

Anno XXVIII n. 150
Aprile-Maggio-Giugno 2024
Pubblicazione trimestrale



L'Agente

di Assicurazione



Il grande valore della memoria sindacale

14

89° COMITATO
CENTRALE SNA
di Claudio Demozzi

60

IL TEMPO
È SCADUTO
di Alessandro Ceccarelli

72

RICERCA
TARIFFE AUTO
di Commissione Rcauto

Prosegue il trend positivo per gli assicuratori

Le compagnie, non soltanto italiane, continuano a incamerare profitti da capogiro



A cura di Filippo Guttadauro La Blasca,
Coordinatore della Commissione Nazionale
di Solidarietà

Come previsto dalle norme in vigore, le imprese di assicurazioni hanno presentato i risultati dei bilanci relativi al 2023 e, come si prevedeva alla vigilia, in alcuni casi hanno raggiunto utili record.

Prima di ragguagliare, sommariamente i risultati delle principali compagnie operanti in Italia, allego una interessante ed esplicativa tabella redatta dalla Fondazione Fiba di First Cisl, che riporta in modo evidente i risultati prodotti negli ultimi due anni. (2022-2023).

Durante la scrittura e la lettura dei vari bilanci un'idea fissa mi frullava nella testa.

È noto a tutti che l'utile di esercizio finanziario di una impresa è il risultato positivo che deriva dalla gestione aziendale.

La questione della distribuzione fra i soggetti che partecipano alla realizzazione degli utili e conseguentemente alla loro distribuzione, il più delle volte costituisce il punto d'incontro di numerosi e a volte contrapposti interessi, interni ed esterni all'Azienda e per questo il Codice Civile condiziona la distribuzione degli utili all'osservanza di precise cautele e condizioni.

In particolare, nelle società di capitali, i soci non vantano il diritto alla periodica distribuzione degli utili, poiché ogni decisione al riguardo spetta esclusivamente all'assemblea; tuttavia, nel caso delle imprese di assicurazioni, oltre alle sempre più misere provvigioni retrocesse, non è mai stata prevista una sia pur minima redistribuzione aggiuntiva, sotto qualsiasi forma, agli intermediari professionali iscritti nella Sez. A del Rui.

	Poste (Servizi Assicurativi)			Intesa Sanpaolo Vita (Fideuram)			Generali			Unipol			Allianz		
milioni di euro	2022	2023	var %	2022	2023	var %	2022	2023	var %	2022	2023	var %	2022	2023	var %
PREMI	17.572	18.577	5,7	17.658	16.770	- 5	79.019	82.466	5,6	13.645	15.060	10	145.900	154.400	5,8
VITA	17.179	17.996	4,8	16.222	15.303	- 5,7	50.565	51.346	2	5.341	6.409	20	75.300	77.900	3,5
DANNI	392	581	48,2	1.436	1.467	2,2	28.454	31.120	12	8.304	8.651	4,2	70.600	76.500	8,4
UTILE NETTO	1.051	994		936,9	942,6		3.133	3.575		866	1.331		6.856	9.032	

La domanda che mi frullava per la testa resta e non so per quale recondito motivo pensavo alla Olivetti, ora di proprietà della Tim, diventando quasi un'ossessione, è la seguente:

perché in tempi di crisi ci viene chiesto di partecipare attraverso la riduzione dei compensi provvigionali al riequilibrio dei bilanci e nelle fasi di utili record come quello degli ultimi anni, non si è mai ipotizzata una redistribuzione degli utili, neppure simbolica, a favore di coloro che hanno partecipato e contribuito alla realizzazione di quegli utili?

Potrò apparire sprovveduto ed ingenuo, ma penso che occorra ripensare totalmente alcuni meccanismi remunerativi, diretti e indiretti, non solo per i lauti dividendi circolati nel settore nell'ultimo decennio, quanto piuttosto per generare un maggior coinvolgimento degli addetti, per cercare di riprendere ruoli e funzioni che le imprese di assicurazione avevano originariamente. Quel ruolo sociale di chi ha partecipato a garantire la sostenibilità del sistema e come un fulmine a ciel sereno mi torna in mente una frase che era solito dire il Cav. Adriano Olivetti: "La fabbrica non può guardare solo all'indice dei profitti. Deve distribuire ricchezza, cultura, servizi, democrazia. Io penso la fabbrica per l'uomo, non l'uomo per la fabbrica". Un imprenditore visionario che credeva possibile creare un equilibrio tra solidarietà sociale e profitto. La sua organizzazione del lavoro comprendeva un'idea di felicità collettiva, questa generava efficienza. Sosteneva che i suoi dipendenti dovevano vivere in condizioni migliori rispetto alle altre fabbriche italiane, dovevano avere salari maggiori. Era visionario a punto che aveva creato asili e abitazioni nelle vicinanze della fabbrica, nel rispetto dell'ambiente. I suoi dipendenti godevano di convenzioni favorevoli in tutti i campi, l'esatto contrario di quello che fanno le imprese di assicura-

zione con noi agenti che siamo parasubordinati a provvigioni.

Per venire al tema affrontato nel presente dossier e preciso, per omogeneità rendere omogenei dei dati, dirò in premessa che ho preso in considerazione i parametri economici principali, tra i quali:

1. Utile netto.
2. Indice di solvibilità.
3. Raccolta premi

Vediamo pertanto di seguito una panoramica riassuntiva dei risultati ottenuti, a livello globale, dalle Imprese assicurative di maggiore peso.



PLAYERS DI ESTRAZIONE BANCARIA

Gruppo POSTE

Nel 2023 il Gruppo Poste, in relazione al comparto assicurativo, registra ricavi pari a 1,56 mld€, segnando un decremento del 5% rispetto al 2022. Il risultato è legato alla riduzione dei ricavi nel settore Vita (pari a 1,475 mld, - 6,7%) nonostante l'aumento nel settore Danni pari al 34,7% (92 mln per il 2023). La raccolta complessiva è in crescita in entrambi i settori: 17,996 mld nel Vita (+ 5,7%) e 581 mln nel Danni (+ 48,2%) per un totale di 18,577 mld.

Il Solvency Ratio II arriva al 305%.

Il risultato netto è pari a **994 mln€** (- 5,5%).

Gruppo INTESA SAN PAOLO VITA

Il gruppo Intesa Sanpaolo Vita registra al 31 dicembre 2023 una raccolta lorda pari a 15.303,9 mln€, segnando così un decremento del 5,7% rispetto al risultato dell'anno precedente (16.222,7 mln). Il risultato deriva dalla contrazione della raccolta dei prodotti Vita unit linked (-43,7%), solo parzialmente compensato dalla crescita delle polizze tradizionali (+24,2%) e dal comparto Previdenza (+20,5%). Analogamente, la nuova produzione vita, pari a 14.929 mln, registra un decremento del 5,5% rispetto al 2022 (15.801 mln). I risultati della raccolta nel business Protezione, invece, registrano una crescita del 2,2% arrivando alla cifra di 1.467 mln rispetto ai 1.435 mln dell'anno precedente. I risultati in termini di produzione nei diversi comparti (Vita e Danni) seguono la tendenza generale del mercato 2023.

Il risultato netto consolidato di pertinenza del gruppo è pari a **942,6 mln€**.

COMPAGNIE DI ASSICURAZIONE

Gruppo GENERALI

Il Gruppo Generali chiude il 2023 con una raccolta complessiva pari a 82,5 mld€ (+5,6% rispetto al 2022); il risultato è da ricondursi all'incremento nella produzione del settore danni pari a 31,12 mld (+12%) e alla tenuta del settore vita che giunge ad un volume di premi lordi pari a 51,34 mld (+2%). Il risultato operativo consolidato (6.879 mln, +7,9%) è trainato dal risultato operativo del ramo danni (2.902 mln, +15,8%) e sostenuto dal comparto vita (3.735 mln +1,7%).

Volendo considerare nello specifico i due principali comparti possiamo segnalare la crescita importante del settore danni e nel settore non auto (+8,7%) sia in quella auto (+17,5%).

Il combined ratio registra un miglioramento di 1,4 punti percentuali e si riduce al 94%.

Nel ramo vita, se la produzione lorda cresce, la raccolta netta è pari a -1.313 mln.

Considerando i risultati limitatamente all'Italia si riscontra un incremento dei premi lordi nel comparto danni, con una flessione però del risultato operativo, ed un incremento della raccolta lorda anche per il settore vita sostenuto dall'aumento delle polizze risparmio a fronte di un calo delle unit linked (in coerenza con la tendenza nazionale di mercato).

Il Solvency Ratio è stabile al 220%.

L'utile netto normalizzato ha raggiunto i **3,575 mld€ (+14,1% rispetto al 2022)**.

Nota:

Potranno essere felici gli azionisti in quanto, a fronte di questi risultati, riceveranno un dividendo di 1,28 euro per azione in crescita del 10,3% dagli 1,16 euro dell'anno 2022, per una distribuzione complessiva pari a 2 miliardi.

***Gli agenti che hanno contribuito a questo risultato
quale premio-produzione otterranno?***

Gruppo UNIPOL

I risultati preliminari del bilancio del Gruppo Unipol, relativi al 2023, registrano un incremento dichiarato del risultato netto consolidato pari a 1.331 mln di euro. I volumi evidenziati sono in parte da legarsi al "badwill" dell'operazione relativa alla Popolare di Sondrio. Il gruppo registra incrementi in tutte le principali voci di business. Aumenta la raccolta complessiva, pari a 15,1 Mld€ (+10,4% rispetto al 2022). In aumento la raccolta danni che giunge a 8.651 mln (+ 4,2% rispetto al 2022) e il settore Vita che registra un dato di 6.409 mln (+ 20% rispetto al 2022).

È in miglioramento il combined ratio pari al 98,2% (98,6% nel 2022), il dato è legato al contestuale miglioramento del loss ratio. La Solvency ratio si attesta al 200%.

Escludendo la quota di terzi, l'utile netto di Unipol è salito quest'anno del 110% da 525 mln del 2022 a **1,1 mld€**.

Nota:

Gli azionisti Unipol, possono ringraziare il Cda del gruppo Unipol che ha approvato la proposta di distribuzione di un dividendo per l'esercizio 2023, pari a 0,38 euro per ogni azione, in aumento rispetto a 0,37 euro per azione dell'esercizio 2022.

**Gli agenti che hanno contribuito a questo risultato
quale premio-produzione otterranno?**

Gruppo ALLIANZ

I premi complessivi crescono del 5,8% giungendo al volume di 161,7 mld€. Il business totale ammonta a 161,7 mld considerando anche i ricavi dell'asset management. I ricavi sono trainati soprattutto dai Danni (+8,4%) e sostenuti dal Vita (+3,5%). L'utile operativo sale del 6,7% (14,7 mld): il dato è legato alla performance del settore Vita mentre il segmento Danni si è caratterizzato per i sinistri legati a catastrofi naturali.

Il miglioramento dell'utile (+0,3%) è legato all'incremento dell'utile operativo e al risultato non operativo legato all'accantonamento, nelle annualità passate, dell'una tantum di AllianzGI Us Structured Alpha.

Il Combined Ratio si incrementa al 93,8% dal 93,3%, il Solvency II Capital Ratio arriva al 206% (201% nel 2022).

L'utile netto per gli azionisti è pari a **8,5 mld€**.

Nota:

Il Board ha deciso di retrocedere agli azionisti un dividendo per azione di € 13,8, in aumento del 21,1% rispetto al 2022.

**Gli agenti che hanno contribuito a questo risultato
quale premio-produzione otterranno?**

Gruppo AXA

Il risultato operativo ha raggiunto i 7,6 miliardi di euro, in rialzo del 6% sul 2022 e in linea con gli obiettivi fissati dalla società. L'indice di solvibilità raggiunge quota 227%, in miglioramento di 12 punti rispetto al dato di fine 2022.

I premi lordi e le altre entrate sono ammontati complessivamente a 102,7 miliardi di euro, in crescita del 3% rispetto all'esercizio precedente. Alla base della performance c'è soprattutto il +7% fatto segnare dal ramo danni, in grado di compensare il -2% del business vita e salute e il calo analogo registrato dal segmento dell'asset management.

L'utile netto è risultato in aumento del 45% rispetto al 2022, con una performance che si attesta a

7,2 mld€

Nota:

Non potranno lamentarsi gli azionisti che ricevono € 1,98 per azione in crescita del 16% rispetto al 2022.

**Gli agenti che hanno contribuito a questo risultato
quale premio-produzione otterranno?**

Gruppo REALE

La raccolta premi complessiva, superiore a 5,8 mld€, cresce del 7,4% rispetto al dato del consuntivo 2022, in crescita sia nel Danni (+6,9%) sia nel Vita (+8,2%) e, con un risultato netto positivo pari a 184,6 mln (+77% rispetto al dato omogeneo di consuntivo 2022).

Il combined ratio operativo danni, sale al 99,2% in peggioramento di 3,2 punti rispetto al dato omogeneo dello scorso anno.

Si consolida il patrimonio netto a 2,4 miliardi di euro con un indice di solvibilità del 257.

L'utile, in crescita del 27%, ha raggiunto i **184 mln€**.

**Gli agenti che hanno contribuito a questo risultato
quale premio-produzione otterranno?**

HDI

L'esercizio 2023 è stato chiuso con risultati in crescita sull'anno precedente e con una buona solidità patrimoniale.

Il patrimonio netto ammonta a 663,9 milioni di euro, in crescita di 0,9 milioni rispetto a dicembre 2022.

Il combined ratio è risultato pari a 103,4%, contro il 97% dell'anno scorso. La causa come per tutte le altre Compagnie sono eventi naturali. Il loss ratio risulta pari a 73,6%, in aumento di 7,1 punti percentuali rispetto all'esercizio precedente, mentre il cost ratio risulta in miglioramento al 29,8% (30,5% nel 2022). Infine, il Solvency Ratio risulta in leggera flessione attestandosi al 195,0% rispetto al 203,6% del 2022.

L'utile ante imposte si attesta sui 54,7 milioni di euro (42,6 milioni nel 2022).

Il risultato netto, in crescita del 28% rispetto ai 32,2 mln nel 2022, raggiunge i **42,6 mln€**.

**Gli agenti che hanno contribuito a questo risultato
quale premio-produzione otterranno?**

ITAS Mutua

Gli effetti provocati dai fattori atmosferici si sono fatti sentire sul combined ratio, in peggioramento al 99% (91,1% nel 2022).

Si è rafforzata la patrimonializzazione del gruppo ed ha consolidato il dato sulla solvibilità e una crescita della raccolta premi che cresce raggiungendo 1,2 mld€, a fronte di 1,1 miliardi del 2022, mentre il patrimonio netto è pari a 640 mln. Una forte capacità di resilienza è certificata dal robusto indice di solvibilità pari al 223%, in incremento rispetto al precedente esercizio (+7%).

L'utile netto, in calo rispetto il 2022 (44,7 mln) è pari a **28,7 mln€**.

**Gli agenti che hanno contribuito a questo risultato
quale premio-produzione otterranno?**

NOBIS

La compagnia torinese chiude il 2023 in crescita.

I Cda delle compagnie assicurative hanno infatti approvato la situazione preliminare dei conti al 31 dicembre 2023, che ha visto un ulteriore positivo sviluppo sia della Compagnia Danni, sia della Compagnia Vita.

In particolare, la raccolta premi passa da 364 a 519 mln€ di euro, con un incremento del 14,2%, mentre l'utile netto sale a 34 milioni, contro i 19,2 milioni del 2022 (+77%).

Anche per l'esercizio 2024 il gruppo prevede una tendenza in crescita con risultati attesi superiori all'esercizio appena trascorso sia per quanto riguarda la raccolta premi, sia in termini di redditività.

L'utile netto in crescita del 77% rispetto al 2022 (19,2 mln), sale nel 2023 a **34 mln€**.

**Gli agenti che hanno contribuito a questo risultato
quale premio-produzione otterranno?**

SARA

L'indice di solvibilità della compagnia si attesta oltre il 390%.

La raccolta premi della Capogruppo, nonostante un esercizio avversato dall'inflazione, dagli eventi climatici estremi e dalla scarsa competitività del comparto vita, cresce del 7,5% rispetto all'anno precedente e si attesta sui 688,6 mln€, con un utile netto di 53 mln. Sara Vita chiude con un utile di 13,9 mln.

L'utile netto complessivo del 2023, chiuso con i nuovi principi contabili, risulta in aumento del 15% e passa dai 72.7 mln del 2022 agli attuali **83,1 mln€**.

Nota:

Il Cda non ha distribuito utili per l'esercizio 2023.

**Gli agenti che hanno contribuito a questo risultato
quale premio-produzione otterranno?**

VITTORIA

I premi passano da 1,67 mld€ del 2022 a 1,75 mld€ del 2023 (+4,6%).

Crescono il ramo danni, +10% e il segmento auto +9,1% e non auto +11,8%.

Il combined ratio è pari a 95,0% (96,3% nel 2022).

Il patrimonio netto ammonta a 819 milioni, in crescita del 6,6% rispetto al 2022 quando era di 768,6 milioni.

Il bilancio consolidato al 31 dicembre 2023 registra un utile netto (in rialzo rispetto al 2022 che aveva chiuso con 62,5 mln) di **80,8 mln€**.

Nota:

Anche in Vittoria gli azionisti posso incrementare il proprio investimento grazie allo stacco di una cedola di 0,47 euro per azione.

**Gli agenti che hanno contribuito a questo risultato
quale premio-produzione otterranno?**

HELVETIA

Nel 2023 i ricavi si sono arrestati a 11,3 mldChf, +5% rispetto al 2022.

Il combined ratio del Gruppo è stato del 97,4% (2022: 94,3%), in conseguenza dei sinistri catastrofici pagati nel primo trimestre del 2023 che hanno fatto crescere notevolmente il tasso di sinistrosità rispetto all'anno precedente.

La capitalizzazione rimane comunque eccellente.

L'utile netto, in calo del 37% anche a causa del guadagno una tantum derivante dalla vendita nel 2022 di una compagnia vita spagnola, si attesta su **301,2 mlnChf (313,04 mln€)**.

Nota:

Nonostante tutto, il Cda proporrà di aumentare il dividendo per l'esercizio 2023 di 40 centesimi, portandolo a Chf 6.30 per azione.

**Gli agenti che hanno contribuito a questo risultato
quale premio-produzione otterranno?**

ASSIMOCO

La compagnia ha approvato il bilancio 2023 approvando un incremento premi del 13,6%, attestatosi sui 1,1 mld€ contro i 973 mln del 2022.

La ratio di solvibilità tocca il 229% 348% per il Vita e 192% per il gruppo).

Il risultato netto del 2023, in aumento del 26% rispetto al 2022, è stato di **17,13 mln€**.

**Gli agenti che hanno contribuito a questo risultato
quale premio-produzione otterranno?**

MAPFRE

Tra gli obiettivi del gruppo spagnolo, proprietario tra l'altro di Verti, è quello di esplorare le potenzialità di nuovi canali di distribuzione in mercati chiave come Spagna, Brasile, Stati Uniti, Messico e Germania e puntare a una crescita media dei ricavi del 6% nei prossimi tre anni, con l'obiettivo di superare i 32 mld€ di premi entro la fine del triennio, a un Roe dell'11% per il 2026 e a stabilizzare il combined ratio tra il 95%.

I ricavi del 2023 salgono del 9,7% rispetto al 2022 e si attestano su 26,91 mld€.

Il patrimonio netto ha raggiunto gli 8,46 mld.

Al netto dei progetti, il Roe si attesta attualmente all'8,3%.

Il gruppo assicurativo spiega che senza il deterioramento di 75 milioni dovuto alle spese di avviamento negli Stati Uniti il risultato netto sarebbe stato di 767 milioni (+19% sull'anno precedente).

L'esercizio 2023 si è chiuso comunque con un utile netto in crescita del 7,7% a **691,8 mln€**.

Nota:

L'azione Mapfre ha pagato un totale di 0,15 € per azione nel 2023.

AIG

I premi di American Insurance Group, in incremento del 3% sul 2022 sono cresciuti a 5,8 mld\$.

Per l'intero esercizio 2023 il combined ratio è stato pari all'87,9%, in miglioramento rispetto all'88,4% dell'anno precedente.

Il gruppo americano ricorda agli analisti di aver completato la vendita di Validus Re a Renaissance Re il 1° novembre 2023 e pertanto, sono stati contabilizzati nell'ultimo trimestre solamente i risultati di dicembre di Validus Re che ha assorbito 122 milioni di dollari di perdite totali dovute a eventi catastrofici.

L'utile ante imposte rettificato (+19%) ha raggiunto nel quarto trimestre gli **1,44 mld\$**.

CHUBB

La compagnia americana chiude il 2023 con un aumento dei premi netti consolidati del 13,5%, salendo a 47,36 miliardi di dollari.

L'utile netto, salito addirittura del 71,1% in un solo anno ammonta a **9,03 mld\$**.

**Gli agenti che hanno contribuito a questo risultato
quale premio-produzione otterranno?**

VIENNA INSURANCE GROUP

La compagnia austriaca ha chiuso il 2023 con una raccolta premi ante-imposte di 13,8 mld€, in aumento del 10% rispetto al 2022 in tutti i rami.

In miglioramento di 0,2 punti percentuali rispetto al 2022 il combined ratio al 92,6%.

I ricavi dei servizi assicurativi hanno registrato un aumento del 12,2% a 10,9 miliardi di euro, dovuto principalmente alla crescita del segmento Danni.

In forte crescita (+32%) l'utile lordo a circa **773 mln€**.

**Gli agenti che hanno contribuito a questo risultato
quale premio-produzione otterranno?**

REVO INSURANCE

La compagnia veronese ha chiuso il 2023 con premi lordi contabilizzati pari a 216 mln€ in aumento del 64,6% rispetto all'esercizio precedente.

L'utile netto consolidato è pari a **10,6 mln€**

**Gli agenti che hanno contribuito a questo risultato
quale premio-produzione otterranno?**

LLOYD'S

Il più antico mercato assicurativo e riassicurativo del mondo è sicuramente il caso dell'anno, avendo fatto registrare performance straordinarie.

La raccolta netta si è attestata sui 52,1 mld£ (+11,6% sul 2022).

Il combined ratio si attesta all'84, rispetto a 91,9 per l'intero anno 2022.

I rendimenti hanno generato ritorni per 5,3 mld£ contro una perdita nel 2022 di 3,1 mld £.

Nonostante le perdite per le catastrofi naturali dovrebbero superare i 100 mld\$ per il quarto anno consecutivo, l'utile netto è passato da una perdita di 800 mln£ nel 2022 a un utile netto nel 2023 di **10,7 mld£**.

**Gli agenti che hanno contribuito a questo risultato
quale premio-produzione otterranno?**

YOLO GROUP, che flop!

Ci sia consentita una nota polemica riguardante il marchio più conosciuto delle Insurtech che operano in Italia che ha fondato la propria notorietà sulla rivoluzione digitale che avrebbe dovuto aprire la strada alla disintermediazione o, meglio, alla collocazione diretta delle polizze assicurative. Come? Gli utenti assicurativi, avrebbero dovuto acquistare polizze micro, temporanee, pay per use, stando comodamente sdraiati sul divano di casa la sera dopo cena, nei giorni di festa, nei fine settimana.

Ebbene, Yolo dopo anni di proclami e di risultati di raccolta assicurativa vicina allo zero, hanno aggiunto al rosso in bilancio di -1,59 mln€ del 2022 una perdita di esercizio nel 2023 pari a **-2,75 mln€**.

Nota:

Sarà per questo che l'anno scorso hanno aperto alla collaborazione con il mercato della vendita accessoria dei concessionari auto e quest'anno si rivolgono addirittura agli intermediari professionali, agenti e broker, che la insurtech avrebbe dovuto marginalizzare.

€ 144,6 mld

la raccolta 2023 del settore assicurativo in Italia

(in leggero calo dell'1,2 rispetto al 2022
che scontava un calo del 9,4% rispetto
all'anno precedente)

6,6%

incidenza 2023 dei premi totali sul PIL Prodotto Interno Lordo

€ 100 mld

raccolta 2023 del ramo Vita (-4,8% rispetto al 2022)

€ 44,6 mld

raccolta 2023 rami Danni (+7,7 rispetto al 2022)



Oltre 2,2 mln le famiglie in povertà assoluta nel 2023. Mercato assicurativo pressoché stabile. Necessario rivalutare le tabelle provvigionali delle agenzie

Nel 2023 l'incidenza della povertà assoluta è dell'8,5% tra le famiglie italiane (8,3% nel 2022) e al 9,8% tra le singole persone (9,7% nel 2022), in un quadro di "sostanziale stabilità" rispetto al 2022.

Secondo la stima preliminare dell'Istat, si tratta di oltre 2 milioni 234mila famiglie, per un totale di circa 5 milioni 752mila persone.

L'incidenza di povertà assoluta familiare per ripartizione mostra il valore più elevato nel Mezzogiorno (10,3%, circa 866mila famiglie), seguito dal Nord (8,0%, 1 milione di famiglie) e dal Centro (6,8%, 365mila famiglie). L'intensità della povertà assoluta, cioè la distanza media della spesa per consumi delle famiglie povere dalla soglia di povertà, nel 2023 rimane stabile rispetto all'anno precedente (18,2%), con dinamiche differenziate fra le ripartizioni: è in crescita nel Nord (18,6%, dal 17,6% del 2022), mentre segna una riduzione nel Mezzogiorno (scende al 17,9%, dal 19,3%).

In un contesto ambientale così difficile e instabile anche a causa dei conflitti bellici che lambiscono l'Europa, risulta difficile prevedere che la redditività delle agenzie di assicurazione possa migliorare grazie a un aumento rilevante della spesa assicurativa che viene considerata da una vasta area della popolazione, non soltanto indigente, come voluttuaria e spesso identificata con una delle tante tasse obbligatorie.

Le performance delle compagnie rendono invece urgente l'inserimento della significativa rivalutazione dei capitoli provvigionali in tutte le piattaforme rivendicative sottoposte dai Gruppi agenti alle rispettive mandanti.

Gli Agenti mediante il loro presidio del territorio, la relazione professionale e consulenziale con il Cliente basata sulla fiducia personale, restano gli attori fondamentali della raccolta assicurativa.

Dai dati elaborati da Adjinn sul settore assicurativo risulta però che le imprese di assicurazione investono, sia pure con scarsi risultati, sulla pubblicità digitale.

Il settore assicurativo punta sulla Salute drenando il 25,2% del totale rispetto al 5,6 del 2022. Anche l'ambito Casa segna un incremento passando dal 9,8 al 12,5%, anche se il segmento che ha investito di più resta quello delle Auto e Moto che costituisce il (45%) della spesa complessiva.

Le Imprese assicurative italiane investono seriamente su tutto ciò che auspicano le faccia crescere nella raccolta. Su tutto, meno che sugli Agenti, vero motore della crescita. Come risulta dalla tabella a lato, gli investimenti maggiori sono quelli legati alla RCAuto e lì si gioca il grosso del business, nonostante le mandanti spingano sistematicamente gli agenti ad impegnarsi su altre aree di mercato.

Insurtech Italia previsione di spesa per il 2023 di oltre un miliardo

Mentre le startup abbiano virato di 360° iniziando a rincorrere il modello distributivo tradizionale degli intermediari professionali (vedasi il caso di Yolo già citato e Verti), i top manager delle imprese italiane proseguono nell'investimento nell'Insurtech. nel primo semestre 2023 la spesa è stata di 370 mln€, con un incremento di 170 milioni rispetto al semestre dell'anno precedente.

La previsione del 2024 è addirittura il superamento del miliardo di €.

È quanto emerge dall'ultimo report di Italian Insurtech Association (IIA), che ha svolto la sua ricerca su 24 compagnie assicurative e diversi Venture Capital, rappresentanti nell'insieme l'95% dei premi italiani.

FOCUS ASSICURAZIONI 2022 vs 2023 - Digital Adv

adjinn

SoV Assicurazioni vs. Total Spend Mercato Italia

SPEND	2022	2023
	1,6 %	0,9 %

PESO DEI SOTTOSETTORI di Assicurazioni % (SPEND Q1-Q3)

	2022	2023
Assicurazione auto e moto	62,0 %	45,0 %
Assicurazione casa	9,8 %	12,5 %
Assicurazione salute	5,6 %	25,2 %
Assicurazione vita	18,3 %	10,3 %
Istituzionale	4,2 %	6,6 %

FORMATI % (SPEND Q1-Q3)

	2022	2023
Display	22,9 %	31,7 %
Video	0,1 %	0,1 %
Native	77,0 %	68,3 %

TOP SPENDERS

	2022	2023
	Unipol sai	Unipol sai
	Genertel	Reale mutua
	Zurich	Axa
	Europassistance	Zurich
	Columbus assicurazioni	Allianz direct
	Generali	Europ Assistance

IL TAYLOR MADE DEL PHYGITAL DEVE PASSARE ATTRAVERSO LA CONSULENZA DELL'AGENTE

Se è vero che il consumatore è sempre orientato al digitale e che il 45% dei consumatori che effettua abitualmente acquisti online, mostra a parole la propria disponibilità nel sottoscrivere polizze digitali, è anche vero che il 55% dei consumatori ammette di non avere conoscenza di altri prodotti assicurativi oltre alla Rcauto, mentre il 30% dichiara di non avere neanche un'idea di quali altri rischi potrebbe assicurare.

Non vorrei apparire un negazionista della tecnologia, tutt'altro, e non mi sento così anziano e poco propenso a imparare metodi e codici dei nuovi sistemi di comunicazione. Anzi, ritengo che non si possa arrestare l'evoluzione e che nei prossimi anni lo sviluppo Insurtech in Italia possa impattare maggiormente proprio sull'aumento della distribuzione diretta dei prodotti assicurativi con una ulteriore crescita (significativa?) dei clienti, ma questo non elimina il problema della conoscenza di materie complesse come quella assicurativa che certamente non può essere affrontata esclusivamente attraverso l'adozione diffusa e forzata di soluzioni innovative e digitali.

Occorre una seria educazione assicurativa nelle scuole di ogni ordine e grado, una formazione adeguata a tutti i livelli per accompagnare il cittadino in quel processo culturale e funzionale adeguato ai suoi bisogni assicurativi, per lo più latenti.

Nel nostro settore, la domanda che ci poniamo è se l'acquisizione della consapevolezza nell'acquisto sia possibile senza la vera consulenza che soltanto l'Agente professionista può prestare, con la sua competenza e la sua presenza capillare sul territorio.

La conoscenza del "prodotto assicurativo" da parte di una intelligenza artificiale che utilizza algoritmi matematici potrebbe mai configurare una polizza su misura? Ritengo proprio di no e non a caso i players del mercato, fautori della digitalizzazione estrema, sembrano piuttosto orientati verso l'approccio ibrido, il cd. phygital, laddove l'operatore professionale che offre una consulenza e un'assistenza fisica possa contare sull'offerta taylor made sempre più accurata anche mediante l'utilizzo di strumenti tecnologici sofisticati. E su questo di può sicuramente ragionare, a patto che gli agenti rimangano al centro dell'universo distributivo.

