambizioso che ha come innesco un aumento di capitale per 500 milioni di euro da completare entro novembre. A fine 2017, l'impresa di Verona avrà un miliardo in più di premi e oltre 200 milioni di utile netto

Uno sforzo strategico, organizzativo ed economico, dopo anni difficilissimi ma che hanno portato risultati. Un periodo chiuso con il botto dall'acquisizione di **Fata Assicurazioni**, che rappresenta, contemporaneamente, la conclusione di un ciclo di crescita nel *core business*, il rafforzamento delle reti e utili sostenibili, ma anche la base per il quadriennio 2014-2017, i cui obiettivi sono uno sviluppo ulteriore e una redditività solida tanto quanto lo dovrà essere il *buffer* patrimoniale. I pilastri che sosterranno questo sforzo sono tre: in primis un aumento di capitale da 500 milioni di euro, che è il vero *trigger* del piano d'impresa, poi una nuova struttura organizzativa più flessibile e un significativo investimento in innovazione e tecnologia da circa 100 milioni (da aumento). Nelle intenzioni del management, e nelle speranze degli azionisti, a fine 2017 **Cattolica** sarà quindi più grande, ancor più radicata nel territorio e soprattutto molto più tecnologica e innovativa, aspetto su cui l'ad **Giovan Battista Mazzucchelli** ha spinto molto, riconoscendo che altri player, oggi, sono più avanti.



UN AUMENTO DI CAPITALE ALL'ATTACCO

Il piano industriale di Cattolica, presentato venerdì 19 settembre a Milano, si pone obiettivi molto ambiziosi, ma, secondo quanto sostiene il management, sostenibili. L'attenzione principale va ovviamente all'aumento di capitale, che il cda ha approvato all'unanimità applicando una delibera del 2011.

“Non è un aumento difensivo - ha detto Mazzucchelli - ma guarda al futuro; non ci sono problemi né di *Solvency I*, né di *Solvency II* che, anche senza aumento, a fine piano si attesterebbero entrambi al 150%”. Invece a fine 2017, secondo il piano, i due indicatori di solidità saranno oltre il 160%, come ha confermato **Carlo Ferraresi** che nella nuova struttura è cfo e vice direttore generale.

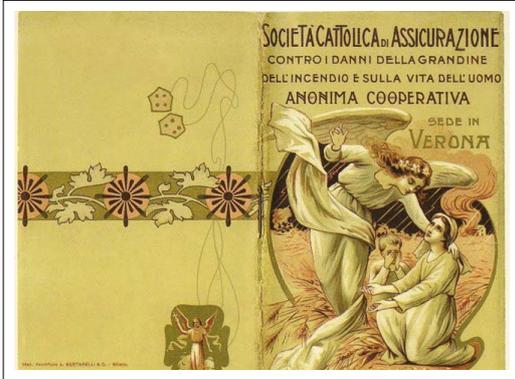
UN MILIARDO DI PREMI IN PIÙ

Venendo ai numeri del piano industriale, il management di Cattolica si attende una crescita di circa un miliardo di euro complessivi a 5,8 miliardi, divisi tra 3,4 miliardi nel vita (al 2013 erano 2,7) e 2,4 nei rami danni (1,7 nel 2013), con una particolare concentrazione sul mercato retail danni non auto. Al 2017, inoltre, la compagnia fissa il target dell'utile netto consolidato a 209 milioni di euro, che a confronto con i 64 milioni del 2013 sembra un impegno molto gravoso. Tuttavia, considerati i 31 milioni dell'addizionale Ires, i 14 milioni di realizzi e i 10 milioni di utile di Fata non ancora consolidata, il profitto dovrà incrementare di circa 90 milioni. Per quanto riguarda la finanza, Cattolica prevede un Roe al 9% e un *combined ratio* danni al 93% dal 93,5% di fine 2013.

(continua a pag.2)



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



La sede di Fata Assicurazioni

(continua da pag. 1)

ACQUISIZIONI SOLO SE COERENTI CON LA STRUTTURA

Come realizzare questi risultati, concretamente, è stato l'oggetto principale della presentazione.

In primis, attraverso l'aumento di capitale, che sarà impegnato per 100 milioni sull'innovazione, 200/250 per la crescita interna e i restanti 150/200 milioni per acquisizioni. "Non ci sono al momento fatti concreti e non vedo opportunità nel breve e medio periodo", ha spiegato Mazzucchelli, precisando però che se si dovessero presentare opportunità saranno valutate, ma solo se "coerenti con la nostra natura di compagnia con struttura territoriale, soprattutto radicata nei piccoli centri". L'ad ha negato l'intenzione di acquisire compagnie dirette, anche perché Cattolica possiede già **Tua Assicurazioni**, un'impresa soprattutto dedicata agli agenti plurimandatari e che "negli due tre ultimi anni sta crescendo e portando risultati".

IL MOTORE DEL SETTORE RETAIL

Lo sviluppo interno sarà guidato da una nuova strategia, a partire dal ramo danni, che vedrà una difficoltà dei margini Rc auto, con un conseguente deterioramento del combined ratio, riequilibrato però dagli altri rami danni e da una politica di micro-pricing che già si sta sviluppando.

"Il piano prevede - ha spiegato **Marco Cardinaletti**, uno dei due direttori generali - una forte spinta allo sviluppo dei rami elementari e un bilanciamento del mix di portafoglio in favore del settore persona (Infortuni, *ndr*); insieme a un contenimento del costo dei sinistri e uno sviluppo della telematica nel ramo auto, ma anche non auto". Una particolare rilevanza sarà dato al settore agricolo in senso lato, dove sarà importante una sempre maggior penetrazione dei prodotti danni, ma anche un cross

selling su famiglie, spingendo sulla previdenza. "A fine piano - ha precisato Mazzucchelli - auspichiamo da Fata un contributo all'utile consolidato pari a 19-20 milioni di euro".

Per quanto riguarda il ramo vita, Cattolica punta a crescere in previdenza e welfare: funzionale alle sinergie in questo senso è stato il consolidamento di **Cattolica Previdenza**. In ottica di Solvency II, la compagnia mira a crescere nei prodotti a minor assorbimento di capitale, con polizze multiramo e *protection*. Grandi aspettative dal ramo III, specialmente dai contratti *unit linked*, che nelle intenzioni dovranno passare dalla quota del 2% a quella del 18%.

ARRIVA L'AGENZIA DIGITALE

Nulla di tutto questo si potrà fare senza i canali distributivi. La natura di compagnia tradizionale, fisica e territoriale di Cattolica non cambierà, ha confermato l'ad, ma certamente l'evoluzione coinvolgerà anche gli agenti. "Partendo da una gestione integrata di tutte le reti - ha spiegato **Flavio Piva**, direttore generale e responsabile reti e operations - vogliamo un'agenzia sempre più digitale". La società non prevede di chiudere agenzie, ma punta ad avere un portafoglio medio per agenzia di 2,1 milioni, dagli 1,4 di fine 2013 (nel 2008 era pari a un milione). Questo potrà avvenire anche attraverso una diversa segmentazione delle agenzie (ovvero accorpamenti per alcune di quelle più piccole), un investimento importante sull'agenzia digitale (*paperless*, vendita in mobilità) e sulla semplificazione delle attività di back office. Se gli agenti iscritti alla lettera A non aumenteranno, Cattolica lancerà un piano per attirare circa 400 sub agenti.

Alle viste, infine, non c'è una modifica nella remunerazione dell'agente in base alla redditività, anche se, ha sottolineato Riva, "non c'è una preclusione da parte del management".

Queste, quindi, le sfide lanciate da Cattolica, in primis a se stessa e poi al mercato. "È arrivato il momento di investire - ha concluso Mazzucchelli -, ce lo chiede il mercato e un cliente sempre più consapevole, esigente e digitale. Si apre oggi una fase nuova di sviluppo".



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

Fabrizio Aurilia



Aggravamento o modifiche del rischio



Qualora successivamente alla stipulazione del contratto di assicurazione, per cause sopravvenute e imprevedibili, si verificano modificazioni del rischio tali da incidere stabilmente sulla sua gravità, l'assicurato ha l'obbligo di darne immediata comunicazione all'assicuratore.

Questi ha facoltà di recedere immediatamente dall'assicurazione, nel caso in cui l'aggravamento fosse

1. si siano verificate circostanze imprevedute che abbiano modificato il rischio, aggravandolo;
2. sia conseguentemente aumentata la possibilità che si verifichi un evento dannoso e l'entità dell'evento stesso;
3. tali circostanze permangano nel tempo.

Gli articoli 1897 e 1898 fanno parte delle "norme inderogabili" elencate all'articolo 1932 del Codice Civile poiché salvaguardano l'assicuratore da eventuali comportamenti illeciti posti in atto dagli assicurati, garantendogli il diritto di incassare un premio proporzionato al rischio effettivamente corso. Allo stesso tempo, però, essi inducono gli assicurati a proteggere i propri interessi, mantenendo il controllo del rischio ceduto, nel rispetto di quel principio indennitario che è sotteso a tutta la normativa che regola l'assicurazione danni.

Tuttavia, com'è facilmente arguibile, queste norme sono fonte di un certo contenzioso tra le parti, probabilmente perché gli assicurati non percepiscono sempre la portata dell'eventuale aggravamento del rischio ceduto e sono spesso ignari delle conseguenze che può comportare il mancato controllo del rischio stesso.

Sotto questo aspetto è assai rilevante il ruolo svolto dall'intermediario per sensibilizzare l'assicurato circa i vantaggi di un corretto risk management.

Cinzia Altomare,
Gen Re

di tale entità che - se conosciuto in anticipo - non gli avrebbe consentito di assumere il rischio stesso.

In alternativa, l'assicuratore ha diritto di richiedere l'eventuale maggior premio necessario per coprire il maggior rischio corso o di recedere dal contratto, nel termine di 15 giorni dal momento in cui le circostanze aggravanti sono venute alla luce.

Le somme eventualmente dovute a fronte di sinistri occorsi fino al momento dell'effettivo recesso saranno ridotte in proporzione al rapporto tra il premio stabilito nel contratto e quello che sarebbe stato fissato se il maggior rischio fosse esistito all'atto della stipulazione della polizza.

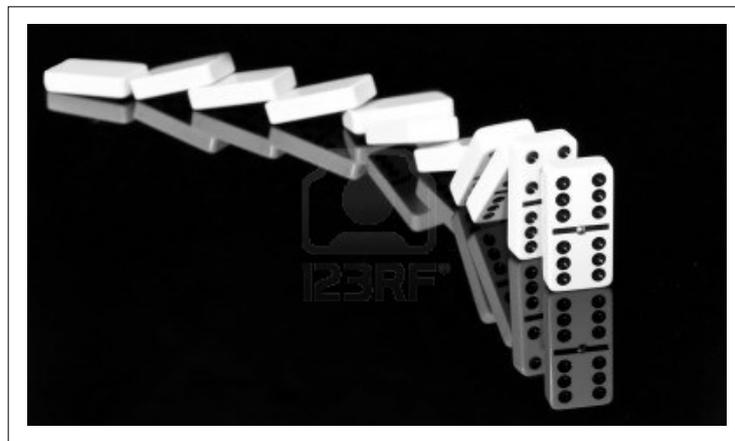
Spettano comunque all'assicuratore i premi relativi al periodo di assicurazione in corso, fino al momento in cui è stata comunicata la volontà di recesso.

Questa norma discende dal disposto degli articoli 1896, 1897 e 1898 del Codice Civile, che disciplinano l'ipotesi in cui il rischio assicurato cessa o subisca delle modifiche nel corso di validità del contratto.

Se il rischio cessa di esistere, la polizza si scioglie e l'assicuratore avrà diritto al pagamento del premio dovuto esclusivamente per il periodo di rischio corso.

Se il rischio subisce modifiche in modo da risultare meno oneroso per l'assicuratore, egli sarà tenuto a ridurre il premio di polizza a partire dalla prima scadenza successiva al momento in cui è venuto a conoscenza della modifica, o a recedere dal contratto.

La giurisprudenza è concorde nel definire aggravamento del rischio il caso in cui:





INTERMEDIARI 2014: OBIETTIVO CONSULENZA

Milano, 9 ottobre 2014 (9.00 - 17.00)
Palazzo delle Stelline, Corso Magenta 61

PROGRAMMA

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

09.00 - 09.30 – **Registrazione**

09.30 - 09.50 – **Osservatorio Distribuzione Assicurativa – Edizione 2014**
La qualità del servizio come leva di fidelizzazione
Marco Lanzoni, responsabile divisione finance Scs Consulting
Giorgio Lolli, manager Scs Consulting

09.50 - 10.10 – **La capacità di offrire soluzioni tailor made**
Maurizio Ghilosso, amministratore delegato Dual Italia

10.10 - 10.30 – **AEC, nuovi mercati e full outsourcing per gli intermediari**
Fabrizio Callarà, amministratore delegato di Aec Wholesale Group

10.30 - 11.00 – **Il ruolo dei gruppi agenti**
Tonino Rosato presidente associazione agenti Allianz
Enzo Sivori, presidente associazione agenti Unipol

11.00 - 11.30 – **Coffee Break**

11.30 - 13.15 – **TAVOLA ROTONDA: Era digitale: quanto vale la consulenza dell'intermediario?**
Carlo Marietti Andreani, presidente Aiba
Maria Luisa Cavina, responsabile servizi intermediari Ivass
Vincenzo Cirasola, presidente Anapa
Massimo Congiu, presidente Unapass
Claudio Demozzi, presidente Sna
Franco Ellena, presidente commissione distribuzione dell'Ania
Giuseppe Galasso, direttore credito concorrenza di Antitrust
Vittorio Verdone, direttore centrale Ania
Luigi Viganotti, presidente Acb

13.15 - 14.10 – **Lunch**

14.10 - 14.30 – **Levoluzione dell'agente plurimandatario**
Michele Colio, distribution & marketing director Aviva Italia

14.40 - 15.00 – **Consorzi tra intermediari: l'unione fa la forza**
Arnaldo Bergamasco, presidente Brokers Italiani

15.00 - 15.20 – **L'intermediario nel contesto europeo**
Carlo Galantini, studio legale Galantini Heilbron Cocco Ordini, consulente Acb e delegato Bipar
On. Patrizia Toia, europarlamentare Pd

15.20 - 15.40 – **Intervista a Giovan Battista Mazzucchelli, amministratore delegato del Gruppo Cattolica**

15.40 - 17.00 – **TAVOLA ROTONDA: Gli intermediari tra social e mobile**
Massimo Agrò, Responsabile Distribuzione di AXA Assicurazioni
Roberto Conforti, presidente Uea
Piero Melis, presidente Agit
Jean François Mossino, presidente Commissione agenti europei
Marco Rossi, head of sales & marketing di DAS Italia
Angelo Scarioni, presidente Macros Consulting

sponsorizzato da



www.assimedi.it



AVIVA

BROKERS
italiani



L'assicurazione dalla tua parte



making relationships count



QBE



Iscriviti su www.insurancetrade.it
Scarica il programma completo