

PRIMO OSSERVATORIO EUROPEO SULLA **INTERMEDIAZIONE ASSICURATIVA**

Un confronto tra Italia e resto d'Europa alla luce
dei cambiamenti del modello di distribuzione

giugno 2014

Contenuti della presentazione

1. L'Europa nel mondo e l'Italia in Europa
2. La situazione degli intermediari professionali in Europa e in Italia
3. Le determinanti della performance assicurativa
4. L'impatto sugli intermediari dell'evoluzione normativa in Europa
5. Le sfide, oggi, per l'intermediario professionale
6. Conclusioni e strategie possibili



1. Il posto dell'Europa nel mondo, dell'Italia in Europa

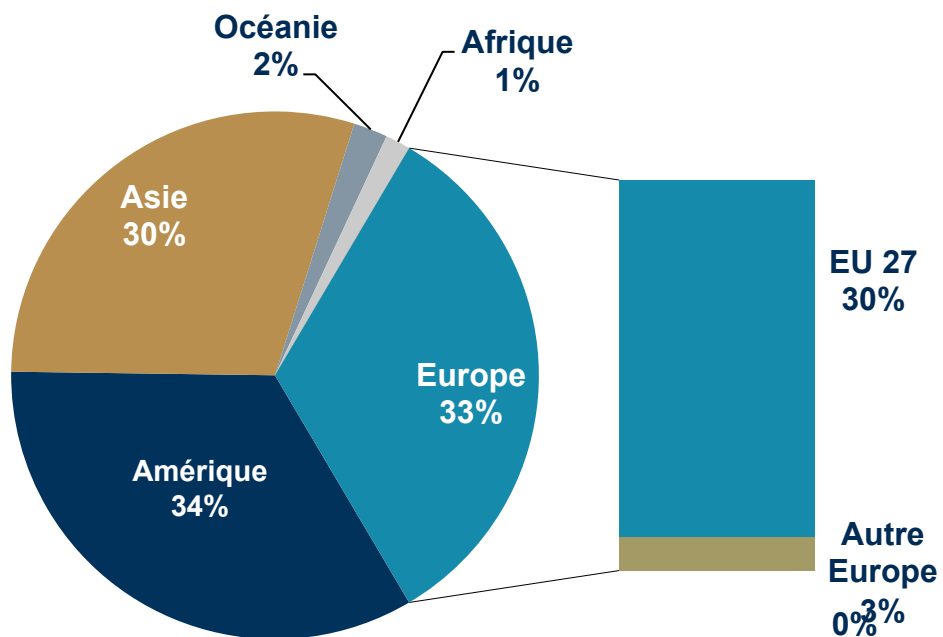
- La posizione dell'Europa è molto significativa nell'assicurazione mondiale sia nel settore Vita che nel settore Danni:
 - Dal punto di vista dei premi l'Europa pesa per un terzo sui ricavi assicurativi mondiali.
 - Si attesta al 6,8% del Prodotto Interno Lordo Europeo.
 - Può contare su premi per persona di 1 741 \$ US che rappresentano uno dei livelli più alti a livello mondiale.

- L'Italia per le assicurazioni è il quarto mercato in Europa
 - La sua posizione nei premi vita è comparabile a quella dei maggiori Paesi.
 - Lo sviluppo dei premi Danni è ancora molto limitato.
 - Bisogna capire se questa è un'anomalia italiana oppure se «possiamo aspettarci un'accelerazione della crescita Danni».

Comunque l'Europa è un attore centrale nell'assicurazione mondiale e nel comparto Danni, l'Italia è ancora uno dei pochi Paesi che può essere considerato a forte potenziale in Europa.

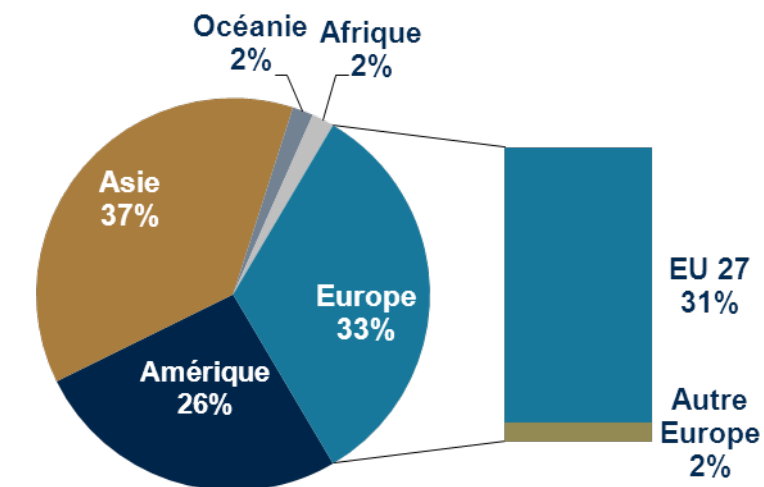


L'Europa leader dell'assicurazione nel mondo

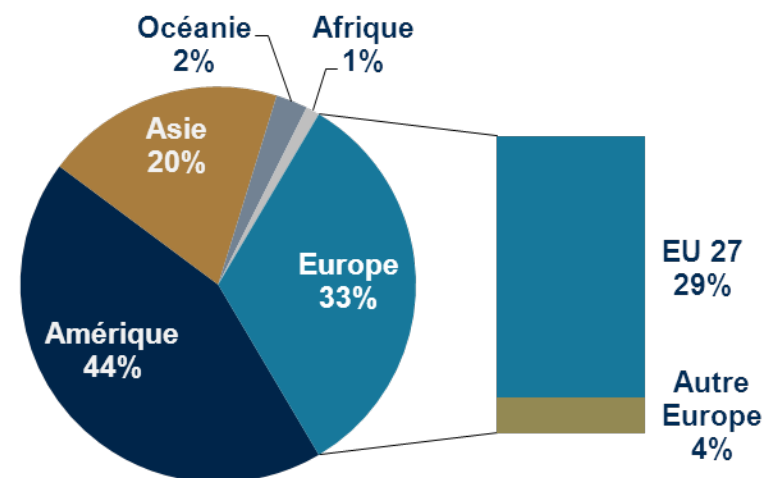


Totale 2012 = 4.646 Md\$

Source : Sygma 2013 en USD



Danni = 1.997 Md\$

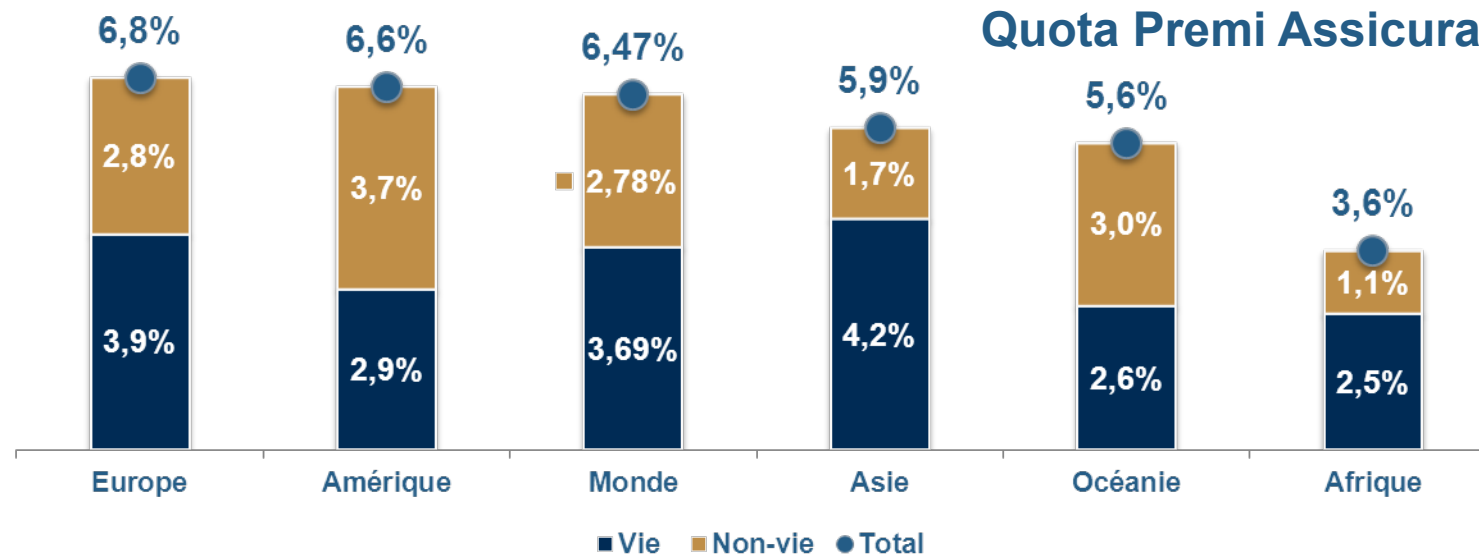


Vita 2012 = 2.649 Md\$

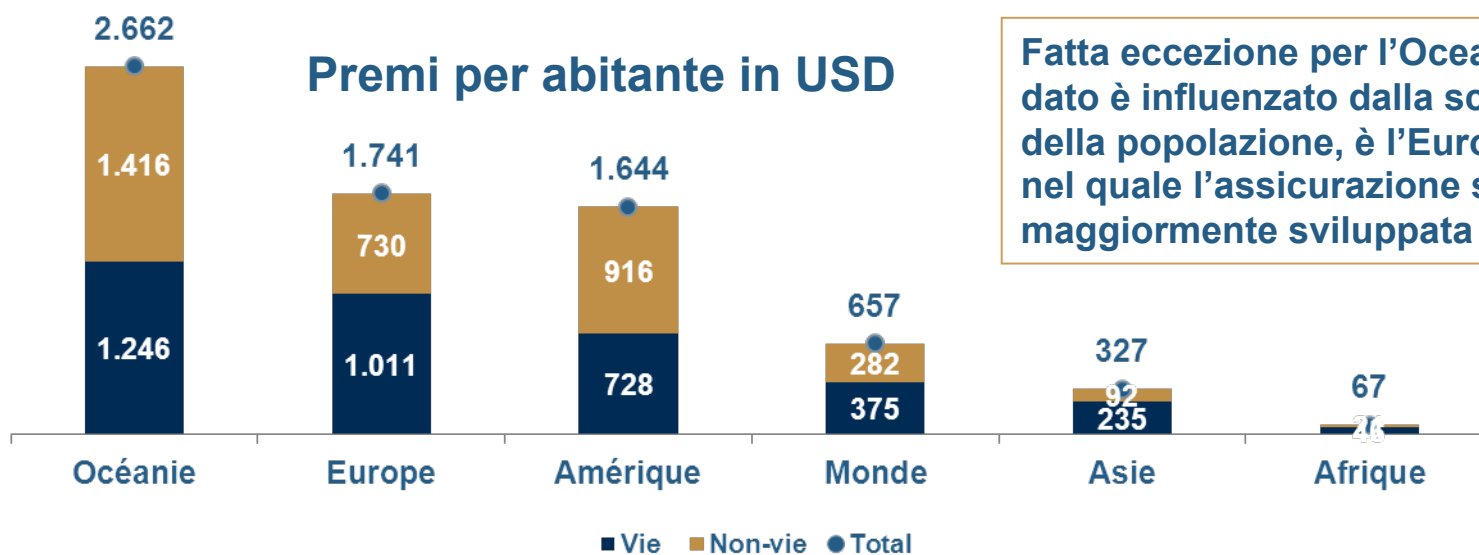


Le performance dell'assicurazione in Europa

Quota Premi Assicurativi sul PIL



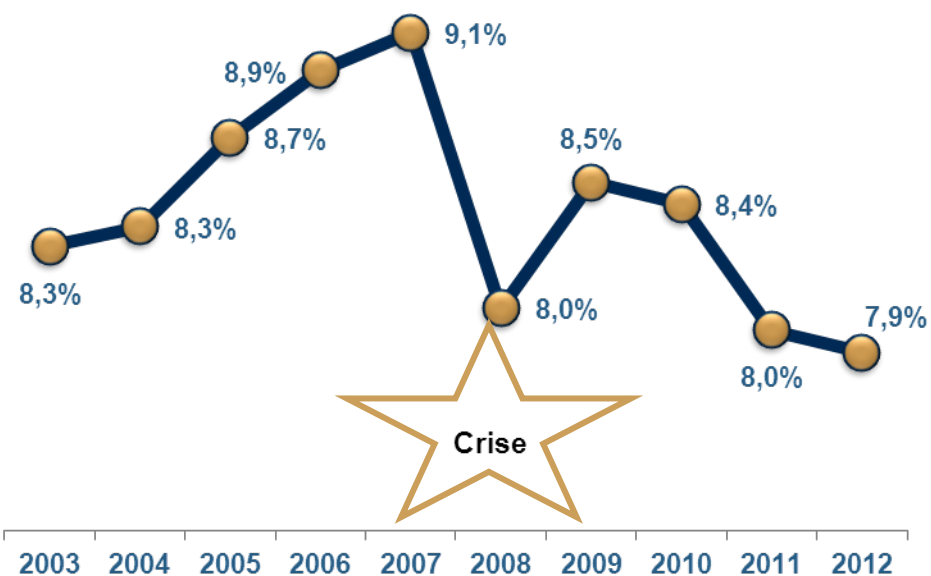
Premi per abitante in USD



Fatta eccezione per l'Oceania, dove il dato è influenzato dalla scarsa densità della popolazione, è l'Europa il continente nel quale l'assicurazione si è maggiormente sviluppata nel mondo.



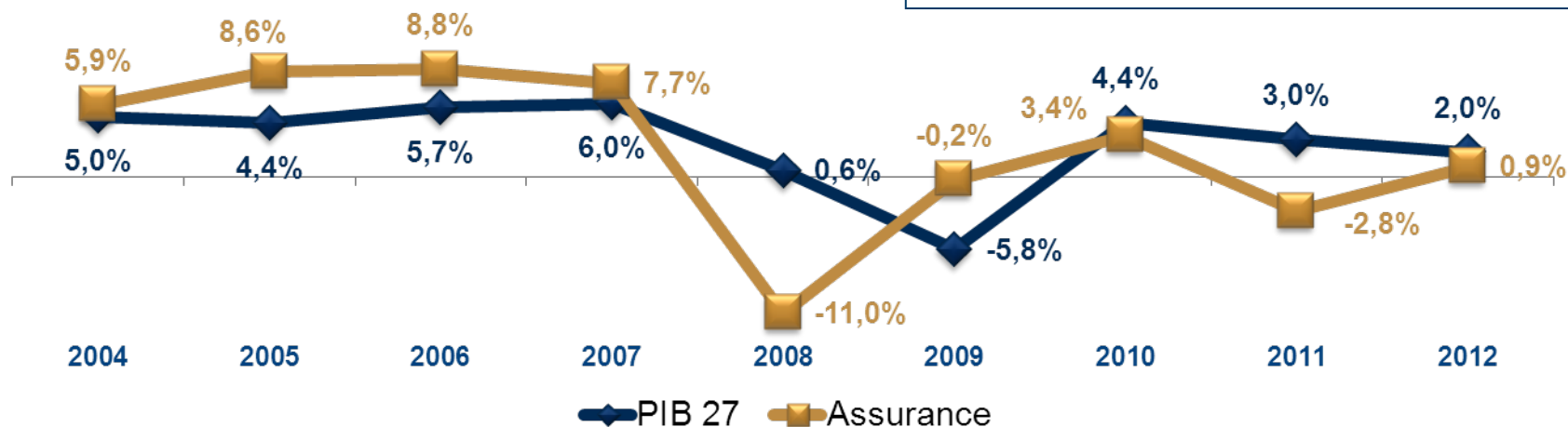
Evoluzione dell'assicurazione in relazione al PIL (UE)



Fino al 2007, i premi assicurativi sono cresciuti più del PIL .

Con la crisi finanziaria del 2008, i premi diminuiscono di oltre il 10%, mentre il PIL è fermo. Il settore incide quindi di meno sull'economia.

Nel 2009, con la riduzione del PIL in Europa, l'assicurazione resta stabile. Successivamente, influenzata dalla crisi del debito sovrano, la crescita assicurativa rimane inferiore al PIL.

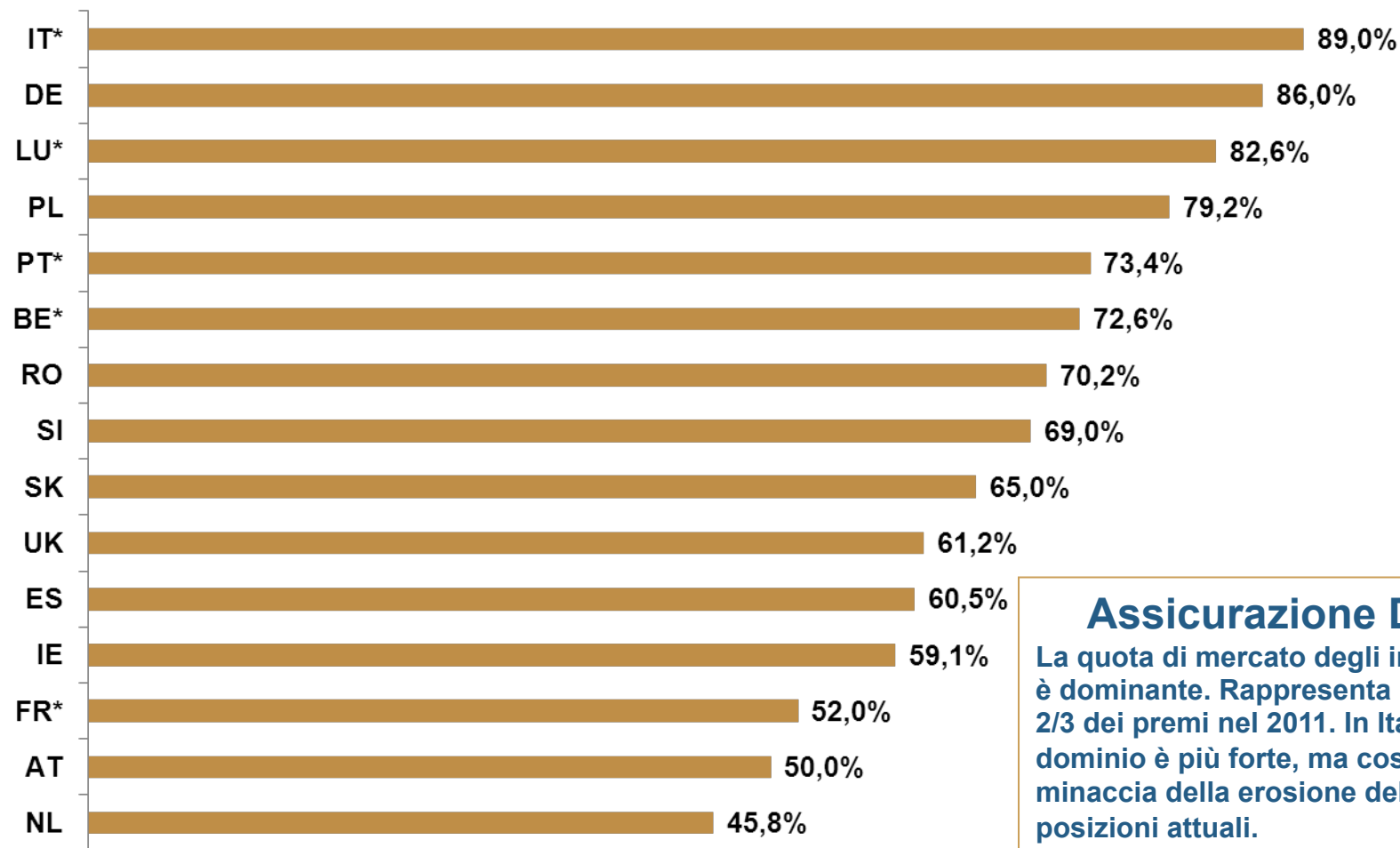


2. Gli intermediari professionali di assicurazione

- **Gli intermediari professionali** – agenti e broker – dominano il mercato europeo:
 - Nell'assicurazione Danni, distribuiscono i due terzi dei premi
 - Nell'assicurazione Vita, effettuano circa la metà della raccolta
- **La concorrenza è attiva**, multiforme e minacciosa. In ognuno dei mercati si presenta con attori diversi
 - Le compagnie dirette in Gran Bretagna e in Olanda.
 - Le società mutue (senza intermediari) in Francia, così come in Belgio e in Spagna.
 - La bancassurance in Italia, in Francia, in Spagna, in Belgio e in Germania.
 - I comparatori che dalla Gran Bretagna si sono diffusi negli altri mercati.
- **La capacità di resistere degli intermediari professionali è più forte se:**
 - Presidiano bene il territorio così come in Italia, Germania, Belgio, Spagna, Gran Bretagna.
 - Le compagnie supportano le loro reti « proprietarie » come in parte avviene in Germania e in Italia.
- **Tuttavia, il numero di collaboratori degli intermediari si riduce**
 - Gli agenti perdono quote di mercato e personale.
 - I broker aumentano il personale e riescono, nel complesso, a conservare le quote di mercato.



Gli intermediari professionali dominano la distribuzione



Assicurazione Danni

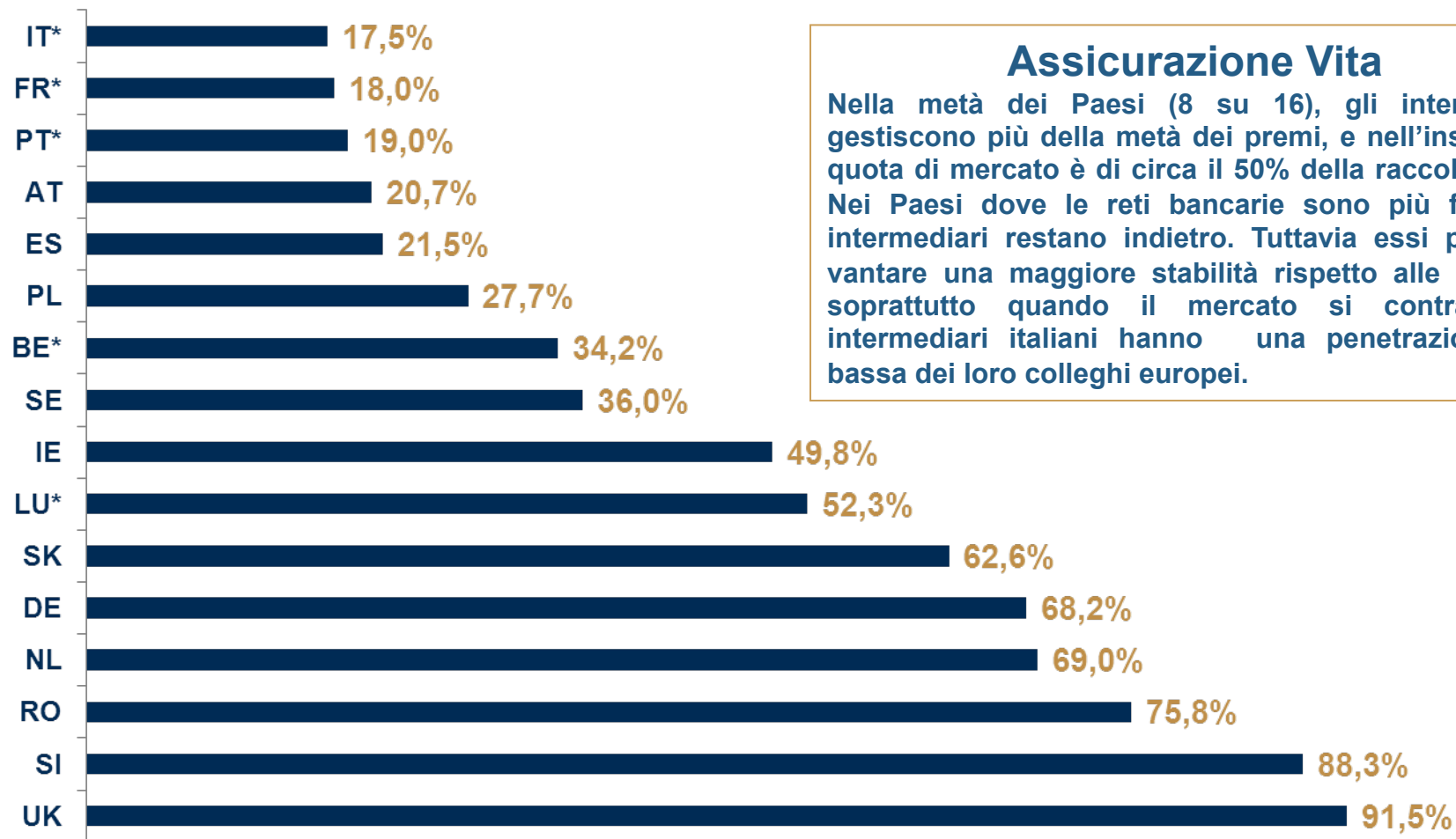
La quota di mercato degli intermediari è dominante. Rappresenta in media i 2/3 dei premi nel 2011. In Italia, tale dominio è più forte, ma così anche la minaccia della erosione delle posizioni attuali.

* 2012

Pour Les Pays-Bas, les intermédiaires incluent les bancassureurs. Pour DE et UK, Affaires nouvelles
Source : Insurance Europe, Associations professionnelles nationales



Anche nel Vita, la quota degli intermediari è dominante



Assicurazione Vita

Nella metà dei Paesi (8 su 16), gli intermediari gestiscono più della metà dei premi, e nell'insieme la quota di mercato è di circa il 50% della raccolta 2011. Nei Paesi dove le reti bancarie sono più forti, gli intermediari restano indietro. Tuttavia essi possono vantare una maggiore stabilità rispetto alle banche, soprattutto quando il mercato si contrae. Gli intermediari italiani hanno una penetrazione più bassa dei loro colleghi europei.

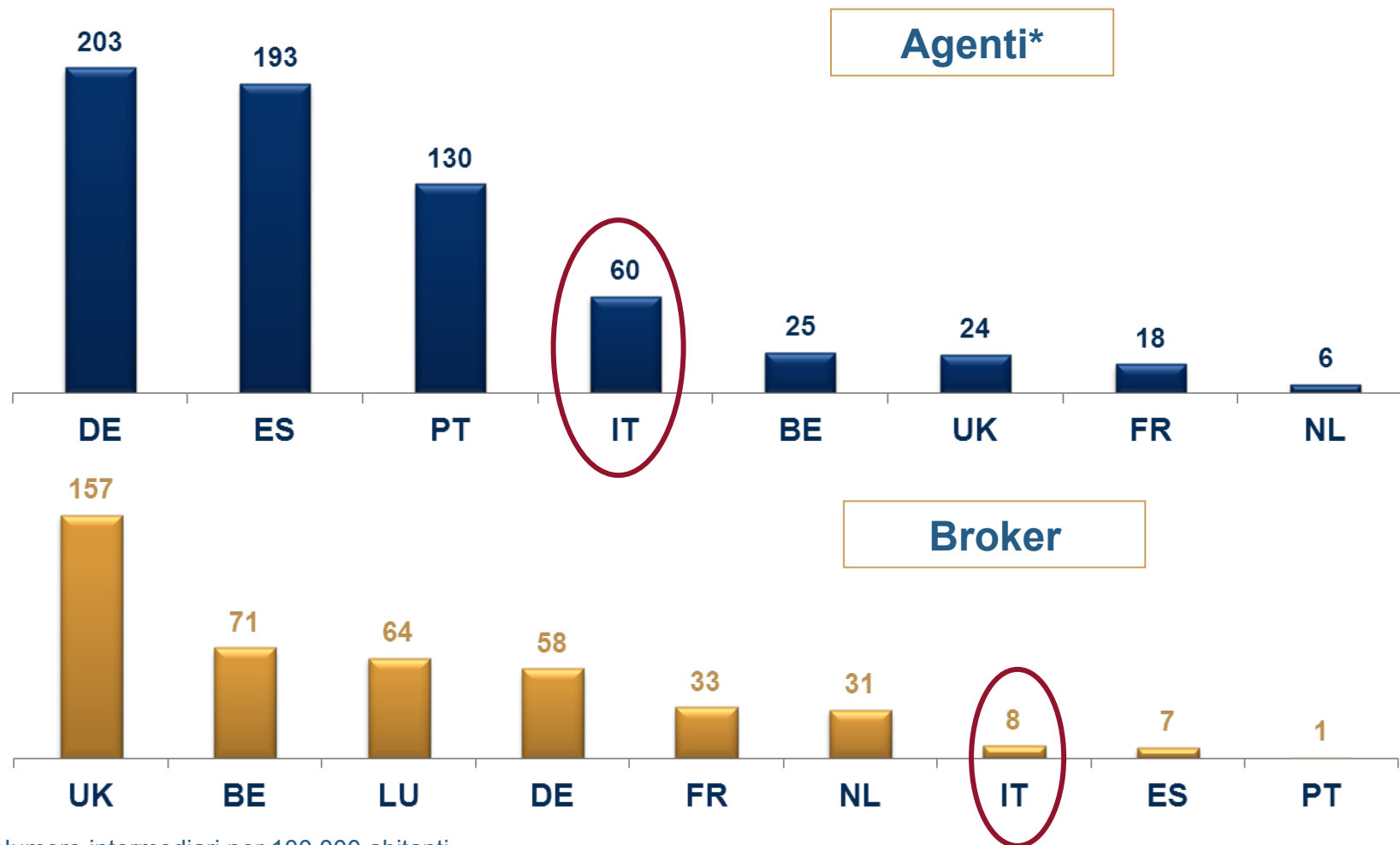
* 2012

Pour Les Pays-Bas, les intermédiaires incluent les bancassureurs. Pour DE, SE et UK, Affaires nouvelles

Source : Insurance Europe, Associations professionnelles nationales



Il presidio del territorio e dei clienti è chiave per conservare la quota di mercato



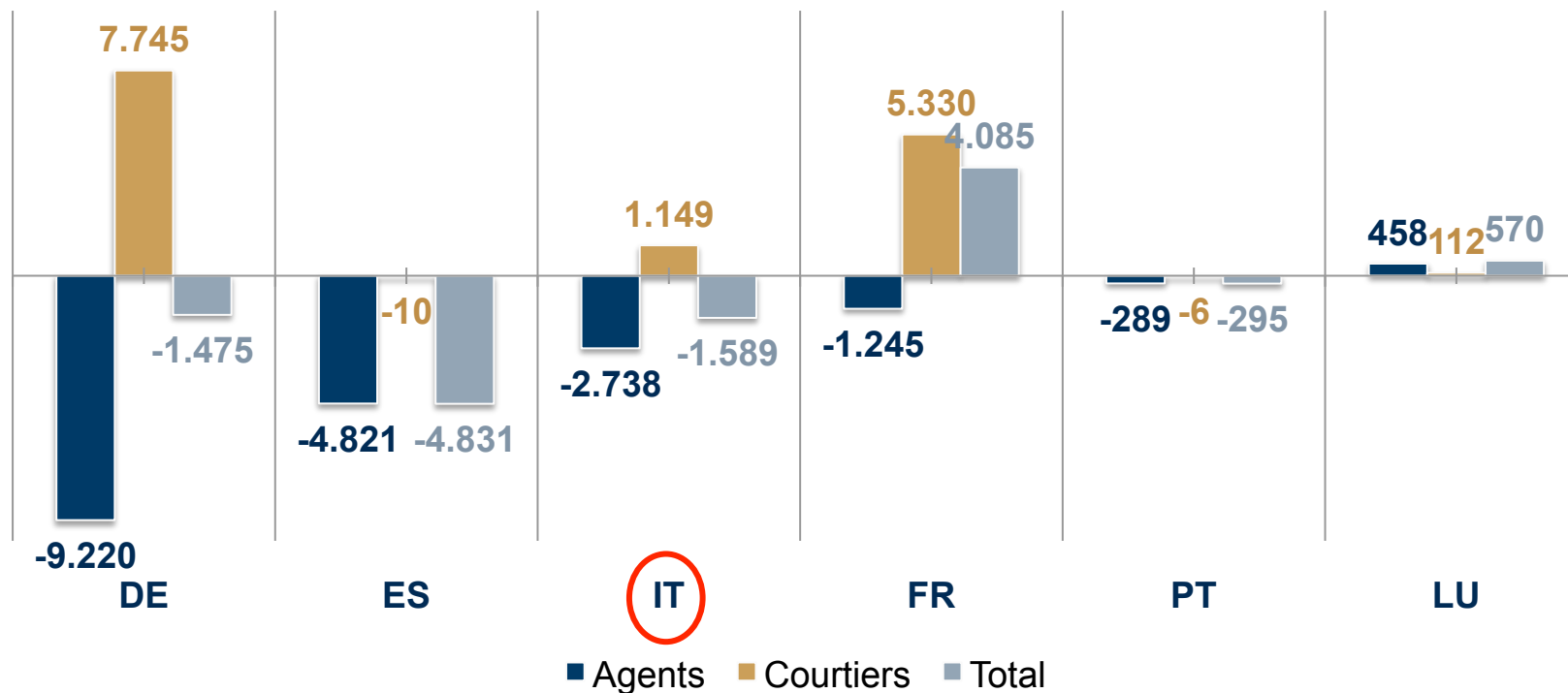
Numero intermediari per 100,000 abitanti
 Fonte : Registri Nazionali, Eurostat

* Con almeno un mandato



Variazione del numero di collaboratori

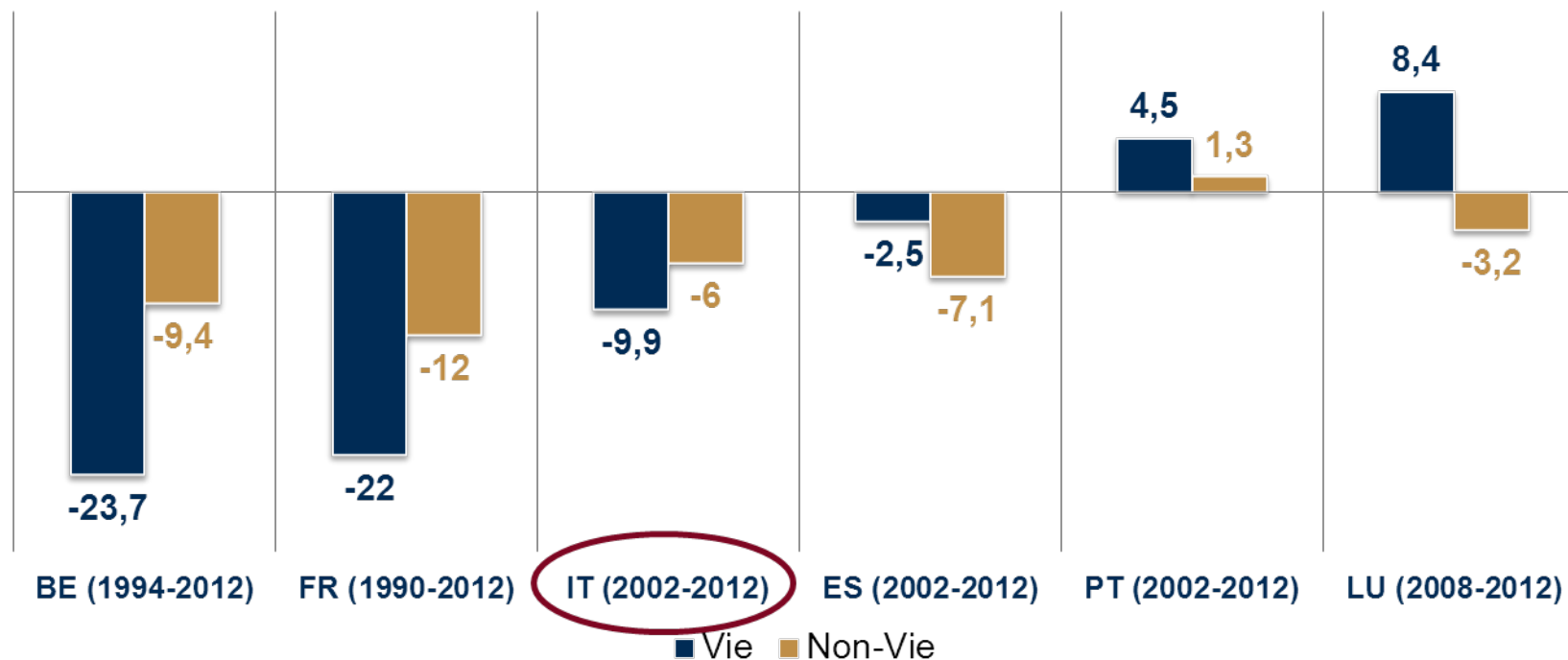
(saldo del personale impiegato - periodo 2007-2012)



In Italia, come nel resto di Europa, si assiste ad una crescente concentrazione dell'attività, che diventa tanto più rapida quanto più intensa è la concorrenza. La competizione è all'origine di due fenomeni: la riduzione del personale e la migrazione delle agenzie verso il brokeraggio.



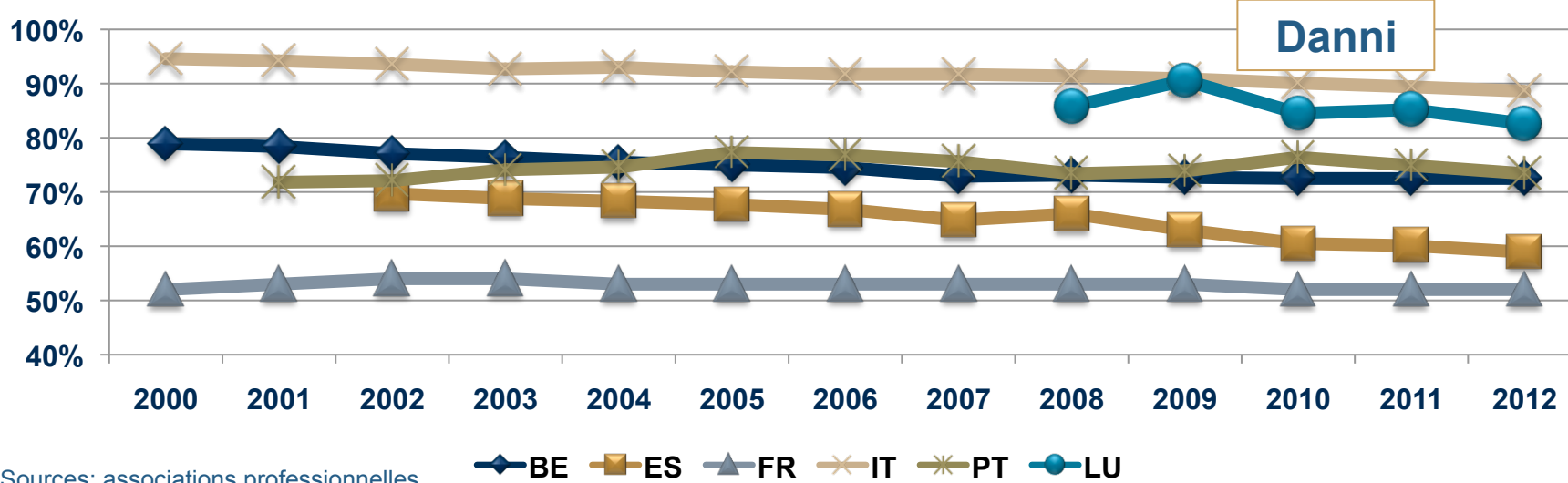
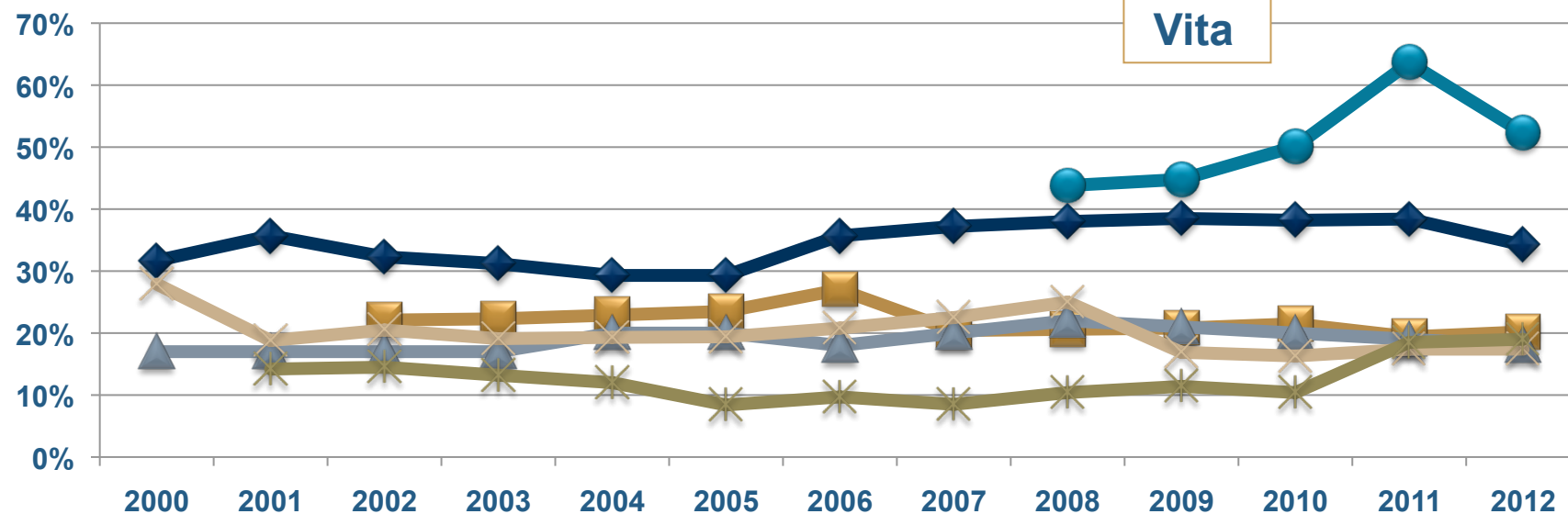
Movimenti delle quote di mercato nel vita e nei danni.



Nel lungo periodo, l'erosione delle quote di mercato è evidente. Nel vita, in particolare in Italia, in Francia e in Belgio, l'impatto delle banche è determinante.



Evoluzione quota di mercato degli intermediari professionali



Sources: associations professionnelles

◆ BE ■ ES ▲ FR ✕ IT * PT ● LU



Nel ramo vita, la bancassurance ha ottenuto un notevole successo

- **La bancassicurazione si è sviluppata nei mercati dove il settore Vita era meno presente e le reti tradizionali poco interessate** (Francia, Spagna, Italia), perché ritenevano l'attività Vita poco remunerativa.
- **La natura dei prodotti vita commercializzati si è modificata.** Dalle coperture concentrate sui rischi (TCM, vita intera), si è passati a prodotti con una forte componente di risparmio e di investimenti finanziari.
- **Le banche sono idealmente posizionate sul mercato della gestione del risparmio.** In molti casi, si sono limitate ad aggiungere il packaging «assicurativo» a prodotti dedicati alla gestione del risparmio.
- **Le banche hanno potuto contare sulle proprie reti di sportelli** rivolgendosi ai propri correntisti in un sistema di relazioni consolidate. Hanno di fatto accresciuto la dinamica del mercato e ne hanno anche tratto il maggior beneficio.
- E' interessante notare che, **quando la banca ha integrato al suo interno l'attività assicurativa**, ha ottenuto crescite importanti, come nel caso di molti gruppi francesi e delle Poste o, più recentemente, di Intesa Vita in Italia.



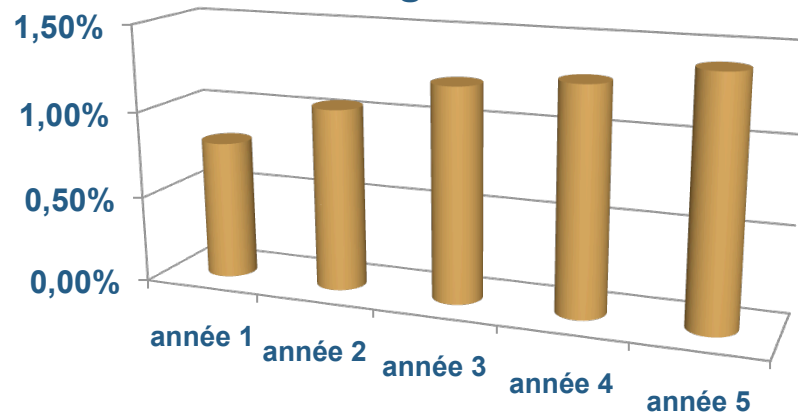
3. Le determinanti della performance assicurativa

- **La performance economica delle attività assicurative è cruciale.** Ormai, le compagnie sono costrette a «guadagnarsi da vivere» sul proprio mestiere, la gestione dei rischi, e ottengono molto meno dai risultati della finanza.
- **La performance dipende dai risultati tecnici.** Nella maggior parte dei mercati europei, che sono maturi, la redditività dell'assicurazione dipende :
 - Dalla capacità di **cross-selling** (la condizione che il cliente acquisti più contratti presso la stessa compagnia),
 - Dalla fidelizzazione del cliente, ovvero dalla durata della relazione nel tempo.
- **La redditività dipende quindi dalla coppia fidelizzazione/cross-selling**
- Le politiche delle compagnie nei confronti dei clienti, in molte parti di Europa, si orientano verso l'obiettivo di **fidelizzare**. In Italia, questo appare meno evidente.
- Le compagnie che distribuiscono tramite intermediari tradizionali ottengono, di solito, risultati migliori rispetto a quelle che utilizzano altri canali. Questo perchè nel campo assicurativo la **dimensione relazionale** è essenziale per guidare i comportamenti di acquisto.
- Le reti di distribuzione e, in particolare, gli intermediari professionali che agiscono sul territorio sono tra coloro meglio posizionati per sviluppare il corss selling e fidelizzare i clienti.



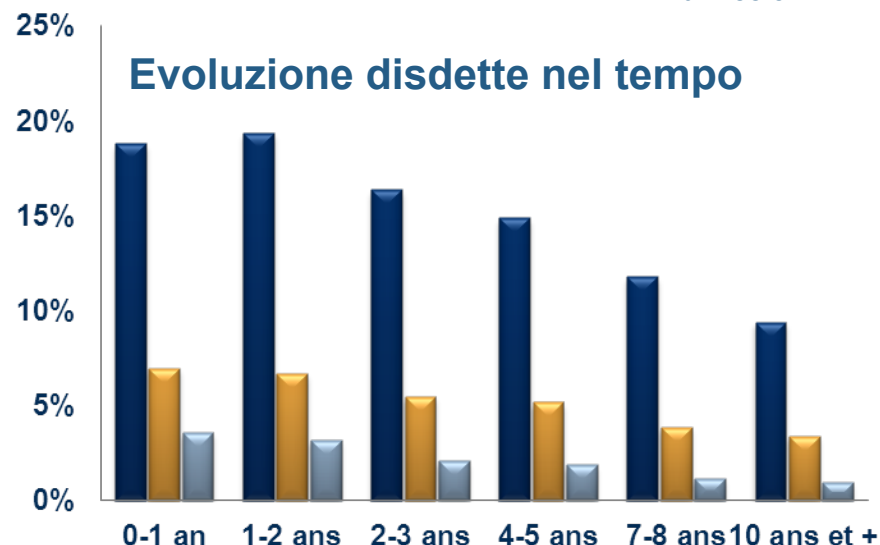
La performance è frutto della stabilità del portafoglio

Fedeltà e margini di redditività

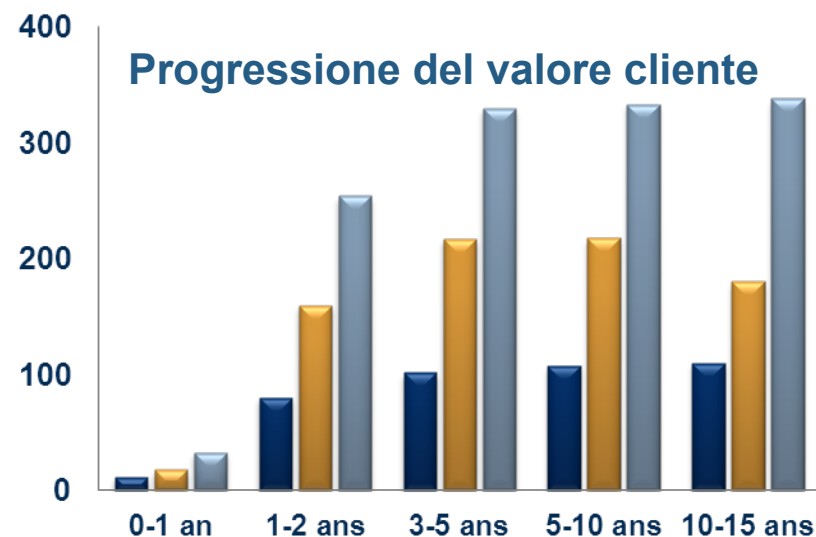


Un punto in più del tasso di fedeltà genera un miglioramento da 1,4 a 1,85% dei margini su premi. Il cross selling accresce la fidelizzazione (durata della relazione) e il valore ottenuto dal cliente.

Evoluzione disdette nel tempo



Progressione del valore cliente

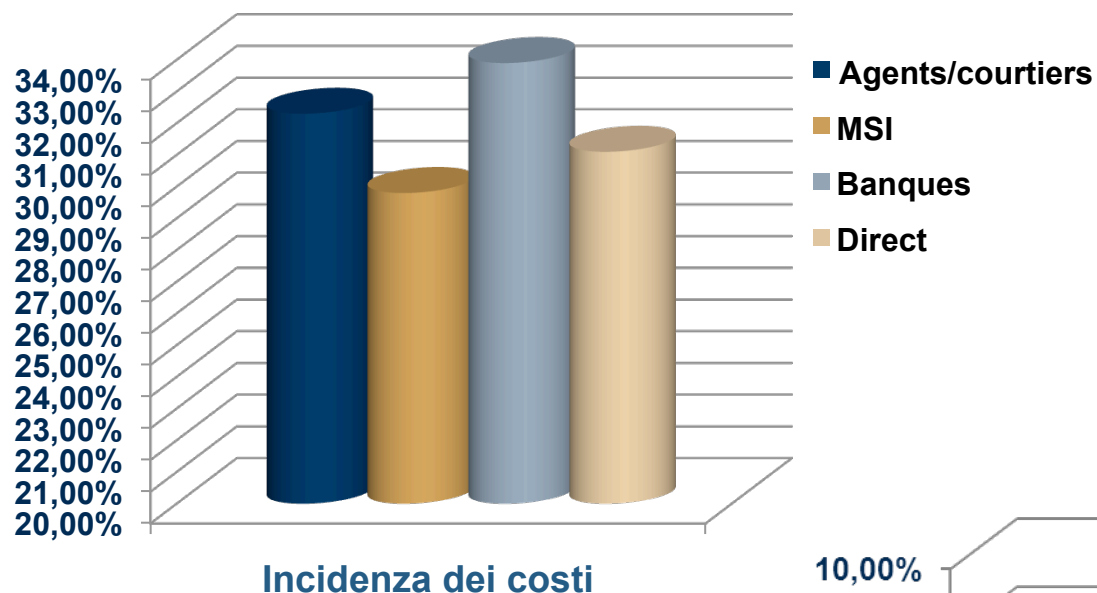


Source MEDI 2012

■ 1 contrat ■ 2 contrats ■ 3 contrats



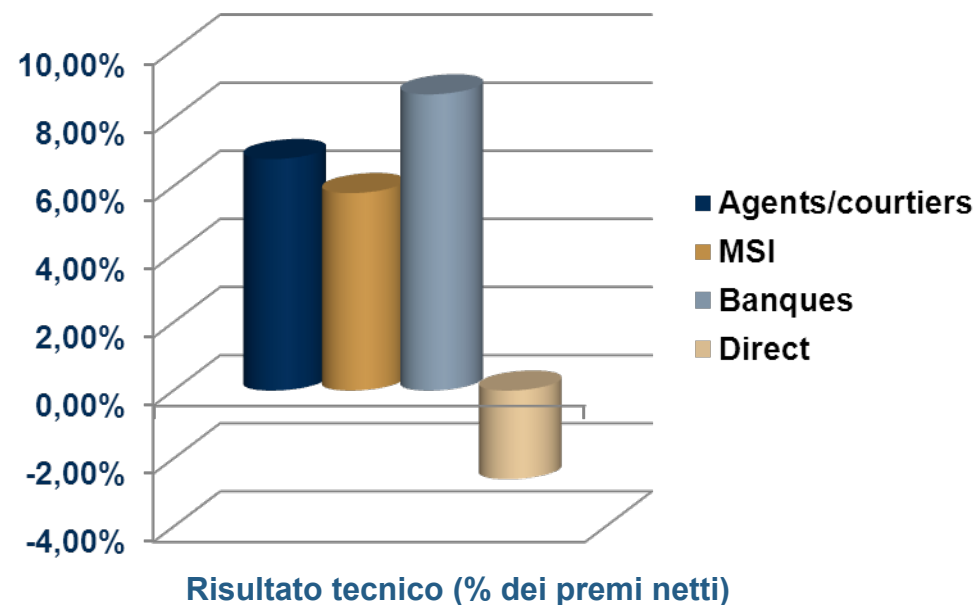
La performance con la pressione concorrenziale – Danni 2012



Sui mercati più competitivi ove combattono diversi poderosi sistemi di distribuzione, gli intermediari sono concorrenziali perché:

1. I loro costi sono nella media
2. La redditività generata per le compagnie è più alta, tenuto conto che...
3. Le filiali bancarie « pilotano » i risultati in relazione ai bisogni della Direzione.

Sources : ACPR – analyse MEDI



4. L'impatto del nuovo quadro normativo

- **Lo sviluppo normativo** in Italia e in Europa mette in primo piano i seguenti temi:
 - **Professionalizzazione.**
 - **Protezione dei consumatori.**
 - **Regolamentazione per favorire la concorrenza.**
- **In accordo con le evoluzioni sociali e della giurisprudenza**, le nuove regole comportano certamente dei nuovi vincoli... ma soprattutto la «chance» per gli intermediari professionali di:
 - Ottenere il riconoscimento di una delle grandi specificità del loro mestiere: **la consulenza.**
 - Progredire nel rendere sempre più professionale il loro approccio commerciale.
 - Dare le stesse regole ai diversi canali di distribuzione dell'assicurazione.
- Per gli intermediari si tratta di **un'opportunità storica** per ripensare:
 - Ciò che offrono ai loro clienti.
 - I vantaggi che generano per le compagnie: qualità del sistema di distribuzione e contributo alla performance economica.
 - L'informazione che generano a favore dei clienti.
- Grazie al nuovo quadro giuridico, quindi, possono **re-impostare** il loro mestiere nella prospettiva di un «avvenire di successo» per la categoria.



La nuova regolamentazione dà centralità all'intermediazione*

4 regole principali

1. La consulenza professionale:

Gli obblighi di informazione sono rafforzati e la consulenza formalizzata: analisi della situazione cliente, esplicitazione dei bisogni rilevati e giustificazione delle proposte.

2. La riduzione dei conflitti d'interesse:

Curare l'interesse del cliente come priorità dell'attività di intermediazione.

3. La trasparenza:

Esplicitare i legami con le compagnie
Dare informazioni su chi interviene e sui **costi di ciascuno**.

4. La competenza:

L'obbligo di possedere le conoscenze minime per esercitare la professione, all'inizio dell'attività, è completata dalla formazione permanente per rafforzare la professionalità.

6 conseguenze

- **Si impongono le stesse regole a tutte le forme di distribuzione assicurativa.**
- **Il «dovere di consigliare» .**
- **La chiarezza dello status giuridico e del ruolo svolto.**
- **La formalizzazione della prestazione professionale di intermediazione assicurativa.**
- **Uno spazio concorrenziale uniforme.**
- **La formazione permanente.**

* **MIFID, IMD2, PRIPS**



L'intermediazione diventa attore a pieno titolo del mondo assicurativo-finanziario e non semplice parte della catena di distribuzione

- E' considerata come una **funzione strategica**:
 - Identificata,
 - Universalizzata (con regole comuni),
 - Responsabilizzata.

- Si iscrive in una nuova realtà caratterizzata dal:

Processo per rendere autonoma la «distribuzione»

La trasparenza, la descrizione della prestazione e le nuove responsabilità definiscono una funzione specifica separata da quella del collocamento dei prodotti.



5. Le sfide per l'intermediario professionale 1 / 2

- **La crescita professionale.** Su tutti i mercati, essa:
 - Induce alla revisione dei processi di intermediazione.
 - Costituisce la chiave del successo.
- **La normativa** richiede un più elevato livello di **competenze** :
 - Per poter accedere alla professione.
 - Per mantenere il proprio status durante la vita professionale (formazione continua).
- **Il « dovere di consigliare »** è il punto focale della nuova normativa:
 - Determina una relazione personalizzata e quindi individuale e personale.
 - Impone un'indipendenza nella consulenza che diventa quindi un'attività separata dal collocamento del prodotto.
 - Non si limita alla vendita, ma è dovuto **per tutta la durata del rapporto con il cliente** o dei contratti stipulati.
 - Aumenta le **responsabilità degli intermediari** che devono poter ricostruire e dimostrare le ragioni dei consigli forniti al cliente e l'adeguatezza dei contratti proposti.

*Gli obblighi d'informazione e consulenza trasformano la funzione d'intermediazione.
Questa evoluzione è coerente con una visione moderna della relazione commerciale.
Il «dovere di consigliare» rafforza la differenziazione tra intermediari accentuando le
difficoltà di coloro che si limitano a collocare i prodotti.*



Le sfide per l'intermediario professionale 2 / 2

▪ **La performance economica**

- La gestione dei rischi interni fa la differenza e dipende da:
 - La gestione dei rischi assicurativi e finanziari (non cercare di fare la banca).
 - Il controllo dei rischi operativi e di compliance (essere conforme alla normativa).
 - La qualità della relazione con i clienti (accrescere il tempo dedicato e la qualità della consulenza).
- L'integrazione dei processi, la riduzione dei costi, l'informazione
 - Per razionalizzare e ottimizzare la gestione.
 - Per rendere più precisa l'informazione operativa (Solvency 2).
- Una ripartizione migliore delle attività tra intermediari e compagnie per :
 - migliorare l'efficacia e
 - Costituire un fronte comune per richiedere la semplificazione delle procedure.

▪ **Le relazioni con le compagnie e il supporto organizzativo**

- La conflittualità penalizza la performance, intermediari e compagnie devono ridurla perchè :
 - Ha un costo elevato.
 - Distrugge la fiducia.
 - Destabilizza la relazione di partnership per lo sviluppo.
- E' necessario integrarsi con la compagnia o con altri - costruire piattaforme di servizio o costituire forme di collaborazione stabile con gli altri colleghi - per sostenere l'evoluzione organizzativa e tecnologica della struttura di intermediazione, impiegando più tempo nella consulenza ai clienti.



6. Conclusioni e strategie possibili

- Operiamo in un mercato ricco e sviluppato e l'Italia è uno dei mercati nei quali, se l'offerta si sviluppasse opportunamente anche nel settore Danni, si potrebbe avere contemporaneamente maturità e sviluppo del mercato.
- Contrariamente ad un pensiero diffuso e nonostante l'erosione della loro quota di mercato negli ultimi 20 anni, gli intermediari professionali sono ancora oggi la **prima forza di distribuzione** del continente, con costi comparabili agli altri canali.
- Non sempre le compagnie sono coscienti che la distribuzione professionale è quella che **assicura loro la maggiore redditività** e le migliori performance economiche. Una maggiore consapevolezza unita a una minore conflittualità potrebbero essere nell'interesse di tutto il settore.
- Lo sviluppo normativo dà rilevanza alla professione di **intermediario professionale**. Richiede però un adeguamento delle capacità di informazione e consulenza al cliente che rappresenta la vera sfida.
- **L'intermediario del futuro non potrà fare tutto da solo** ma dovrà integrarsi alle compagnie, costruire piattaforme di servizio o costituire forme di collaborazione stabile con gli altri colleghi, al fine di potersi dedicare pienamente, come la normativa richiede, alla relazione professionale con la clientela.
- **Se da una parte la sua responsabilità professionale crescerà, dall'altra, per coloro che sapranno adattarsi, ci sarà un avvenire di successo.**
L'intermediario professionale sarà quindi protagonista del mercato che sta nascendo.





tu assicurati, noi ti proteggiamo

GRAZIE PER L'ATTENZIONE!!

Studio realizzato con la collaborazione di

