

PRIMO PIANO

Fondi, 2014 ancora in crescita

Il settore del risparmio gestito chiude il 2014 confermando il trend di crescita, con una raccolta pari a 133,75 milioni di euro, che porta il patrimonio complessivo dei fondi a oltre 1.584 miliardi. Si mantengono dunque alte le performance del settore monitorato da Assogestioni che, dal terzo trimestre 2012 a oggi, ha visto una crescita senza sosta degli asset, passati dai 950 miliardi di fine giugno 2012 agli attuali 1.584 miliardi. Un balzo di circa il 70% frutto anche della raccolta netta record registrata degli ultimi dieci trimestri. In questi trenta mesi i più brillanti sono stati soprattutto i fondi aperti con un saldo positivo di oltre 142 miliardi di euro (92,4 negli ultimi dodici mesi), la seconda miglior raccolta della storia: solo nel 1998 (+167 miliardi) i fondi aperti erano riusciti a ottenere numeri migliori in un solo anno. A spingere la raccolta nel 2014, sono stati soprattutto i fondi di lungo termine flessibili, che hanno raccolto oltre 42 miliardi, e gli obbligazionari, con flussi netti per più di 31 miliardi. Sul fronte delle gestioni di portafoglio, invece, spiccano le gestioni di prodotti assicurativi che, con oltre 25 miliardi di raccolta netta nel 2014, spingono il saldo complessivo della categoria a quota +41 miliardi di euro.

B.M.

BANCASSICURAZIONE

Intesa Sanpaolo guarda al mondo della casa

La compagnia danni del gruppo lancia "A casa con me", soluzione che unisce alla polizza abitazione anche un'assistenza al cliente in tempo reale. Il gruppo, inoltre, si appresta al debutto di Intesa Sanpaolo Casa, società con cui entrerà nel business dell'intermediazione immobiliare



Il gruppo Intesa Sanpaolo prosegue la propria strategia volta a penetrare in modo sempre più rilevante nel territorio dell'assicurazione danni. Uno dei tasselli per raggiungere questo obiettivo è il lancio da parte di Intesa Sanpaolo Assicura di *A casa con me*, soluzione studiata per unire alla polizza assicurativa per l'abitazione un sistema tecnologico in grado di rilevare pericoli e di avvisare il cliente in caso di emergenze.

SENSORI AD HOC PER PREVENIRE E PROTEGGERE

Questo prodotto si inserisce nel solco già tracciato dalla polizza auto *Viaggia con me*, sempre targata Intesa Sanpaolo Assicura. Anche questa soluzione è incentrata sul concetto di assistenza all'assicurato e di gestione del sinistro nell'immediato. *A casa con me* si basa su un sistema di protezione e prevenzione dei danni alla casa attraverso una serie di sensori (dispositivi che l'assicurato può installare in maniera autonoma) connessi a una centralina che mette in comunicazione la casa con il centro servizi di Intesa Sanpaolo Assicura; in caso di allagamento, fumo, sbalzi di tensione elettrica, fughe di gas, eventi atmosferici gravi o effrazioni da parte di ladri, il sistema avvisa via sms il cliente, mettendogli a disposizione un network di tecnici per risolvere l'inconveniente: se il danno è indennizzabile, le spese dell'intervento sono a carico dell'assicurazione.

La centralina è comunque dotata di un pulsante di emergenza e di un vivavoce integrato, così da consentire all'assicurato, in caso di emergenza, di mettersi direttamente in contatto con il centro servizi.

L'ABITAZIONE, ASSET PRINCIPALE DELLE FAMIGLIE ITALIANE

"La nostra strategia vuole essere distintiva", ha spiegato nel corso dell'evento di presentazione del prodotto alla stampa, ieri a Milano, l'amministratore delegato di Intesa Sanpaolo Assicura, **Alessandro Scarfò**. Una strategia non focalizzata tanto sul prezzo, quanto su una diversa *value proposition* verso il cliente. "La casa - osserva - è il principale asset delle famiglie italiane. Eppure il livello di assicurazione di questo bene così prezioso è ancora molto basso".

Sia il dispositivo tecnologico di *A casa con me*, sia la gestione del servizio di assistenza, sono entrambi fornite direttamente dal gruppo Intesa Sanpaolo attraverso **Intesa Sanpaolo Smartcare**, una società non assicurativa creata appositamente per progettare, gestire e sviluppare questo tipo di tecnologie, e per erogare servizi a complemento dell'offerta assicurativa. "Questo - sottolinea Scarfò - è un passo importante. Gestire in autonomia un pezzo della catena del valore ci consente da un lato di aumentare la redditività complessiva, dall'altro di progettare soluzioni che possano essere davvero distintive". Il prodotto, commercializzato dallo scorso 19 gennaio presso tutte le filiali Intesa Sanpaolo, ha già mostrato "ritorni positivi, sia dal punto di vista dei gestori sia dal punto di vista della risposta commerciale", spiega Scarfò. (continua a pag. 2)

(continua da pag. 1) Aggiungendo che “sebbene resti centrale il ruolo di Intesa Sanpaolo come banca del territorio, pensiamo che possa essere interessante la commercializzazione di questo tipo di servizio su canali differenti, anche non tradizionali”.

L'INGRESSO DEL GRUPPO NELL'INTERMEDIAZIONE IMMOBILIARE

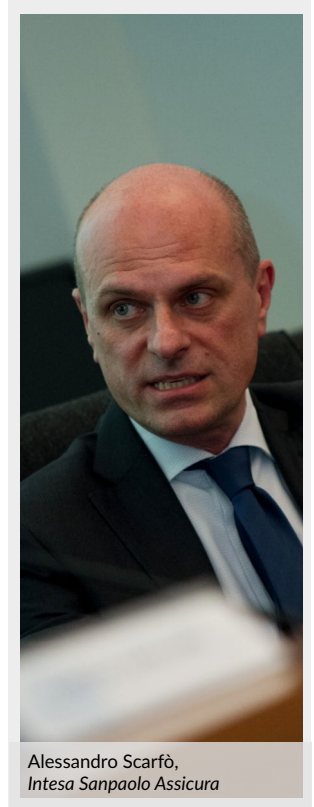
Orientato a diventare un gruppo che abbracci totalmente la catena del bisogno del cliente, Intesa Sanpaolo si appresta a compiere un ulteriore passo: l'ingresso nel mercato dell'intermediazione immobiliare nel settore residenziale, con la società **Intesa Sanpaolo Casa**. “Siamo sempre stati un punto di riferimento nel settore mutui: il passo ulteriore che vogliamo compiere ora è quello di riuscire a portare all'interno del gruppo tutte le fasi della catena del bisogno del cliente”, spiega **Stefano Barrese**, responsabile area sale e marketing Banca dei territori di Intesa Sanpaolo. Nelle intenzioni del gruppo, l'ingresso nel mondo *real estate* dovrebbe consentire all'istituto di credito di intercettare e gestire il complesso della ricchezza dei clienti.

PRODOTTI SEMPRE PIÙ SINERGICI

Intesa Sanpaolo Casa svilupperà punti di accesso nei principali punti di riferimento del gruppo, Milano, Torino e Roma, città che da sole raccolgono circa il 50% del mercato dell'intermediazione immobiliare. Il presidio sarà poi esteso ad altri quattro grandi centri italiani: Bologna, Padova, Firenze e Napoli.

All'orizzonte ci sono parecchie possibilità di sinergie tra i vari prodotti offerti da Intesa Sanpaolo, sulla scorta di quanto già sta avvenendo con la campagna *Mutuo & viaggia con me*, che abbina un anno di polizza auto gratuita a chi sottoscrive una domanda di mutuo. Come conferma Barrese, “Intesa Sanpaolo Casa è sinergica anche al prodotto A casa con me. Questo si inquadra in ulteriori scelte, come quella del futuro ingresso di Intesa Sanpaolo nel mondo dell'*e-commerce*, che possano generare ricavi e rappresentare sia un elemento di fidelizzazione dei clienti, sia un motore di sviluppo del fatturato delle nostre aziende”.

Beniamino Musto



Alessandro Scarfò,
Intesa Sanpaolo Assicura



ENTRA A FAR PARTE DI ANAPA!

**INSIEME POSSIAMO
GUARDARE LONTANO!**

CLICCA QUI PER ISCRIVERTI

CLICCA QUI RINNOVARE

COMPAGNIE

Contro i furti in casa nasce Sicuri e assicurati

L'incremento di saccheggi in appartamento, ha dato vita a una polizza speciale per i cittadini. L'iniziativa parte da **Officine Locati**, in collaborazione con **Reale Mutua**

Una risposta per prevenire furti e rapine. È l'obiettivo del progetto *Sicuri e assicurati*, messo a punto, a seguito della crescita di furti in casa nell'area monzese, da **Reale Mutua** e **Officine Locati**, società con 90 anni di esperienza nell'ambito della sicurezza. Per tutelare i cittadini, è stata costruita una speciale polizza contro il furto. "Acquistando una chiusura di sicurezza – evidenzia una nota – il cliente sarà tutelato contro il furto, sia nella casa che nel garage, per la durata di un anno".

In Italia, i furti in appartamento hanno raddoppiato la loro incidenza. La Lombardia è la regione dove si registra il maggior numero di furti (22%): un colpo messo a segno ogni due minuti, 720 abitazioni saccheggiate ogni giorno, 5040 in una settimana. Dilagante l'emergenza furti nei garage.

"Il dilagare dei furti spaventa, ma chi sceglie di difendersi con inferriate e tapparelle blindate, ad esempio, spesso è disorientato dalle informazioni che trova – afferma **Guido Locati**, ad di Officine Locati – ed è difficile comprendere l'efficacia dei prodotti e riconoscere i veri produttori. Per questi motivi abbiamo sviluppato un sito internet molto dettagliato (www.officineLocati.com), con le informazioni utili per orientarsi nella scelta. Nonostante la crescita del rischio di furto, Reale Mutua ha riconosciuto l'affidabilità della nostra produzione, tanto da sviluppare per noi un'apposita polizza protettiva. La polizza è applicata alle chiusure di sicurezza di Officine Locati vendute non solo a Monza e Milano, ma su tutto il territorio nazionale, anche installate con il fai da te, come i cancelli estensibili.

"Reale Mutua ha accolto favorevolmente la proposta delle Officine Locati. Un'azienda che dal 1925 è garanzia di sicurezza, serietà e qualità. È un piacere condividere questa convenzione con una realtà di questo tipo: la convenzione è per noi motivo di orgoglio", ha dichiarato **Ruggero Zecca**, agente a Monza di Reale Mutua.

R.A.



PRODOTTI

Image protect per la reputazione aziendale

Diversi livelli di copertura, assistenza e budget dedicati alla riduzione del rischio. Queste le principali caratteristiche della soluzione lanciata da **Ace** per tutelare le imprese dai rischi legati al danno di immagine

Ace ha annunciato il lancio di *Image protect*, un nuovo prodotto assicurativo progettato per aiutare le aziende italiane a gestire efficacemente i rischi reputazionali. Un recente studio condotto da **Ace**, su un campione di imprese situate in 15 paesi dell'area Emea, mostra che il 92% delle imprese considera il rischio reputazionale la tipologia di rischio più impegnativa da gestire. *Image protect* è stato creato per affrontare questo problema. Protegge le aziende finanziariamente in caso di sinistri ai danni dei propri clienti, altri visitatori o personale in genere, esclusi i dipendenti, che si trovino nei locali aziendali o in altro luogo soggetto a copertura.

In particolare, sottolineano dal gruppo, le aziende possono beneficiare di "assistenza per intervenire rapidamente e fornire supporto alle persone che sono state coinvolte in un sinistro, mediante il pagamento di un indennizzo diretto, liquidabile indipendentemente dal dover stabilire le responsabilità collegate all'evento stesso". È inoltre disponibile un budget dedicato "che consente all'azienda assicurata di poter contare su un concreto sostegno economico per avvalersi di esperti nella gestione delle pubbliche relazioni,

che contribuiscano a ridurre i rischi reputazionali, derivanti da una mancata o non corretta gestione delle stesse". Infine le aziende possono "usufruire di un'ampia scelta di livelli di copertura in base alle esigenze individuali dell'azienda, che annovera e comprende, oltre agli infortuni da qualsiasi causa, anche opzioni di copertura per atti di terrorismo, aggressione, sequestro, scioperi, sommosse o tumulti civili, incendi, collassi strutturali, esplosioni, calamità naturali".



R.A.

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.itPer inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.it

INNOVAZIONE TRA CONOSCENZA E SERVIZIO

Milano, 19 marzo 2015 (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 - 10.00 – **Risposte per una società in evoluzione**
Enrico Finzi, presidente Astraricerche

10.00 - 10.20 – **Come cambiano i comportamenti dei consumatori e con quali strumenti innovativi il mercato risponde**
Francesco Sgobio, P&C Sales and Practice Leader RCS Italia

10.20 - 10.40 – **Big Data Analytics: scenario di riferimento e opportunità di innovazione e sviluppo per il business assicurativo**
Alessandro Piva, responsabile ricerca Osservatorio Big Data Analytics & Business Intelligence Politecnico di Milano

10.40 - 11.00 – **Multichannel delivered**
Enrico Fermi, business developer executive area Insurance DDWay Dedagroup ICT Network

11.00 - 11.30 – Coffee break

11.30 - 12.00 – **Semplificare il linguaggio assicurativo**
avv. Andrea Polizzi, jenny.avvocati
avv. Matteo D'Argenio
Manuela Anelli, dottore in ricerca in linguistica storica Iulm

12.00 - 12.45 – **I messaggi nelle campagne pubblicitarie**
Enrico Cavallari, chief marketing officer Axa Assicurazioni
Alida Galimberti, chief marketing officer Zurich Italia
Claudia Ghinanti, responsabile brand advertising e web management Generali Italia
Barbara Panzeri, direttore marketing Direct Line

12.45 - 13.00 – Q&A

13.00 - 14.00 – Pranzo

14.00 - 14.20 – **"Insurance Mobile Payment": la semplicità come miglior complice per la rete distributiva**
intervento a cura di Euris

14.20 - 14.40 – **I comparatori tra esigenze di innovazione e concorrenza**
Mauro Giacobbe, amministratore delegato Facile.it

14.40 - 15.00 – **Come conciliare specializzazione e novità di offerta**

15.00 - 15.20 – **Obiettivo Customer Experience: il ruolo dei canali distributivi**

15.20 - 15.40 – **Riformulare la distribuzione in banca**
intervista ad Andrea Battista, amministratore delegato Eurovita

15.40 - 17.00 – **TAVOLA ROTONDA: Dalle informazioni alle strategie commerciali**
Marco Baldan Bembo, responsabile marketing UnipolSai
Marco Brachini, direttore marketing Sara Assicurazioni
Yuri Narozniak, vice direttore generale Groupama Assicurazioni
Gianluca Zanini, head of P&C Axa Mps
Gianpiero Zannier, responsabile direzione clienti Reale Mutua Das
Generali ()*

sponsorizzato da



TOWERS WATSON 



Iscriviti su www.insurancetrade.it
Scarica il programma completo