



PRIMO PIANO

Generali saluta la borsa tedesca

Generali ha concluso lo squeeze-out delle quote di minoranza di Generali Deutschland. Il riacquisto delle minorities della controllata tedesca fa seguito a quanto stabilito nell'assemblea straordinaria degli azionisti della società, tenutasi lo scorso 4 dicembre, la cui delibera è stata registrata ieri presso il registro delle imprese tedesco. Il corrispettivo riconosciuto agli azionisti di minoranza, comunica il Leone in una nota, è pari a 107,77 euro per ciascuna azione. Una volta concluso il processo di squeeze-out, le azioni della filiale tedesca di Generali saranno ritirate dal mercato azionario, e la controllata sarà delistata dalla Borsa di Francoforte. L'operazione, che permetterà al Leone di ottenere "importanti sinergie operative ed efficienze fiscali", è parte della strategia di Trieste finalizzata a gestire con un controllo pieno le proprie business unit strategiche, quale è a tutti gli effetti Generali Deutschland, secondo operatore assicurativo della Germania, con 13,5 milioni di clienti, una raccolta premi che nel 2013 ha superato di 18 miliardi di euro, e un utile netto che alla fine dello scorso anno ha raggiunto i 438 milioni.

Beniamino Musto

COMPAGNIE

Un'offerta semplice, ma specifica

Prodotti più articolati sugli stili di vita e sulle esigenze di individui e imprese. Un maggiore ricorso alla tecnologia per snellire i costi e gli oneri distributivi della rete. Una normativa che, in alcuni casi, aiuta. Queste le leve, illustrate da Andrea Andreta, ad di Arag, per lo sviluppo del mercato della tutela legale nel nostro Paese

Un ramo dai numeri ancora piccoli, quello della tutela legale in Italia: 300 milioni complessivi di raccolta, rispetto ai 3 miliardi della Germania e al miliardo circa registrato in Olanda e Inghilterra. Un mercato dall'enorme potenziale, che però resta ancora inespresso, nonostante i tassi di crescita, complice anche la crisi economica.

"La tutela legale - conferma **Andrea Andreta**, ad di **Arag** - è un mercato anticiclico: in momenti di recessione, aumenta l'utilità di questa copertura. Basti pensare al rischio, per le imprese, di contenziosi con fornitori, clienti e dipendenti o, per le persone fisiche, al rischio di contenziosi sul lavoro o, per gli amministratori, al rischio di controversie con fornitori e condomini. Da un lato, quindi, si avverte un maggior bisogno di tutela legale, anche se, dall'altro, la ridotta capacità di spesa fa sì che le coperture siano percepite come bene voluttuario. Parallelamente, poi, sul lato dell'offerta, aumentando la percezione, aumenta anche il profilo di rischio e quindi le assicurazioni devono incrementare la capacità di selezione del rischio laddove le aziende in difficoltà economica hanno una frequenza maggiore di sinistri".

La tutela legale, pur essendo una polizza complessa che richiede competenza e consulenza, diventa sempre di più un prodotto di massa, e l'esempio di Arag lo dimostra: in quattro anni, la raccolta della compagnia è passata da 75 a 97 milioni di euro. "Tutti hanno bisogno di una copertura di tutela legale, soprattutto in un Paese come l'Italia, dove i tempi dei contenziosi sono i più lunghi e i costi i più alti d'Europa. Tuttavia, le famiglie sono ancora sottoassicurate: nel nostro Paese, la spesa media procapite è di 5 euro, mentre in Europa, siamo sui 40/50 euro. Lo spazio quindi è enorme, soprattutto per le piccole e medie imprese, ma occorre lavorare sui prodotti, articolandoli meglio in funzione dei bisogni della clientela, derivanti dallo stile di vita del singolo o dal tipo di attività che l'impresa svolge".

PRODOTTI TARATI SUI BISOGNI

In questo senso, la formazione e la consulenza sono fondamentali. "In Arag - sottolinea Andreta - formiamo 5/6mila persone l'anno, consapevoli del fatto che vi è una correlazione molto forte tra formazione e capacità di offerta corretta e approfondita del prodotto. Occorre, però, lavorare molto per raggiungere una platea più ampia, con prodotti semplici e strutturati su specifiche esigenze, approfittando anche del fatto che, oggi, la polizza di tutela legale non viene più vista come qualcosa di ancillare, trainata da altre polizze assicurative, ma come una polizza che aggiunge valore".

Sul fronte dell'offerta, dunque, è necessario lavorare sulla tipologia: "servono meno prodotti nati con una logica tecnica e più polizze tarate sui bisogni della clientela: stili di vita, necessità specifiche, prodotti dedicati. Soluzioni semplici e meno costose, pensate per un target che fa sport, viaggia e vuole coperture di tutela personale, anche per i rischi che derivano dal web. Non vogliamo essere gli ingegneri che producono un motore senza capire qual è la macchina che il cliente vuole comprare. Al tempo stesso, vogliamo che il nostro continui a essere un ottimo motore".

ALLEGGERIRE IL COSTO DELLE DISTRIBUZIONE

Per sviluppare il ramo della tutela legale, è necessario agire anche sui costi di distribuzione. "Agenti e broker - conferma Andreta - restano un pilastro importante, ma i costi di gestione delle polizze frenano lo sviluppo del mercato, laddove i premi medi sono contenuti, con ricadute sulle provvigioni e le attività amministrative connesse alla vendita di una polizza sono ancora rilevanti. (continua a pag.2)



Andrea Andreta, ad di Arag



(continua da pag. 1) È necessario, dunque, ricorrere alle nuove tecnologie per rendere la distribuzione dei prodotti più leggera e semplice, e ridurre il costo gestionale di una polizza, lasciando al tempo stesso inalterata la consulenza, che aggiunge molto valore al lavoro dell'agente, e riducendo le attività amministrative. In Arag - anticipa Andreta - investiremo in tecnologia l'equivalente del 50% degli investimenti di un anno e il 100% in sviluppo software, per rendere la modalità distributiva più flessibile, allargare i canali distributivi (quali le banche, con cui stiamo sviluppando partnership ma anche, i gruppi di affinità e il web) e venire in contatto con una platea più ampia, distribuendo le polizze in modo più leggero, veloce e meno costoso. Parallelamente, vogliamo sfruttare il fattore di servizio della tutela legale che, prestandosi a essere integrato con servizi ancillari, costruisce un sistema di coperture che può contribuire ad allargare il mercato".



UN AIUTO DALLE NORME

Un'altra leva può arrivare dalla normativa, con particolare riguardo alla mediazione. "La direttiva europea sulla mediazione dovrebbe contribuire a ridurre il peso sui tribunali e a semplificare e velocizzare i processi. In realtà, i numeri ci mostrano altro: 1.000 casi al mese, con solo il 33% di presenze in mediazione, di cui il 43% di casi risolti positivamente. La mediazione, dunque, è ancora parziale e fatica a dare i suoi effetti, e questa cosa può avere un effetto positivo sullo sviluppo del ramo. Infine - conclude Andreta - vi è una sentenza della **Corte di Giustizia europea** che riteniamo sia servita a mettere ordine chiarendo, in modo incontrovertibile, l'assoluta libertà di scelta dell'avvocato, per il cliente, in tutti i procedimenti giudiziari, confermando la possibilità per le compagnie di tutela legale, di indirizzare la scelta del legale in tutte le fasi stragiudiziali. Una chiarezza di cui si sentiva il bisogno".

Laura Servidio

CONOSCI L'ICEBERG ASSICURATIVO?

Qualità del servizio percepita dal cliente

Cosa percepisce davvero il Cliente nella sua esperienza con la Compagnia?

Qualità del servizio erogata dalla rete

Come si comportano effettivamente le Persone della Compagnia con il Cliente?

Qualità del servizio progettata dall'impresa

Quanto è capace la Compagnia di pianificare consapevolmente l'esperienza dei propri Clienti?



Per informazioni e per partecipare e conoscere come si posiziona la tua Azienda rispetto agli altri operatori del settore, contattaci!

osservatorio@scsconsulting.it

In collaborazione con



Media Partner





Gnp 2014, creare consapevolezza per creare lavoro

Parte mercoledì 14 maggio la quarta edizione della Giornata nazionale della previdenza. Quest'anno al centro l'occupazione e le opportunità per un welfare alternativo



Alberto Brambilla, coordinatore Gnp

Se la previdenza integrativa in Italia crescesse al ritmo dell'importanza con cui cresce la *Giornata nazionale della previdenza*, il problema della sostenibilità del welfare nel nostro Paese sarebbe risolto. La **Gnp**, la manifestazione che si terrà da mercoledì 14 maggio a venerdì 16, continua ad arricchirsi ogni anno di eventi di richiamo, non solo per i protagonisti del settore privato, interessati agli argomenti previdenziali e assistenziali, ma anche

per il grande pubblico. La tre giorni milanese, che si svolgerà come di consueto presso le sale di Borsa Italiana a Palazzo Mezzanotte, non è solo un'occasione di confronto tra operatori: è soprattutto un punto di incontro tra esperienze concrete; in particolar modo quest'anno, grazie alle iniziative legate al tema del lavoro, in collaborazione con la Provincia di Milano e a molte realtà che si occupano di *job placement*.

"Il nostro slogan quest'anno è *Conoscenza e consapevolezza per un migliore vivere sociale*", ha ricordato durante la conferenza stampa di presentazione il coordinatore dell'evento, il professor **Alberto Brambilla**, sottolineando che l'obiettivo di Gnp è informare e fare cultura sui temi del welfare, cercando di sopperire alla sostanziale assenza di comunicazione, su questi temi, da parte dello Stato. "La manifestazione - ha continuato - è in costante crescita, soprattutto nell'interesse

dei giovani: l'anno scorso si sono avvicendati circa 4.400 visitatori e sono stati ben 92 gli enti previdenziali pubblici e privati e le imprese che si sono messi al servizio di chiunque volesse effettuare estratti conti pensionistici, duplicati o proiezioni".

Tra le novità, una *nuova busta arancione*: grazie a un accordo con l'**Inps**, sarà possibile salvare su una *pen drive*, fornita da Gnp, la propria posizione previdenziale e ricevere automaticamente una proiezione della propria pensione.

Strettamente legato al tema della previdenza, c'è il lavoro. Grazie alla collaborazione con la Provincia di Milano, **Trovalavoro** e l'associazione **Città dei mestieri** si terrà la manifestazione parallela *#servelavoro*, all'interno della quale importanti aziende (da Coca Cola a Ibm, da Eni a Telecom) mettono a disposizione 170 posizioni, a cui si potrà concorrere dopo aver inoltrato il curriculum sul sito www.trovalavoro.it.

"I dati occupazionali dei primi mesi del 2014 - ha rivelato l'assessore al lavoro della Provincia di Milano, **Paolo Del Nero** - segnano per la prima volta da anni un'inversione di tendenza: finalmente nel nostro territorio ci sono state più assunzioni che licenziamenti. È un segnale positivo e grazie alla Gnp possiamo creare una reale occasione di contatto tra domanda e offerta".

Anche **Insurance Connect** (vedi pag. 4 di questo giornale) sarà presente con un proprio convegno alla Gnp 2014, giovedì 15, dalle ore 14 alle 17, per parlare di previdenza complementare con i protagonisti del settore.

Fabrizio Aurilia



Giornata Nazionale della Previdenza

E DEL LAVORO

VIENI A MILANO IL 14, 15 e 16 MAGGIO
PER RISOLVERE OGNI DUBBIO SU SALUTE, PREVIDENZA E IL MERCATO DEL LAVORO

INGRESSO GRATUITO, APERTO A TUTTI!



Giornata Nazionale
della Previdenza



PREVIDENZA COMPLEMENTARE, L'ALTERNATIVA CHE PENSA AL FUTURO

Strumenti e iniziative per conoscere le soluzioni assicurative disponibili,
scegliere con consapevolezza, sostenere i cittadini, le famiglie e i lavoratori

Palazzo Mezzanotte – Piazza degli Affari, 6 – Milano
15 maggio 2014 – 14.00/17.00
Sala Blu

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

14.00 - 14.30 – Il valore delle soluzioni assicurative, cosa scegliere, come scegliere
Federica Orsini, senior manager Prometeia

14.30 - 15.00 – Previdenza e protezione presso gli sportelli bancari
Carmine Paolantonio, responsabile marketing retail di Cariparma

15.00 - 15.30 – Il quadro normativo: quali vantaggi, quali difficoltà
Maurizio Hazan, studio legale Taurini-Hazan

15.30 - 16.00 – Giovani e cultura assicurativa
Giacomo Carbonari, segretario generale Forum Ania consumatori

16.00 - 17.00 – TAVOLA ROTONDA: L'alternativa per il futuro
Paolo Cercato, responsabile Industria Life di Genertellife
Michele Colio, distribution & marketing director di Aviva Italia
Federica Orsini, senior manager Prometeia
Carmine Paolantonio, responsabile marketing retail di Cariparma
Enrico Olivieri, presidente gruppo agenti Zurich

CLICCA QUI PER ISCRIVERTI

è possibile iscriversi al convegno in loco

Main sponsor



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 8 maggio di www.insurancetrade.it
Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012