

PRIMO PIANO

UnipolSai esce da Sorin

Con una nota diffusa questa mattina, UnipolSai ha comunicato l'avvenuta cessione della sua intera partecipazione detenuta in Sorin group, corrispondente a 21.852.500 azioni ordinarie, pari al 4,565% del capitale sociale. "L'operazione - spiega la compagnia - è stata realizzata attraverso una procedura di accelerated book building, rivolta esclusivamente a investitori qualificati in Italia e a investitori istituzionali esteri". Il corrispettivo per la vendita delle azioni è stato pari a 2,81 euro per ciascuna azione, per un controvalore complessivo di circa 61,4 milioni di euro. Il regolamento dell'operazione avverrà il 21 aprile 2015.

Sorin è un'azienda produttrice di apparecchi medicali, in particolare per il trattamento delle malattie cardiovascolari e renali. È quotata alla Borsa di Milano dal 2004, dopo essere stata scissa dal gruppo chimico Snia, e conta su 4.800 dipendenti, con un fatturato di oltre 700 milioni di euro. La società è nata a Saluggia nel 1956 come Società ricerche impianti nucleari - Sorin, con azionisti Montecatini e Fiat per effettuare ricerche nel settore nucleare. In seguito alla nazionalizzazione dell'energia elettrica degli anni Sessanta, Sorin diversifica e inizia la produzione di valvole mitraliche e stimolatori cardiaci, assumendo la denominazione di Sorin Biomedica.

Beniamino Musto

INTERMEDIARI

Fiducia, collaborazione e cooperazione

Questi gli ingredienti fondamentali di una delle più grandi operazioni assicurative del nostro Paese. In occasione del convegno Unat, che si sta svolgendo in questi giorni a Roma, i vertici di Generali Italia e le diverse rappresentanze agenziali confluite nella mega integrazione si sono confrontati sulle criticità, ma anche sulle opportunità della nuova realtà

Sulle immagini del film *Un sogno per domani* si è aperto ieri nella Capitale, il convegno **Unat**, dove il presidente dell'Unione nazionale agenti Toro, **Franco Grandi**, parafrasando il protagonista Kevin Spacey, ha sottolineato, l'importanza di diventare protagonisti del proprio futuro, abbandonando la paura.

"C'è una sfida - ha esordito Grandi - da cui dipende il nostro futuro ed è il cambiamento: o si vince o si perde, non è ammesso il pareggio. Sono tante le sollecitazioni ed è difficile mantenere l'equilibrio, soprattutto con la paura, sempre in agguato, di sbagliare. Il benessere dell'assicurato e il servizio ineccepibile sono gli elementi da cui passa il nostro successo, laddove un solo cliente insoddisfatto, con la forza dei *social network*, può influenzare negativamente migliaia di persone".

Un cambiamento che richiede di ripensare il business. "Siamo passati dall'età dell'oro - ha spiegato **Enea Dallaglio**, managing director di **Innovation Team** - vissuta dal dopoguerra in poi, a una fase, quella attuale, fatta di incertezza e perdita di garanzie; questo ha cambiato i comportamenti dei consumatori, costringendo anche il settore assicurativo a ripensare i modelli di business e oggi ci troviamo di fronte a un cliente ibrido, che richiede una distribuzione ibrida, caratterizzata da una tecnologia pervasiva, in cui a guidare le fila è l'assicurato stesso".

È necessario, dunque, rifocalizzarsi sul cliente. "L'agente - ha continuato Dallaglio - deve formulare un business che sia multicanale, integrando i canali virtuali e fisici e i servizi a elevata frequenza d'uso e gestendo le informazioni come un fattore chiave, che aumenti l'efficienza abbattendo il costo dei processi. Una nuova visione di marketing attraverso la valorizzazione del punto vendita, dei contatti e del *brand value*, lo sviluppo di reti focalizzate ad alta produttività e la capacità di offerta a elevata frequenza e basso costo contatto".

VERSO UN'UNICA REALTÀ

Parlando di cambiamenti, il più importante riguarda l'integrazione tra le reti agenziali di Generali, una vasta e complicata operazione che ha visto il confluire di una grande diversità e numerosità di agenzie in un'unica realtà distributiva, che richiede grande collaborazione tra compagnia e reti.

(continua a pag. 2)



Da sinistra: Mauro Montagnini, Andrea Mencattini, Stefano Gentili, Maria Rosa Alaggio, Franco Grandi, Enea Dallaglio



INSURANCE CONNECT su FACEBOOK

Seguici sulla pagina cliccando qui





Da sinistra: Marco Sesana, Roberto Salvi, Antonio Canu, Stefano Gentili, Franco Grandi, Francesco Serrao, Vincenzo Cirasola, Davide Nicolao

(continua da pag. 1) “Far parte di un marchio importante – ha continuato Grandi – ci dà grandi opportunità, ma il passaggio non è semplice: il cambiamento repentino ha sconvolto la nostra capacità di assimilare e approcciare un mondo che è cambiato e ora dobbiamo, con l’aiuto della compagnia, ritrovare efficienza, capacità di stare sul mercato e, se da un lato si sono ridotti i nostri redditi, dall’altro dobbiamo riuscire a ridurre anche i costi”.

COMPAGNIA E RETI A CONFRONTO

Il convegno è stato animato da due tavole rotonde, coordinate da **Maria Rosa Alaggio**, direttore di *Insurance Daily*, dove si sono avvicendati vertici della compagnia e rappresentanze sindacali.

Nella prima, a cui hanno partecipato, oltre al presidente Grandi e a Enea Dallaglio, anche **Stefano Gentili**, chief marketing & distribution officer Generali Italia, **Andrea Mencattini**, chief life & employee benefits officer e **Mauro Montagnini**, chief property & casualty officer, diversi sono stati gli ambiti di confronto, a partire dall’urgenza del cambiamento in tempi brevi, per evitare la fuga del cliente. Tanti i traguardi raggiunti, con l’obiettivo di mettere a punto entro il 2015 l’intero catalogo di offerta. Dopo il ramo vita e l’Rc auto, che ancora necessita di interventi correttivi con un adeguamento della tariffa e della scontistica, il principale passo sarà intervenire sui rami danni non auto.

LE SFIDE DEI PROSSIMI MESI

Il sistema danni non auto presuppone il ripensamento dell’offerta e dei processi di agenzia, con il lavoro, in parallelo, su una nuova gamma di prodotti e la migrazione della gamma esistente.

Fondamentale sarà l’attenzione al tema dell’efficienza: “Una questione centrale sia per la compagnia sia per l’agenzia – ha confermato Stefano Gentili – che presuppone la gestione industriale dei processi aziendali sotto un unico sistema informatico e un unico brand forte, che consentirà di far crescere i ricavi e ridurre i costi”.

LE ISTANZE DELLE RETI

Molte e precise le richieste dei gruppi agenti alla compagnia: formazione (soprattutto sul nuovo catalogo prodotti), modelli, strumenti, operatività snella, tecnologia e velocità.

Temi importanti di cui si è parlato anche nel corso della seconda tavola rotonda, con la presenza, oltre a Grandi, di tutte le rappresentanze: **Vincenzo Cirasola**, presidente gruppo agenti Generali, **Antonio Canu**, presidente gruppo agenti Lloyd Italico, **Davide Nicolao**, presidente gruppo agenti Generali Ina Assitalia, **Federico Serrao**, presidente gruppo agenti Augusta, **Roberto Salvi**, presidente gruppo agenti Toro. Presenti al confronto con gli agenti: Stefano Gentili, **Massimo Monacelli**, chief claims officer e **Marco Sesana**, chief operating officer.

L’INTEGRAZIONE, INNANZITUTTO!

Come sottolineato dai vertici della compagnia, ancora prima di innovare, la priorità è integrare prodotti, servizi, strumenti, modelli e operatività. Alla base, però, deve cambiare il modo di lavorare, imparando sempre più velocemente.

Dal canto loro, le reti chiedono più vicinanza e sostegno, non solo app, dove la figura dell’agente non è ancora centrale, e soprattutto il rispetto delle diversità dei modelli e degli approcci: non solo *mass market*, ma valore consulenziale a un cliente che richiede soluzioni *tailor made*.

MIGLIORARE LA CAPACITÀ DI ASCOLTO

La percezione che le reti hanno dell’integrazione fin qui realizzata è ancora parziale e la stessa compagnia riconosce l’urgenza di migliorare la capacità di ascolto, di supporto e di correzione delle criticità lamentate dagli agenti. Questi ultimi chiedono autonomie e la concretizzazione del processo di snellimento, laddove, a oggi, le incombenze sono aumentate e le flessibilità di prodotto sono difficili da raggiungere.

L’AGENTE È TECNOLOGICO

Contrariamente allo stereotipo che si ha dell’agente, le reti chiedono più tecnologia per agevolare lo snellimento di un’operatività, aggravata dalla regolamentazione *Ivass*, e la riduzione dei costi, appesantiti da un mercato non favorevole. Se da un lato avere strutture più grandi consente alle reti di distribuire meglio le problematiche di lavoro, dall’altra la fibrillazione non agevola.

In conclusione, tanto è stato fatto, ma altrettanto va fatto, con la collaborazione di tutti, per costruire una realtà nuova che racchiuda mondi diversi. Fiducia, collaborazione e cooperazione: questo chiede la compagnia mentre i tavoli tecnici sono, e saranno, un momento di confronto importante per completare l’integrazione e realizzare la successiva fase del nuovo catalogo prodotti. “Le agenzie confluite – ha concluso Gentili – registrano un fatturato migliore del 2-3% rispetto al mercato e questo è un dato importante. Certamente si può fare di più e sicuramente faremo ancora meglio”.

Laura Servidio

RISK MANAGEMENT

Cambio al vertice in Anra

Contestualmente al rinnovo del consiglio direttivo, Alessandro De Felice ha ricevuto la nomina a nuovo presidente dell'associazione. I nuovi organi rimarranno in carica per i prossimi tre anni

Dopo due mandati di **Paolo Rubini**, da **Anra**, l'associazione nazionale dei risk manager e responsabili assicurazioni aziendali, ha un nuovo presidente. **Alessandro De Felice**, chief risk officer di Prysmian, ha ricevuto l'incarico dal consiglio direttivo appena eletto e formato da Paolo Rubini (Telecom), **Roberto Bosco** (Fininvest servizi e gruppo Fininvest), **Carlo Cosimi** (Saipem), **Claudia Costa** (De Longhi), **Enrico D'Alessandro** (Terna), **Paolo Lionetti** (Autostrade per l'Italia), **Barbara Monda** (riskgovernance dipartimento di Ingegneria Gestionale Politecnico di Milano), **Fabrizio Sechi** (Fastweb), **Michele Strani** (Angelini), **Marco Terzago** (SKF Industrie). Con questa elezione il numero dei consiglieri passa da nove a undici: una scelta dettata dai molti fronti di attività dell'associazione e resa possibile dalla crescita del numero dei soci. Il presidente uscente Rubini, assieme a Lionetti, Costa e D'Alessandro, sono stati designati come vice presidenti.

La nomina di De Felice avviene all'insegna della continuità con il precedente direttivo: "è mio obiettivo portare avanti con vigore le azioni che abbiamo intrapreso nell'ultimo triennio sotto la guida di Paolo Rubini, e finalizzate a far diventare sempre più Anra promotore della diffusione della cultura del rischio presso le imprese italiane, ponendola come principale *stakeholder* a livello italiano sulle tematiche della gestione del rischio". Come illustrato nella relazione di fine mandato, il triennio appena concluso è stato per Anra all'insegna del rilancio, con il consolidamento di azioni che ne hanno rafforzato la visibilità e l'autorevolezza: da ultima, la nuova campagna di adesione per incrementare il numero dei soci (oggi 170), iniziativa che si pone obiettivi ambiziosi e vuole puntare alle Pmi e alle funzioni aziendali che operano nell'ambito della gestione del rischio. Con il nuovo presidente, Anra intende sostenere decisamente il ruolo e l'importanza del risk management all'interno delle imprese, una funzione che deve essere sempre più integrata nelle logiche di corporate governance.

Fresco di nomina, Alessandro De Felice sarà alla guida dell'associazione italiana nell'anno in cui il **Ferma Forum** (evento biennale organizzato dalla Federazione delle associazioni nazionali europee di risk management) avrà luogo proprio nel nostro Paese, a Venezia dal 4 a 7 ottobre. Per De Felice, che è anche vice presidente di **Ferma** e segretario generale di **Ifrima** (International federation of risk management associations), l'evento "sarà un'occasione unica sia in termini di networking, sia per il valore delle testimonianze, con la partecipazione prevista di oltre 2.000 professionisti della gestione dei rischi provenienti da tutta Europa e dal resto del mondo".

L'evoluzione del rischio terrorismo

Nella seconda parte della giornata si è svolto il convegno organizzato da Anra dal titolo *Rischi geopolitici e terrorismo: quali do-*



Alessandro De Felice, neo presidente di Anra

mande, quali risposte, un focus per attualizzare il rischio terrorismo oggi e gli strumenti che le imprese possono adottare per tutelare le proprie attività e i collaboratori che operano all'estero. Il confronto è partito dalla relazione di **Marco Lombardi**, docente all'Università Cattolica di Milano ed esperto sui temi della sicurezza e della gestione delle emergenze, che ha illustrato la storia e l'evoluzione dell'IS, il califfato islamico che oggi rappresenta la maggiore minaccia in termini di terrorismo.

Una *nuova nazione* (che può contare sul controllo di 90 mila Km2 di territorio, su un esercito addestrato ed armato, con un'amministrazione centrale e un consistente bilancio economico, derivante in buona parte dal controllo di alcune aree petrolifere), la cui crescita risulta difficilmente contrastabile sia per gli equilibri tra le nazioni coinvolte nell'area, sia per la tutela dei propri interessi economici da parte dei Paesi occidentali. A seguire, **Peter Cooper**, regional security manager di International Sos e **Paolo Tassetti**, property and Technical lines manager **Ace European group** hanno fornito una panoramica sui servizi che le rispettive compagnie mettono a disposizione delle aziende per la protezione delle persone e dei beni dalle minacce terroristiche.

Un interessante break è stato fornito dalla presenza di **Manuel Di Casoli**, direttore Field Operations e responsabile della business continuity per **Expo 2015**, che ha brevemente illustrato le complessità della gestione e del controllo della sicurezza di un evento che per sei mesi sarà al centro dell'attenzione mondiale. La città di Milano accoglierà milioni di visitatori, da presidiare h24 sotto tutti i punti di vista, dalla raccolta differenziata alla presenza animali esotici, fino alle complessità date dalla sicurezza in una situazione che vede ospitate a poche decine di metri tra loro nazioni dai forti contrasti politici e religiosi.

Maria Moro

COMPAGNIE

Groupama Assicurazioni rinnova la sua App

Tra le novità di My Groupama l'accesso all'home insurance e la possibilità di fare il preventivo auto in mobilità



È disponibile da alcuni giorni la versione completamente rinnovata della App di **Groupama Assicurazioni**. Scaricabile sugli store di iOS e Android, My Groupama si presenta arricchita di alcuni servizi interattivi, ideati per rendere più semplice l'utilizzo per gli utenti.

Tra le principali novità, la possibilità di accedere all'area clienti per consultare facilmente in mobilità i dettagli della propria posizione assicurativa, come ad esempio visualizzare i pagamenti e controllare le scadenze e, soprattutto, poter effettuare in quattro click un preventivo (bloccato per 60 giorni), associato a un codice, da presentare in agenzia, per finalizzarlo in pochi minuti.

È stata semplificata anche la modalità per individuare l'agente Groupama più vicino (o il proprio agente di riferimento) grazie a un moderno sistema di geolocalizzazione che segnala l'agenzia e consente di mettersi in contatto diretto.

Altre utilities sono invece legate ai servizi che la compagnia garantisce ai propri clienti, come l'elenco delle carrozzerie convenzionate in caso di bisogno e i riferimenti delle altre strutture convenzionate.

I nuovi servizi sono completati dalla possibilità di consultare tutte le novità in merito a prodotti e offerte relative a *Auto, Abitazione, Salute, Infortuni, Risparmio, Previdenza e Lavoro*.

“La new release di My Groupama – spiega il vicedirettore generale di Groupama Assicurazioni, **Yuri Narozniak** – si inserisce nel quadro della strategia complessiva della compagnia, che punta a introdurre soluzioni digitali caratterizzate da una forte componente di innovazione tecnologica, così da offrire a clienti e agenti nuovi servizi e utilities, accessibili in modo trasparente e veloce tramite device mobili in qualunque momento”.

B.M.

MERCATO

Riassicurazione, crescono i cat bond

Volano gli strumenti alternativi a quelli tradizionali: nel 2014 il mercato è cresciuto del 25%

Nel 2014 il mercato degli strumenti finanziari riassicurativi ha fatto registrare una forte crescita. Il dato emerge dall'ultima rilevazione pubblicata dall'**Ania** nel suo *Ania Trends*, che contiene un focus sulla riassicurazione nel 2014. Al mese di settembre 2014 le emissioni in essere tra cat bond, sidecar e cartolarizzazioni avevano raggiunto nel mondo, un ammontare di circa 70 miliardi di dollari (+25% sul 2014).

Particolarmente vivace, in questo segmento, è stata l'attività di emissione dei cat bond, gli strumenti finanziari dedicati alla riassicurazione delle calamità naturali: lo scorso anno sono state effettuate 27 nuove operazioni con una raccolta di oltre 8 miliardi di dollari, riportando i volumi ai livelli raggiunti prima della crisi dei mutui *subprime* (2007). Sebbene la maggioranza dei nuovi prodotti continui a essere concentrata sulla copertura dei rischi di calamità naturali nell'America del nord, una quota significativa ha riguardato i rischi salute e vita.

Gli spread dei bond, in relazione alla dimensione dei rischi coperti, hanno ampie differenze (tra 200 e 975 punti base) mostrando, secondo l'**Ania**, una “significativa pressione al ribasso sui loro rendimenti” esercitata dalla crescente liquidità del mercato e dalla maggiore dimestichezza degli operatori nei confronti dei nuovi strumenti. L'andamento dei prezzi dei cat bond nel mercato secondario è stato positivo e relativamente stabile nel tempo. L'indice sintetico dei prezzi elaborato da Swiss Re mostra, per il periodo 2002-2014, un rendimento medio annuo pari all'8,3% in linea con l'andamento dell'indice *High Yield di Barclay's* (+8,2%) e superiore a quello dell'indice azionario statunitense *S&P 500* (+6,5%).

Per quanto riguarda, più in generale, l'andamento del mercato riassicurativo mondiale, il 2014 è stato caratterizzato da un'ulteriore espansione dei capitali messi a disposizione del settore assicurativo. Sulla base delle stime di **Aon Benfield**, l'**Ania** osserva che, alla fine del terzo trimestre, questi ammontavano a 575 miliardi di dollari (+6,5% rispetto alla fine del 2013).

Per il sesto anno consecutivo la capacità riassicurativa mondiale è cresciuta nonostante l'andamento più contenuto dei danni causati dalle catastrofi naturali, scesi a meno di 40 miliardi rispetto al picco di 130 registrato nel 2011. Un simile trend è in contrasto con il normale andamento del mercato riassicurativo in cui l'offerta dei capitali si dilata in seguito all'aumento delle tariffe assicurative dovuto alla crescita dei risarcimenti.

L'approfondimento dell'**Ania** evidenzia come tutto ciò abbia rafforzato tra gli analisti “la teoria di un nuovo equilibrio di lungo periodo del costo del capitale di rischio su livelli significativamente più contenuti”.

B.M.

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