



PRIMO PIANO

Falsi sinistri, 10 arresti a Salerno

I carabinieri di Battipaglia hanno eseguito nel salernitano dieci ordinanze di custodia cautelare ai domiciliari nei confronti di altrettante persone accusate di truffa ai danni di compagnie assicurative. Le indagini, avviate da giugno 2013 hanno consentito di accertare 20 falsi sinistri organizzati a Battipaglia, Pontecagnano, Salerno e Bellizzi. I reati contestati sono truffa aggravata e danneggiamento fraudolento. Dalle indagini sono emerse perizie false per incidenti mai avvenuti, grazie anche a false testimonianze. Il danno subito dalle assicurazioni è calcolato in oltre 50 mila euro. Nell'indagine sono coinvolti anche tre avvocati del foro di Salerno, sottoposti ora agli arresti domiciliari. L'organizzazione, attraverso una collaudata tecnica di ricostruzione a tavolino di falsi sinistri, riusciva a ottenerne il risarcimento da parte delle compagnie assicuratrici. Le strade dove erano organizzati i sinistri fasulli erano localizzate nelle zone dei Picentini, in prevalenza a Giffoni Valle Piana. In alcuni casi gli incidenti sono risultati fasulli e simulati, mentre in altri le perizie erano truccate per attestare danni maggiori rispetto a quelli effettivamente subiti dai veicoli.

B.M.

MERCATO

Annual 2014, le assicurazioni per la crescita del Paese

La consueta due giorni organizzata dal Gruppo 24 Ore, e di cui Insurance Connect è stato media partner, ha fatto il punto sul settore alla vigilia di un anno decisivo, in bilico tra rilancio e stagnazione

Regolamentazione, collaborazioni tra gli attori del settore, prospettive di sviluppo del Paese, gestione del rischio. Insomma un compendio dei principali temi dell'assicurazione italiana, con lo sfondo delle dinamiche europee: questa è stata la 16esima edizione dell'*Annual Assicurazioni*, martedì 28 e mercoledì 29 ottobre, organizzata dal Gruppo 24 Ore e di cui Insurance Connect è stato media partner.

Presenti i principali protagonisti del mondo assicurativo: dai top manager di molte compagnie, ai rappresentanti dell'Ania, della distribuzione, ma anche broker, società di ricerca e istituzioni. Tutti insieme per capire come il comparto assicurativo potrà crescere nel futuro, quali dinamiche lo muovono e in che misura potrà sostenere la crescita del Paese.



UTILI POSITIVI, NONOSTANTE L'AUTO

Ma partiamo dai dati di mercato. Si sa che anche il 2014 sarà un anno positivo per le compagnie: crescita molto sostenuta del vita, che continua a compensare in modo decisivo il calo (costante) dei rami danni, affossati sia dal calo dei prezzi Rc auto sia da un immobilismo del settore danni non-auto. A ogni modo, gli utili delle compagnie sono ancora molto positivi, come ha confermato nel suo intervento il presidente dell'Ania, **Aldo Minucci**, parlando di un valore, nei primi sei mesi del 2014, pari a 3,8 miliardi di euro. Le compagnie mostrano altresì un'ottima solidità patrimoniale e una ritrovata propensione al risparmio dei costi in ottica antifrode, anche perché sollecitate dal regolatore di settore, sempre più attento all'approssimarsi della scadenza decisiva di *Solvency II*.

Sarà proprio la nuova direttiva, secondo **Alberto Corinti**, consigliere di **Ivass**, a dare rinnovati input alle compagnie, sia sotto il profilo degli investimenti sia (e forse soprattutto) sotto quello della *governance*, che dovrà diventare sempre più *risk sensitive*, come sottolineato dalla ricerca di **Boston Consulting** e illustrato con un excursus sulle Autorità di vigilanza internazionali dallo studio legale **Dla Piper**.

COMPAGNIE VERSO DIGITALIZZAZIONE E NUOVO WELFARE

Il tema degli investimenti, tuttavia, diventa sempre più decisivo in un Paese come l'Italia in cerca di fresca liquidità. Ecco perché, i principali player plaudono da un lato alla maggior libertà concessa a copertura dei propri attivi, ma dall'altro chiedono finalmente di poter entrare in modo strutturale e organizzato nei settori in cui il welfare è più in crisi: sanità, previdenza, protezione. Un *sentiment*, questo, comune sia all'ad del gruppo **Unipol**, **Carlo Cimbri**, protagonista di un'intervista incentrata molto sulla politica e meno sui temi propriamente assicurativi, sia ai top manager delle compagnie coinvolte nella tavola rotonda che ha chiuso la prima giornata dei lavori. **Camillo Candia**, ad di **Zurich**, **Patrick Dixneuf**, numero uno di **Aviva**, **Dominique Uzel**, ad di **Groupama Assicurazioni** e **Giovan Battista Mazzucchelli**, ad di **Cattolica**, hanno confermato l'impegno in favore della digitalizzazione e l'auspicio che il crollo dei prezzi dell'Rc auto possa liberare risorse per il consumatore e convincerlo a investire in protezione e previdenza. (continua a pag. 2)



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



(continua da pag. 1)

IL CAMMINO VERSO SOLVENCY II

Ad aprire la seconda giornata di lavori è stata una panoramica sulle ultime novità di Solvency II, illustrate dal dg dell'Ania, **Dario Focarelli**. Molti gli step da concludere prima dell'entrata in vigore della direttiva (primo gennaio 2016), il più imminente dei quali avverrà nel mese di novembre con la consultazione **Eiopa** sulla *curva risk free*. Per quanto riguarda l'Italia, Focarelli ha spiegato che "l'assicurazione si sta mostrando particolarmente resiliente" in uno scenario di bassi tassi di interesse, anche se "resta l'esposizione a shock improvvisi nei mercati finanziari, in particolare verso il debito sovrano".

DIGITALIZZAZIONE, LEVA PER LA RELAZIONE CON IL CLIENTE

I passi da fare in prospettiva Solvency II si muovono in parallelo con l'evoluzione dei prodotti e l'innovazione dei servizi in campo assicurativo. Secondo l'ad di **Alleanza Assicurazioni**, **Davide Passero**, bisogna "partire dai bisogni", espressi da quelle persone che definisce "diversamente assicurate", perché scelgono forme di protezione *fai-da-te*: "va ripensata la relazione con il cliente". In questo le reti distributive saranno fondamentali: "la digitalizzazione non è un'alternativa, ma un fattore abilitante". Gli ha fatto eco **Maurizio Cappiello**, dg di **Axa Assicurazioni**: "resta centrale il ruolo degli agenti", ma serve uno salto di qualità, con una maggiore sensibilizzazione culturale e un approccio proattivo verso il cliente, anche attraverso *i social*; in questo senso Axa si è mossa per tempo stipulando, a livello globale, un accordo con **Facebook**. Una mossa da leggere in quanto creazione di un "ecosistema di partnership", come sottolineato da Ugo Cotroneo di Boston Consulting group. "Raccogliere e gestire dati sta diventando un asset strategico. Bisogna partire dall'esperienza del cliente - ha avvertito Cotroneo - non dalla tecnologia": semplicità e personalizzazione, piuttosto che App più sgargianti.

LE OPPORTUNITÀ NELL'RC AUTO

Ne sa qualcosa **Leonardo Felician**, ad di **Genialloyd**, compagnia che registra performance record (65 mesi di fila in crescita, aumento del 21,4% del business nel 2013). Una delle chiavi di questo successo, ha spiegato, "sta nella social media strategy, basata più sulla *customer care* che sul marketing". La capacità di sapersi relazionare con il cliente è il fattore dirimente anche in un business saturo, l'Rc auto, dove si affacciano nuovi competitor come **Intesa Sanpaolo Assicura**: secondo l'ad, **Alessandro Scarfò**, "è necessario un approccio orientato ad arricchire la proposizione", sebbene, ammette, "il cliente bancassicurativo è diverso, perché ha una relazione strutturata, da anni, con la propria banca", mentre per compagnie tradizionali come **Sara Assicurazioni**, ha osservato l'ad, **Alessandro Santoliquido**, "sarà fondamentale il modo con cui gli agenti abbracciano internet, andando a cercare il cliente".

Nel corso della giornata c'è stata anche la presentazione da parte del presidente dell'**Antitrust**, **Giovanni Pitruzzella**, dell'*Indagine conoscitiva sull'Rc auto*, di cui Insurance Daily parlerà nei prossimi giorni. Altri importanti spazi di confronto nel campo della distribuzione, tra **Claudio Demozzi** (presidente **Sna**), **Vincenzo Cirasola** (presidente **Anapa**), **Franco Ellena** (presidente commissione distribuzione Ania) e **Vittorio Verdone** (direttore centrale Ania) sul tema delle collaborazioni tra intermediari. La giornata si è conclusa con una discussione tra **Alessandro De Felice** (membro di **Anra** e vice presidente di **Ferma**) e **Uberto Venura** (ad di **Aon**) sulla situazione italiana relativa alla gestione dei rischi da parte delle Pmi.

Fabrizio Aurilia e Beniamino Musto

**RISK
MANAGER**
LA PROFESSIONE
DEL FUTURO

Master in
Risk engineering e
risk management
nelle imprese
dal 21 novembre 2014

**LOSS
ADJUSTER**
IL FUTURO
DELLA PERIZIA

Master in
Loss adjustment basic on line
dal 23 gennaio 2015
Loss adjustment advanced
dal 16 gennaio 2015
Expert loss adjuster
da ottobre 2015

> approfondisci su
www.cineas.it

 **CINEAS**
PER UNA CULTURA DEL RISCHIO



Eurovita lancia il private

Diventare un player indipendente, aperto e specializzato, leader nella bancassicurazione sul ramo vita. Questa la strategia dell'impresa che, ieri a Roma, ha presentato il nuovo piano, con le attività previste

È partita di slancio la nuova **Eurovita Assicurazioni**, la compagnia di bancassicurazione, rilevata a luglio da **J.C. Flowers** e che ieri ha presentato a Roma il nuovo piano d'impresa ai partner storici, ad altre banche e ai rappresentanti della business community.

La compagnia resta focalizzata sullo sviluppo di una gamma specializzata di prodotti vita, sostenuta da iniziative digitali di supporto alla rete e ai clienti. "Le attività e gli obiettivi - ha dichiarato **Andrea Battista**, amministratore delegato di **Eurovita** - si inquadrano in una strategia basata su tre pilastri, *specializzazione, apertura e indipendenza*, su cui sarà costruito il futuro sviluppo. Saremo - ha spiegato - un player specializzato nel vita, aperto a tutto il mercato italiano e ai nuovi partner. E soprattutto indipendente, vero fattore differenziante e distintivo. Questi pilastri ci consentiranno di competere sia nel tradizionale mondo del *retail* sia nel *private insurance*".

A essere interessata dalle novità, implementate già nei prossimi mesi, l'intera gamma di prodotti *unit linked* (interni ed esterni), rifondati su logiche *multi-manager* e l'evoluzione dei prodotti multiramo.

Luxury brand per il private

Annunciata anche la creazione di una divisione di private insurance, per supportare lo sviluppo in questo segmento di clientela con un approccio del tutto innovativo. "Vogliamo costruire - ha spiegato Battista - una divisione dedicata con *luxury brand*, un'area di business

che serva questo segmento in modo eccellente e differenziato con prodotti *ad hoc* e una linea chiara e distintiva. Per coprire a pieno tutte le esigenze del mondo private, sia da un punto di vista di prodotto/servizio (protezione personalizzata con servizi dedicati, gestione del patrimonio attraverso servizi di *family office* legati a prodotti di ramo I, gestione finanziaria evoluta a piattaforma aperta di diritto italiano ed estero), sia da un punto di vista operativo con processi e velocità di esecuzione rapida".

Altre novità arriveranno dall'area prodotti: la protezione private costituirà un *unicum* assoluto, un prodotto di fascia alta, non solo per i capitali assicurati, ma anche per i servizi aggiuntivi.

Poi la digitalizzazione, con la creazione del nuovo portale multi accesso, per raggiungere un'operatività realmente *paperless* in circa 24 mesi; la rivisitazione del sito Internet, con una comunicazione più immediata e moderna; infine, il nuovo logo, che vuole sintetizzare gli elementi trainanti del nuovo percorso.

"L'obiettivo finale - ha spiegato **Michael Christner**, managing director di J.C. Flowers e membro del consiglio di amministrazione di Eurovita - è diventare leader nel mercato italiano della bancassicurazione relativamente al ramo vita, attraverso un'offerta di valore e ingenti investimenti diretti alla crescita graduale della rete distributiva".

Laura Servidio



Abitare oggi plus
Piano assicurativo modulare per la casa
www.nationalesuisse.it

l'arte di assicurare

nationale
suisse

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 30 ottobre di www.insurancetrade.it

Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012



RIPENSARE L'RC AUTO

Milano, 12 novembre 2014 (9.30 - 17.00)
Palazzo delle Stelline, Corso Magenta 61

PROGRAMMA

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

09.30 - 10.00 - **Registrazione**

10.00 - 10.20 - **Presentazione della ricerca "Sistemi e processi per la gestione dei sinistri nel Ramo Rc auto"**

*Marco Lanzoni, responsabile finance Scs Consulting
Guido Proietti, manager Scs Consulting*

10.20 - 10.40 - **Tecnologia e occhio umano al servizio dell'Antifrode**

Angelo Cacciotti, direttore Ricerca e Sviluppo di Sicurezza e Ambiente

10.40 - 11.00 - **Via libera della Consulta all'art. 139 del CAP: fine di un'epoca?**

Maurizio Hazan, studio legale Taurini & Hazan

11.00 - 12.30 - TAVOLA ROTONDA: **Ripensare l'Rc Auto**

*Giovanni Calabrò, direttore generale Antitrust
Giovanna Gigliotti, direttore sinistri UnipolSai
Paolo Panarelli, direttore generale Consap
Fabrizio Premuti, presidente Konsumer Italia
Fabio Sattler, direttore area sinistri Allianz
Rossella Sebastiani, responsabile area normativa direzione auto Ania
Generali Italia (*)*

12.30 - 13.00 - **Q&A**

13.00 - 14.00 - Lunch

14.00 - 14.20 - **Il deterrente Identitag e il contrasto alle frodi**

Elisabetta Muriana, responsabile rapporti assicurativi I.car

14.20 - 14.40 - **Il peso delle frodi nel risarcimento del danno alla persona**

Giovanni Cannavò, presidente Associazione Melchiorre Gioia

14.40 - 15.00 - **Intervista ad Alessandro Santoliquido, direttore generale Sara Assicurazioni e presidente commissione auto Ania**

15.00 - 15.20 - **L'esperienza nei Paesi europei**

15.20 - 16.45 - TAVOLA ROTONDA: **Come migliorare il processo di liquidazione sinistri**

*Barbara Buralli, responsabile sinistri e contenzioso Intesa Sanpaolo Assicura
Luigi Caligaris, direttore Quattroruote Professional
Andrea Lorenzoni, chief claims officer Zurich
Paolo Masini, direttore sinistri Cattolica Assicurazioni
Pierluigi Pellino, responsabile coordinamento, organizzazione e monitoraggio sinistri Axa Assicurazioni
Paolo Rozzi, responsabile direzione sinistri Groupama Assicurazioni
Ferdinando Scoa, direttore sinistri Assimoco
Massimo Treffletti, dirigente responsabile servizio Card accordi associativi antifrode Ania*

16.45 - 17.00 - **Q&A**

sponsorizzato da



Sicurezza e Ambiente S.p.A.



Iscriviti su www.insurancetrade.it
Scarica il programma completo