

RASSEGNA STAMPA SETTIMANALE ANAPA N. 2
22 GENNAIO 2016

IL FUTURO LO VOGLIAMO DA IMPRENDITORI

Cari colleghi,

al di là del titolo negativo, vorrei condividere con voi l'articolo pubblicato sull'inserto Affari & Finanza della Repubblica di lunedì scorso, che trovate in primo piano. ([clicca qui](#))

Credo che sia importante riflettere sul nostro ruolo e su come dovrà evolvere la nostra figura. Per alcuni siamo obsoleti, seppure siamo presenti sul mercato da oltre 200 anni, ma certo non possiamo stare fermi. Da una parte il calo della redditività, figlia sicuramente della diminuzione continua delle tariffe RCA, dall'altro l'evoluzione tecnologica che sta rivoluzionando le dinamiche e i processi di mercato, ci chiedono una reazione.

Gli agenti dovranno puntare, a mio avviso, come ho indicato nell'intervista pubblicata sul giornale, su un approccio integrato, che tenga conto dei nuovi sistemi informativi e comunicativi, commerciali e di marketing. Ma soprattutto devono capire che oggi non è più il caso di essere un agente-venditore, dobbiamo essere un agente manager e un agente imprenditore. Un manager interessato al proprio utile netto, che è composto da costi e ricavi, e quindi deve iniziare a capire che per il suo futuro è necessario "imparare" il controllo di gestione e allo stesso tempo deve continuare a fare sviluppo, anche in condizioni di mercato non favorevoli. In questo modo possiamo giocarci la partita contro la disintermediazione, contrapponendole una forte "professionalizzazione".

Ma il cambiamento deve riguardare non solo i processi tecnologici, ma anche quelli culturali, di approccio alla clientela. Tante innovazioni tecnologiche possono essere utili, ma bisogna investire e di certo, cari colleghi, non possiamo farlo noi agenti, che siamo dei piccoli imprenditori. Lo devono fare, assieme a noi, le compagnie, sapendo che ne avranno un importante ritorno.

Invece oggi le compagnie sono sordi e non vedono. Piuttosto che investire e collaborare con noi agenti per sviluppare business, preferiscono comprare altre reti, allearsi con banche e con compagnie telefoniche. Ma non si rendono conto che in questo modo massacrano un canale, che, fino a prova contraria, negli anni ha permesso a quelle stesse compagnie di crescere e fare utili? Io questo lo contesto e sono certo anche voi.

Per questo motivo auspico di cuore che presto i nuovi vertici dell'ANIA, accettino il mio invito a sedersi tutti assieme attorno a un tavolo per la ripresa del dialogo per l'Accordo Imprese/Agenti. Dialogo che si è bruscamente interrotto, non di certo a causa nostra.

L'attività di agente di assicurazione si sta continuamente trasformando, sotto l'impulso del mercato e del legislatore, e abbiamo un'impellente necessità di rivedere l'impianto normativo collettivo per adeguarlo ai tempi e alle nuove dinamiche che si stanno affermando nel mercato assicurativo.

Buona lettura!

*Il presidente nazionale
Vincenzo Cirasola*

NOTIZIA IN PRIMO PIANO

ASSICURAZIONI, IL DECLINO DEGLI AGENTI: CASA, SANITÀ E PENSIONI I NUOVI BUSINESS

**FONTE: AFFARI&FINANZA
(18/01/2015)**

Casa, sanità e previdenza integrativa. Questi i nuovi sbocchi per gli agenti assicurativi che vogliono crescere in un mercato sempre più competitivo e digitalizzato. A parlare è Dario Focarelli, direttore generale dell'Ania, che spiega che «la figura dell'agente deve rinnovarsi per fronteggiare un mercato dell'Rc auto che si è ridotto del 20% negli ultimi 3 anni e che è destinato a calare ulteriormente».

I margini per crescere ci sono, dichiara Focarelli, che illustra che nel nostro Paese, compresi i condomini, le assicurazioni sulla casa non superano il 40%, contro il 90-95% di Germania e Francia. Discorso simile anche per gli altri ambiti. «Le assicurazioni sanitarie integrate e i fondi salutari mutualistici coprono circa 10 milioni di italiani, includendo i componenti del nucleo familiare dell'assicurato, mentre meno del 30% dei lavoratori ha la previdenza integrativa», prosegue il dg dell'Ania.

«Il mercato assicurativo italiano è ancora oggi una piazza in cui circa il 70% delle famiglie non ha altre polizze oltre a quelle auto», dichiara Fabio Orsi, manager di Innovation Team, società di ricerca in ambito finanziario, del gruppo Mbs Consulting, che si sofferma sul difficile contesto in cui operano questi professionisti. Secondo l'edizione 2015 dell'indagine di Innovation Team sul cambiamento dell'intermediazione assicurativa, dal 1997 a oggi il numero di agenti è sceso da 23.500 a 18.700, mentre le agenzie si sono attestate a quota 12.500 dalle precedenti 19.300. «Gli agenti vivono un periodo di forte crisi di identità, determinato da anni di stagnazione di mercato, selezione competitiva, riorganizzazioni fra gruppi, mutamento dei comportamenti dei clienti e aggressività dei canali alternativi, dal web alle banche», spiega Orsi.

Dopo anni di sofferenze e criticità, il 2015 sembra però l'anno dell'inversione di tendenza. «Le nostre rilevazioni sul conto economico confermano la stabilizzazione della redditività media, che dopo 7 anni di calo si mantiene stabile a 71 mila euro per agenzia – dichiara il manager di Innovation Team –. Il problema degli agenti è che per anni non sono stati capaci di affrontare il calo di redditività e, in particolare, di controllare i costi della propria agenzia». Qualcosa però sta cambiando: dalla ricerca emerge una categoria di professionisti che sta lavorando per ridurre i costi e per poter gestire meglio lo sviluppo attraverso reti di vendita maggiormente qualificate.

Da tempo è in atto una forte disintermediazione. Oggi, tuttavia, secondo Vincenzo Cirasola, presidente di Anapa (Associazione nazionale agenti professionisti di assicurazione), a questa "disintermediazione" si può contrapporre la "professionalizzazione" di un ruolo. «L'agente deve cambiare, non può più essere un venditore. Dev'essere un agente-imprenditore, un agente-manager che, oltre a continuare a fare sviluppo, anche in condizioni di mercato sfavorevoli, deve possedere le competenze del controllo di gestione ed essere interessato al proprio utile netto».

«L'agente del futuro, come quello del presente, dev'essere altamente qualificato, preparato e competitivo in tutti i rami assicurativi, superando la predilezione quasi esclusiva che alcune grandi compagnie riservano tutt'oggi alla Rc auto – aggiunge poi Claudio Demozzi, presidente di Sna (Sindacato nazionale agenti di assicurazione) –. Quando la propria compagnia mandante non si mostra interessata o non sufficientemente attrezzata per raggiungere nuovi target di clientela, l'agente deve organizzarsi anche acquisendo nuovi mandati, cioè operando in plurimandato o attivando le libere collaborazioni, oggi permesse grazie alla legge 221/2012, la cosiddetta legge Fioroni-Vicari». Solo in questo modo l'agente potrà essere in grado di servire la propria clientela a 360 gradi.

«Gli agenti dovranno puntare su un approccio integrato, che tenga conto dei nuovi sistemi informativi e comunicativi, commerciali e di marketing», prosegue Cirasola.

«Dovranno investire in propria tecnologia, cioè in strumenti in grado di migliorare l'efficienza e conseguentemente la redditività delle agenzie, che al tempo stesso ne elevano l'autonomia operativa e la capacità di competere sul mercato», ribatte Demozzi.

Nel mondo assicurativo, però, la multicanalità integrata è ancora lontana. «Dopo l'esperienza di successo delle scatole nere, le compagnie stanno facendo investimenti enormi sulla digitalizzazione», dichiara Focarelli, che poi aggiunge che bisogna vedere, però, come si adatterà il mondo della distribuzione, un settore (soprattutto il mondo agenziale) che è ancora poco innovativo. Qualcosa, intanto, si sta muovendo. Dalla ricerca di Innovation Team risulta che sta iniziandosi a diffondere, anche fra gli agenti di assicurazione l'utilizzo di web e mobile technologies per le relazioni con i clienti, (vendita, assistenza post-vendita, campagne e diffusione di contenuti). Anche se al momento gli agenti di avanguardia sono solo una nicchia. «Sono solo l'8,6%», precisa Orsi, che poi conclude dicendo che non si tratta di giovani o digital-native (l'età media è infatti di 52 anni). Per il futuro, si apre quindi una nuova sfida: favorire il ricambio generazionale all'interno di una professione che non ha molto appealing sui giovani e che genera un elevatissimo tasso di turnover.

NOTIZIE DALLE ASSOCIAZIONI

**ANAPA SALUTA IL
PRESIDENTE E I NUOVI**

Philippe Donnet, amministratore delegato e direttore generale di Generali Italia, Anthony Bradshaw – direttore generale di Allianz Italia – e Giovanni



<p>VICEPRESIDENTI DI ANIA CON UN INVITO AL DIALOGO</p> <p><i>FONTE: INTERMEDIA CHANNEL (19/01/2016)</i></p>	<p>Di Benedetto, presidente di ITAS Mutua: sono questi i nomi dei tre nuovi vicepresidenti nominati nella giornata di oggi dal Consiglio Direttivo di ANIA, su proposta della presidente Maria Bianca Farina, unitamente al nuovo Comitato Esecutivo.</p> <p>“Salutiamo la nomina del presidente e dei tre vice-presidenti ai quali auguriamo un buon lavoro”, ha dichiarato il presidente di ANAPA Rete ImpresAgenzia Vincenzo Cirasola. L’associazione degli agenti di assicurazione ha subito inviato una lettera di congratulazioni ai nuovi rappresentanti delle compagnie richiedendo, allo stesso tempo anche la ripresa del dialogo per l’Accordo Imprese/Agenti.</p> <p>“Dopo sette anni di silenzio, eravamo riusciti come Anapa a ristabilire un dialogo con l’associazione delle imprese. Dialogo che si è bruscamente interrotto, non di certo a causa nostra. Ci auguriamo che ora i tempi siano maturi affinché si ristabilisca un tavolo paritetico e dove si possa riprendere il dialogo per il rinnovo dell’accordo ANA, che per noi agenti è molto importante – ha proseguito Cirasola -. Siamo nel pieno di una crisi strutturale, di sistema, e potremo uscirne soltanto condividendo valori e obiettivi. L’attività di agente di assicurazione si sta continuamente trasformando, sotto l’impulso del mercato e del legislatore, e abbiamo un’impellente necessità di rivedere l’impianto normativo collettivo per adeguarlo ai tempi e alle nuove dinamiche che si stanno affermando nel mercato assicurativo”.</p>
<p>ANIA, NOMINATI I VICEPRESIDENTI ED IL COMITATO ESECUTIVO</p> <p><i>FONTE: INTERMEDIA CHANNEL (19/01/2016)</i></p>	<p>Il Consiglio Direttivo dell’ANIA – presieduto da Maria Bianca Farina e riunitosi oggi a Milano – ha provveduto a realizzare le nomine per gli organi di governo previsti dal nuovo Statuto dell’Associazione. Il Consiglio Direttivo, su proposta della presidente Farina, ha quindi nominato i tre nuovi vicepresidenti dell’Associazione: a conferma della anticipazioni di stampa delle scorse settimane, i vice di Farina saranno Philippe Donnet (amministratore delegato e direttore generale di Generali Italia), Anthony Bradshaw (direttore generale di Allianz Italia) e Giovanni Di Benedetto (presidente di ITAS Mutua).</p> <p>Il Consiglio Direttivo ha inoltre nominato il nuovo Comitato Esecutivo, che già nella giornata di oggi si riunirà in prima seduta. All’interno del Comitato – oltre ai nuovi vicepresidenti Donnet, Bradshaw e Di Benedetto – siederanno Maurizio Cappiello (direttore generale di AXA Assicurazioni), Giovan Battista Mazzucchelli (amministratore delegato di Cattolica Assicurazioni), Luigi Lana (AD di Italiana Assicurazioni), Camillo Candia (amministratore delegato di Zurich Italia), Cesare Caldarelli (direttore generale di Vittoria Assicurazioni) e Pier Ugo Andreini (AD di ARA VMG 1857).</p>
<p>CIRASOLA E ANA 2003: «TEMPI MATURE PER RIAPRIRE IL DIALOGO CON ANIA»</p>	<p>«Salutiamo la nomina del presidente e dei tre vice presidenti di Ania ai quali auguriamo un buon lavoro. Adesso, però, stabiliamo un tavolo paritetico e riprendiamo il dialogo per il rinnovo dell’Ana». È quanto dichiarato da Vincenzo Cirasola (nella foto), presidente di Anapa Rete ImpresAgenzia, a seguito del completamento dell’organigramma dell’Ania.</p>

<p>FONTE: TUTTI INTERMEDIARI (20/01/2016)</p>	<p>L'associazione degli agenti di assicurazione ha inviato nella giornata di ieri una lettera di congratulazioni ai nuovi rappresentanti delle compagnie richiedendo, allo stesso tempo anche la ripresa del dialogo per l'accordo imprese-agenti. «Dopo 7 anni di silenzio eravamo riusciti come Anapa a ristabilire un dialogo con l'associazione delle imprese», ha commentato Cirasola. «Dialogo che si è bruscamente interrotto, non di certo a causa nostra. Ci auguriamo che ora i tempi siano maturi affinché si ristabilisca un tavolo paritetico e dove si possa riprendere il dialogo per il rinnovo dell'accordo Ana, che per noi agenti è molto importante. Siamo nel pieno di una crisi strutturale, di sistema, e potremo uscirne soltanto condividendo valori e obiettivi. L'attività di agente di assicurazione si sta continuamente trasformando, sotto l'impulso del mercato e del legislatore, e abbiamo un'impellente necessità di rivedere l'impianto normativo collettivo per adeguarlo ai tempi e alle nuove dinamiche che si stanno affermando nel mercato assicurativo», ha concluso Cirasola.</p>
<p>ANAPA, IL DIALOGO TRA COMPAGNIE E AGENTI DEVE PROSEGUIRE</p> <p>FONTE: INSURANCE TRADE (19/01/2016)</p>	<p>Anapa Rete ImpresAgenzia si congratula con i tre nuovi vice presidenti dell'Ania (Philippe Donnet, Anthony Bradshaw e Giovanni Di Benedetto) e chiede la ripresa del dialogo tra compagnie e intermediari in merito all'Accordo Imprese/Agenti. "Salutiamo la nomina del presidente e dei tre vice-presidenti ai quali auguriamo un buon lavoro", ha affermato in una nota il presidente di Anapa Rete ImpresAgenzia, Vincenzo Cirasola. "Dopo sette anni di silenzio - spiega - eravamo riusciti come Anapa a ristabilire un dialogo con l'associazione delle imprese. Dialogo che si è bruscamente interrotto, non di certo a causa nostra. Ci auguriamo che ora i tempi siano maturi affinché si ristabilisca un tavolo paritetico e dove si possa riprendere il dialogo per il rinnovo dell'accordo Ana, che per noi agenti è molto importante. Siamo nel pieno di una crisi strutturale, di sistema, e potremo uscirne soltanto condividendo valori e obiettivi. L'attività di agente di assicurazione - conclude Cirasola - si sta continuamente trasformando, sotto l'impulso del mercato e del legislatore, e abbiamo un'impellente necessità di rivedere l'impianto normativo collettivo per adeguarlo ai tempi e alle nuove dinamiche che si stanno affermando nel mercato assicurativo".</p>
<p>TRASPARENZA E TUTELA CONSUMATORI, LA SMART REGULATION DI EIOPA</p> <p>FONTE: INSURANCE TRADE (21/01/2016)</p>	<p>Garantire e riconoscere i principi di trasparenza, semplicità e pari accessibilità, a tutti i consumatori europei. Sono queste, in estrema sintesi, le linee guida contenute in un documento sulla cosiddetta smart regulation, pubblicato nei giorni scorsi da parte dell'Autorità europea delle assicurazioni e delle pensioni aziendali e professionali (Eiopa). Il paper indica, in sostanza, la strategia di Eiopa di muoversi verso un quadro globale e comprensivo basato sulla valutazione e sulla prevenzione del rischio nell'ambito della condotta sulla vigilanza aziendale.</p> <p>In particolare, uno dei principali obiettivi del documento (che richiama alla supervisione) è quello di sviluppare una cornice comunitaria condivisa: e ciò attraverso metodi di valutazione comuni per fissare le caratteristiche dei prodotti finanziari e i processi di distribuzione in ottica di una maggiore tutela e protezione dei sottoscrittori. La trasparenza, sostiene Eiopa, "è importante per i consumatori, per le imprese di</p>

assicurazione e per il mercato nel suo complesso, in quanto promuove il regolare funzionamento dei mercati garantendo parità di condizioni, un sano ambiente competitivo, e soprattutto l'aumento della fiducia dei consumatori, oltre alla stabilità finanziaria del sistema”.

NOTIZIE DAL MERCATO ASSICURATIVO

INDAGINE WILLIS TOWERS WATSON, 2015 ANNO RECORD PER FUSIONI ED ACQUISIZIONI

FONTE: INTERMEDIA CHANNEL
(21/01/2016)

Secondo i risultati dell'indagine Quarterly Deal Performance Monitor (QDPM) di Willis Towers Watson, relativi all'ultimo trimestre dell'anno, le società incorporanti delle operazioni di fusione ed acquisizione concluse nel 2015 hanno sovraperformato lo scorso anno il proprio indice (MSCI World Index) di 10,1 punti percentuali. Inoltre, il numero di operazioni M&A concluse rispondenti ai requisiti richiesti dall'indagine, ha raggiunto il massimo storico di 1.041, con un record di 307 nel quarto trimestre, il dato più alto di ogni singolo trimestre dal 2008, anno in cui l'indagine è stata realizzata per la prima volta.

L'indagine, realizzata in collaborazione con la Cass Business School, mostra che le mega-operazioni (oltre 10 miliardi di dollari) completate sono stati 22 (cinque nel solo IV trimestre), il totale annuo più alto da quando la ricerca è iniziata.

“Il 2015 è stato un anno incredibile – afferma Andrea Scaffidi, Senior Consultant di Willis Towers Watson Italia –. Abbiamo visto chiudersi un numero eccezionale di deal di grandi dimensioni; inoltre il mercato M&A ha dimostrato una forza notevole superando per la prima volta il numero di 1.000 deal conclusi in un anno. Il 2015 non è però stato solo un anno caratterizzato da un'elevata attività; gli acquirer hanno infatti continuato a realizzare valore e l'indagine mostra 12 mesi consecutivi di sovraperformance”.

Secondo l'indagine, nel 2015 la sovraperformance di offerte intersetoriali (23,8% sopra l'indice MSCI World Index) è più che raddoppiata rispetto a quella del precedente esercizio (10,1%). Nel 2015 anche la sovraperformance di offerte transfrontaliere e intraregionali è aumentata notevolmente rispetto al 2014, passando rispettivamente a 6% (dal 3,3%) e 6,2% (dal 3,4%).

“La sovraperformance dei deal intersetoriali a cui stiamo assistendo è fenomenale – prosegue Scaffidi –. Un esame più approfondito mostra che gli acquirer stanno cercando di crescere attraverso operazioni di trasformazione dei core business, e nel farlo sono ricompensati dal mercato. La significativa sovraperformance dei dealmakers è un segno che gli investitori hanno fiducia nella capacità degli acquirer di integrare modelli di business diversi per realizzare una crescita a più lungo

termine”.

La ricerca evidenzia inoltre come nel 2015 in tutti i settori le società incorporanti abbiano sovraperformato i propri indici MSCI Industry con Materials (25%), Industriali (18%), Alta tecnologia (14%) e Sanità (9%) ben al di sopra del 2014, quando erano rispettivamente al 6%, 8%, 9% e 7%. Dal punto di vista regionale, il Nord America continua a registrare il più alto numero di operazioni M&A concluse (448), seguito da Asia-Pacifico (342) ed Europa (180); 31 le operazioni completate nel resto del mondo.

“Anche se il 2015 è stato un anno molto positivo, ci sono ancora spazi di guadagno dal mercato M&A – rileva Scaffidi -. L’Asia ha fatto molto bene lo scorso anno e ha quasi colmato il gap con il Nord America. Un po’ a sorpresa, considerata la situazione economica, chi ha concluso deal in Europa è riuscito a ottenere rendimenti interessanti”.

Previsioni di Willis Towers Watson per le operazioni di fusione ed acquisizione nel 2016

1. Instabilità politica ed economica saranno fattori chiave

Instabilità politica ed economica saranno temi dominanti il mercato M&A. Una serie di eventi quali ulteriori rialzi dei tassi americani, le elezioni presidenziali degli Stati Uniti, una potenziale uscita del Regno Unito dall’Unione Europea, l’incertezza politica europea e la volatilità del mercato cinese potrebbero tutte insieme avere un impatto notevole. Secondo Willis Towers Watson, qualsiasi combinazione di questi eventi potrebbe creare cambiamenti; favorire o deprimere l’attività M&A dipenderà dall’eventuale coincidenza di questi.

2. Continueranno le mega-operazioni, ma potrebbero mascherare un graduale rallentamento dell’attività

L’attività M&A del settore farmaceutico dovrebbe continuare senza sosta e le mega-operazioni di fusione ed acquisizione potrebbero continuare a caratterizzare il settore. Per gli esperti di Willis Towers Watson, mentre il volume delle operazioni in termini monetari rimarrà alto nel corso dell’anno, “sarà interessante vedere se ci sarà un calo nel numero di operazioni minori; potrebbe, infatti, essere un indicatore importante che stiamo raggiungendo il picco del ciclo dell’M&A”.

3. Le offerte intersetoriali continueranno a crescere

“Le operazioni intersetoriali e di “trasformazione” – segnala la società leader a livello globale nel settore della consulenza e del brokeraggio, nata proprio da una maxi-fusione paritaria del 2015 tra Willis e Towers Watson – sono state a lungo considerate le più difficili da completare e quelle che più difficilmente potevano creare valore date le complicazioni di integrare diversi modelli di business e diverse culture organizzative”. Il

	<p>2015 ha visto un numero record di questo tipo di operazioni. Willis Towers Watson anticipa che questa tendenza continuerà anche nel 2016.</p> <p>4. I bassi prezzi delle materie prime continueranno a creare opportunità nel settore estrattivo e oil & gas</p> <p>Il prezzo delle materie prime rimarrà basso, e il settore delle estrazioni di petrolio e gas andrà incontro a una razionalizzazione e creerà nuove opportunità. Nonostante le turbolenze, nel corso del 2015 le società incorporanti hanno sovraperformato gli indici di riferimento e gli esperti di Willis Towers Watson si attendono quindi una crescita delle operazioni M&A intersetoriali, con gli operatori di maggiore dimensione che cercheranno di approfittare di tutte le opportunità che dovessero presentarsi.</p> <p>“Per le attività M&A il 2016 sarà un anno entusiasmante, ricco di opportunità – conclude Scaffidi -. Tuttavia è giusto considerare i rischi di questo tipo di attività: i profitti possono sicuramente essere significativi, ma è importante ricordare che questi pagano nel lungo periodo e che la chiave per realizzarli è un’attenta pianificazione ed esecuzione dei processi di integrazione. La forte sovraperformance degli acquirer evidenziata nel nostro studio è un segno che gli investitori credono che i deal possano essere implementati con il successo delle transazioni. Tuttavia, man mano che i deal diventano più grandi e sempre più intersetoriali e globali, la sfida dell’implementazione, che è il vero motore del successo del deal, diventerà sempre più difficile”.</p>
<p>La diffusione di polizze sanitarie tra le famiglie italiane nel 2014</p> <p>FONTE: INTERMEDIA CHANNEL (21/01/2016)</p>	<p>La Banca d’Italia ha recentemente pubblicato le informazioni raccolte nella rilevazione del 2014 dell’Indagine sui bilanci delle famiglie italiane. L’indagine campionaria, condotta con cadenza biennale su un campione rappresentativo di oltre 8.000 famiglie, raccoglie tra le altre cose informazioni sulle coperture assicurative in possesso delle famiglie. Come riporta l’ultima uscita di ANIA Trends, la newsletter dell’Ufficio studi ANIA, nella sezione del questionario dedicata si domanda alle famiglie se uno o più membri del nucleo familiare abbiano acquistato una polizza sanitaria (intesa come polizza malattia o infortuni, o entrambi). Questa modalità di rilevazione, segnala ANIA Trends, tende tuttavia a sottostimare in modo significativo il numero di coperture, in quanto quelle offerte dal datore di lavoro generalmente non comportano una spesa diretta da parte del beneficiario della polizza. La percentuale di famiglie che avevano acquistato almeno una polizza malattia o infortuni era nel 2014 pari al 3,3% (circa 800mila su un totale di 24 milioni) in ulteriore calo rispetto al 2012, anno della precedente rilevazione (3,8%). La diffusione delle coperture sanitarie, segnala l’Ufficio studi ANIA, è diminuita in modo evidente tra le famiglie residenti nelle aree a maggior diffusione assicurativa: al Nord le famiglie assicurate sono scese al 4,8%</p>

	<p>dal 5,5% nel 2012 e al Centro al 3,5%, dal 4,8% nel 2012. Nelle regioni del Sud si è invece registrato un lieve aumento (allo 0,8%, contro lo 0,7% nel 2012). La diffusione delle polizze sanitarie per condizione professionale ha mostrato caratteristiche simili, registrando un deciso calo (al 7,7% dall'8,5% nel 2012) tra i lavoratori autonomi – “categoria naturalmente più propensa ad assicurarsi” – e uno ancor più profondo tra i lavoratori dipendenti (al 3,1% dal 4,1% nel 2012). La percentuale di famiglie assicurate con capofamiglia in pensione è invece aumentata, seppur in misura molto lieve (al 2,4% dal 2,3% nel 2012). Nel 2012 la percentuale di famiglie con almeno una copertura sanitaria si è ridotta in tutte le classi di reddito, tranne nel IV quintile, dove è rimasta costante al 3,2%. “Si è mantenuta in tal modo immutata – sottolinea ANIA Trends – la struttura della distribuzione della domanda di polizze in relazione con il reddito familiare caratterizzata da una forte correlazione positiva”. Nel quintile più ricco della popolazione il calo è stato particolarmente pronunciato, dal 12,3% al 10,9%; negli altri quintili in contrazione le variazioni sono stati tutti inferiori al punto percentuale.</p>