

GLOBALIZZAZIONE ED INFORMATIZZAZIONE: RIFLESSI OPERATIVI ED OCCUPAZIONALI NEL MONDO DELLE ASSICURAZIONI.

Vari sono stati i fattori che hanno determinato, in questo ultimo decennio, un progressivo e radicale cambiamento del modo di operare, sia al proprio interno che verso l'esterno, del settore assicurativo.

In primis, e senza entrare nello specifico, è doveroso ricordare quanto la **normativa di riferimento abbia subito profondi mutamenti** tanto nel campo della tutela e miglior servizio dell'utente finale, quanto in merito alle nuove disposizioni introdotte in materia di vigilanza e così di operatività dell'impresa assicurativa in un contesto non più ristretto ai confini nazionali, bensì sottoposto al rispetto degli indirizzi legislativi emanati dalla Comunità Europea .

Il settore ha poi sicuramente risentito del repentino e drastico **aumento di concorrenza** determinato dall'effetto simultaneo e combinato di processi di mercato che hanno a che fare con quello che, sul piano evocativo, si potrebbe definire un complessivo fenomeno di abbattimento o quanto meno di forte indebolimento delle tradizionali barriere di business che hanno storicamente contrassegnato, delimitato e ancor più *protetto* questo campo di attività aziendale.

Ciò vale in primo luogo per i confini consolidati da decenni tra i tre principali ambiti del generale comparto finanziario, quelli cioè dell'intermediazione creditizia, dell'intermediazione mobiliare e appunto dell'intermediazione assicurativa. Anche in conseguenza dei processi di regolamentazione e globalizzazione dei mercati finanziari, si è assistito a una despecializzazione degli intermediari con una tendenza comune a proporsi come interlocutori "generalisti" nella gestione del risparmio delle famiglie (per scopi di investimento, previdenziali, di sicurezza della salute o del patrimonio).



UIL CREDITO ESATTORIE
E ASSICURAZIONI

VIA LOMBARDIA 30 - 00187 ROMA - TEL. 06.4203591 - FAX 06.484704

UFFICIO STUDI – ROMA

Aderente a UNI Global Union

In secondo luogo il settore assicurativo italiano ha costituito un mercato ormai aperto alla concorrenza estera, che si rileva sostanzialmente da un lato, nel controllo esercitato da gruppi stranieri europei su società nazionali e dall'altro nel prevalente ricorso a strategie innovative da parte di queste società controllate (così bancassicurazione, sviluppo di canali di vendita diretti, ricorso ai social network) .

La tabella che segue può essere utile per illustrare il fenomeno sopra richiamato; in particolare è interessante notare come nell'ultimo quinquennio, a fronte di una tendenziale diminuzione del totale delle imprese di assicurazione stabilite in Italia, il numero delle rappresentanze di imprese estere sia considerevolmente aumentato.

NUMERO DELLE IMPRESE DI ASSICURAZIONE STABILITE IN ITALIA
situazione alla fine degli anni 2007 - 2012

ANNI	IMPRESE CON SEDE LEGALE IN ITALIA				RAPPRESENTANZE DI IMPRESE ESTERE	TOTALE IMPRESE
	Società per azioni	Società cooperative	Società mutue	TOTALE		
2007	159	1	3	163	80	243
2008	159	1	3	163	84	247
2009	152	1	3	156	85	241
2010	147	1	3	151	91	242
2011	138	1	3	142	97	239
2012	131	1	3	135	98	233

Fonte: ANIA, Annuario 2013



UIL CREDITO ESATTORIE
E ASSICURAZIONI

VIA LOMBARDIA 30 - 00187 ROMA - TEL. 06.4203591 - FAX 06.484704

UFFICIO STUDI – ROMA

Aderente a UNI Global Union

La successiva tabella conferma quanto sopra evidenziato; nel triennio 2010/2012 a fronte di 18 imprese di assicurazione dei paesi UE con sede legale in Italia cessate, ben 33 sono state autorizzare a nuova attività sul territorio nazionale, segno evidente di un interesse al mercato italiano, ancora "poco assicurato" secondo una media europea e sicuramente "sottoassicurato" se paragonato al mercato americano.

IMPRESE DI ASSICURAZIONE AUTORIZZATE, CESSATE E FUSE
secondo la natura giuridica per le imprese con sede legale in Italia e secondo la
nazionalità della casa madre per le rappresentanze di imprese estere

CATEGORIE DI IMPRESE	AUTORIZZATE			CESSATE E FUSE		
	2012	2011	2010	2012	2011	2010
Imprese nazionali	-	-	4	8	8	8
di						
cui: s.p.a.	-	-	4	8	8	8
società cooperative	-	-	-	-	-	-
società mutue	-	-	-	-	-	-
Imprese dei Paesi U.E.	13	10	10	11	5	2
di						
cui: austriache	-	-	-	-	-	-
belghe	-	1	-	-	-	-
danesi	-	-	1	1	-	-
finlandesi	-	-	-	-	-	-
francesi	5	2	4	3	2	-
inglesi	4	4	-	3	1	-
irlandesi	2	2	2	3	-	-
lussemburghesi	1	-	1	-	-	-
maltesi	-	-	-	-	1	-
olandesi	-	-	-	-	1	-
rumene	-	-	1	-	-	-
slovene	-	-	-	-	-	1
spagnole	-	1	1	-	-	-
tedesche	1	-	-	1	-	1
Imprese di altri Paesi	-	-	-	-	-	1
di						
cui: svizzere	-	-	-	-	-	1
Totale imprese estere	13	10	10	11	5	3
Totale imprese nazionali ed estere	13	10	14	19	13	11

Fonte: ANIA, Annuario 2013

UFFICIO STUDI – ROMA

Aderente a UNI Global Union

Innovazione tecnologica

Seppur tuttora non uniformemente allineato agli standard di innovazione e diffusione del ramo bancario, l'adozione e quindi progressivamente l'implementazione della Information Technology (rectius ICT- Information and Communication Technology, e dunque convergenza di telefonia, informatica e sistemi informativi nella telematica, per nuovi modi di trasmettere e gestire l'informazione) anche nel settore assicurativo ha profondamente contribuito ad una riorganizzazione interna ed esterna della propria attività incidendo fortemente sul contenimento dei costi, sull'ampliamento e miglioramento della gamma dei prodotti e dei canali di accesso ai servizi, sull'affidamento delle tecniche di gestione dei rischi; mutamenti che, a loro volta, hanno determinato importanti modificazioni sotto l'aspetto delle attività professionali delle risorse umane.

Gli studi svolti dagli Osservatori ICT & Management del Politecnico di Milano (www.osservatori.net) su un panel di ricerca composto da 30 tra le principali Banche ed Assicurazioni operanti in Italia e dall'Osservatorio Intranet Banche – in collaborazione con ABI Lab- confermano, per due terzi del campione esaminato, il ruolo trainante che avrà ancora nei prossimi anni l'ICT quale leva di innovazione dei prodotti/servizi e dei modelli di business.

Ne è esempio ciò che sta avvenendo per effetto dell'evoluzione tecnologica e di Internet: l'affermarsi di un modello organizzativo di "Banca e Assicurazione virtuale", per il quale le tecnologie entrano in modo preponderante nell'organizzazione, innovando i contenuti dell'offerta e le modalità di relazione con i mercati.

Quasi la totalità delle aziende analizzate ritiene che in futuro si svilupperanno in modo rilevante nuovi modelli di offerta, in cui la fruizione *on demand*, basata sul Cloud Computing,¹ lascia disporre di risorse scalabili e flessibili con il

¹ Il Cloud Computing è un insieme di tecnologie che consentono l'accesso a risorse (CPU, reti, server, storage, applicazioni e servizi) in modo configurabile e "tagliato su misura" per l'utilizzo richiesto.

Con il Cloud Computing le aziende (in particolare le più grandi) hanno la possibilità di ottenere grandi risparmi sull'acquisto e sulla gestione di macchine ed infrastrutture.

Il personale connesso al servizio 'cloud' non dev'essere necessariamente dotato di hardware molto potente solo per aprire un foglio di calcolo: gli è sufficiente una macchina con caratteristiche limitate, quindi più economica, che sia in



UIL CREDITO ESATTORIE
E ASSICURAZIONI

VIA LOMBARDIA 30 - 00187 ROMA - TEL. 06.4203591 - FAX 06.484704

UFFICIO STUDI – ROMA

Aderente a UNI Global Union

pagamento di un canone basato sul consumo effettivo, senza che l'utente debba acquisire gli asset.

Ma cosa è accaduto, di fatto, nel settore assicurativo? Risponde una recente ricerca svolta sul campo dal CERIS (Istituto di Ricerche sull'Impresa e lo Sviluppo) in collaborazione con il CNR (Centro Nazionale Ricerche) sulla diffusione delle ICT nel settore delle Assicurazioni.²

Tale ricerca si è posta l'obiettivo di indagare le ipotesi di impiego e le direzioni di sviluppo delle ICT nel settore Assicurazioni, anche alla luce delle tendenze in atto in ambito normativo, volendo comprendere quali siano le tecnologie che sostengono l'utilizzo del canale elettronico e conoscere l'effetto delle stesse sull'organizzazione e sulla catena del valore.

Il campione di indagine è formato da Compagnie medio-grandi ed è composto da 41 Istituti; da esso è stato estratto un campione di ventuno Compagnie a diffusione nazionale.

grado di far funzionare l'applicativo (detto "middleware") che permette l'accesso al Cloud: la "potenza di calcolo" non risiede nella workstation sul tavolo dell'impiegato, ma è distribuita in rete tra i computer che compongono la 'nuvola'.

² Rapporto tecnico n. 30: “ *La diffusione della ICT nel sistema delle assicurazioni* “, Marzo 2010 a cura (CNR Ceris).



UIL CREDITO ESATTORIE
E ASSICURAZIONI

VIA LOMBARDIA 30 - 00187 ROMA - TEL. 06.4203591 - FAX 06.484704

UFFICIO STUDI – ROMA

Aderente a UNI Global Union

Campione:

ACE INSURANCE S.A. - N.V.
ALLEANZA TORO
ASSIMOCO ASSICURAZIONI
AXA-ASSISTANCE ITALIA
BCC VITA
BNL VITACARDIF ASSICURAZIONI
ERGO ITALIA
EURIZON
EUROP ASSISTANCE ITALIA
GENERALI
GENERTEL
GROUPAMA ASSICURAZIONI
GRUPPO ASSICURATIVO ARCA
POSTE VITA
PRAMERICA LIFE
ROYAL SUN ALLIANCE
SARA ASSICURAZIONI
SOCIETÀ CATTOLICA DI ASSICURAZIONE
VITTORIA ASSICURAZIONI
ZURICH ITALIA

Qui di seguito riportiamo il risultato di alcuni focus della ricerca ed in particolare :

Governance degli investimenti in ICT

Quattordici Istituti esternalizzano alcune attività *no-core* relative alla gestione del sistema informativo, uno di essi le esternalizza tutte, sei Istituti non intendono esternalizzare; una Assicurazione comunica che l'assistenza informatica è effettuata dalla capogruppo ed un'altra che esternalizza il servizio Paghe/contributi.

Alla domanda circa i servizi/attività esternalizzati o pianificati o che s'intende gestire direttamente, per quanto riguarda il *Risk Management*, dieci Istituti



UIL CREDITO ESATTORIE
E ASSICURAZIONI

VIA LOMBARDIA 30 - 00187 ROMA - TEL. 06.4203591 - FAX 06.484704

UFFICIO STUDI – ROMA

Aderente a UNI Global Union

pianificano l'esternalizzazione di servizi ed attività, una dichiara che già esternalizzano ed un'altra che intendono gestirli direttamente, nove Istituti non rispondono a questa domanda; relativamente al *Call Center* nove Assicurazioni esternalizzano, quattro pianificano e nove non rispondono; l'analisi dei processi e gli studi di fattibilità sono pianificati rispettivamente in undici e nove Istituti; i Servizi di gestione di archivi e magazzini, stampa e postalizzazione sono esternalizzati rispettivamente da undici, nove e tredici Assicurazioni, l'apertura dei Sinistri è esternalizzata al 50%.

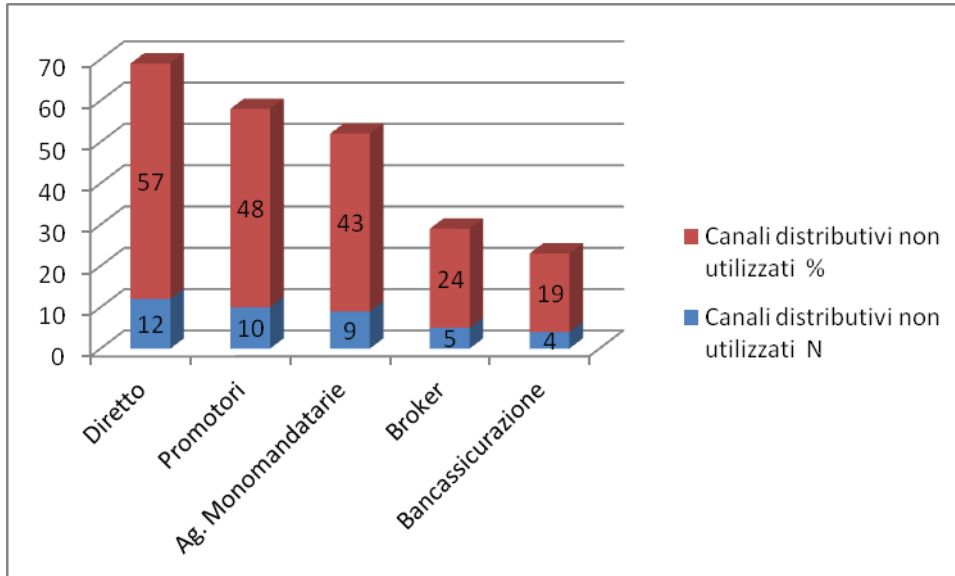
ICT ed i canali distributivi

Per quanto concerne i canali distributivi, come può rilevarsi dalla tabella sottostante, ancora in coda la vendita diretta (on line); prevale la distribuzione tramite agenzie monomandatari (43%) promotori (48%).

Canali distributivi non utilizzati		
Diretto	12	57%
Promotori	10	48%
Ag. Monomandatari	9	43%
Broker	5	24%
Bancassicurazione	4	19%

UFFICIO STUDI – ROMA

Aderente a UNI Global Union



Investimenti futuri in ICT

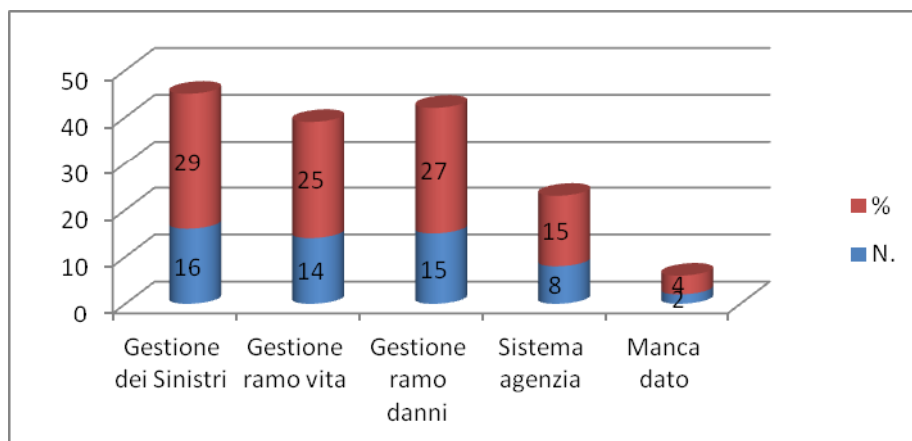
Gli investimenti del prossimo biennio riguardano, principalmente, lo sviluppo/acquisizione di nuove applicazioni relative alla gestione dei Sinistri e del ramo danni, sedici Istituti, la gestione Ramo Vita, quattordici Istituti; sette Istituti investiranno sul Sistema agenzia (CRM tra Compagnia e Agenzia, Sala Force Automation).

Aree nelle quali saranno fatti investimenti nei prossimi due anni

	N.	%
Gestione dei Sinistri	16	29
Gestione ramo vita	14	25
Gestione ramo danni	15	27
Sistema agenzia	8	15
Manca dato	2	4

UFFICIO STUDI – ROMA

Aderente a UNI Global Union



NUOVE TECNOLOGIE, SVILUPPO E COMUNICAZIONE ON LINE; OPPORTUNITÀ O MINACCE OCCUPAZIONALI ?

Le nuove tecnologie saranno sempre più protagoniste nello sviluppo del mercato assicurativo e questo non solo nel momento della vendita del prodotto o nella gestione del servizio tramite web.

A tal proposito giova ricordare come ormai da qualche anno le principali compagnie di Assicurazione, così come le Banche, abbiano modificato, *rectius* ampliato, la cura dell'immagine, del *brand*, sul mondo virtuale.

Oggi il sito istituzionale di un'impresa non può infatti dirsi completo se non ha scelto di comunicare con la propria clientela anche tramite i principali social network.

UFFICIO STUDI – ROMA

Aderente a UNI Global Union

Come si evidenzia bene nella tabella sottostante³ tutte le principali compagnie di assicurazioni stanno cercando, sempre più, di trovare spazio e quindi visibilità, su Facebook, Twitter, Youtube.⁴

POSIZIONE	AZIENDA	PUNTEGGIO /100	BLOG	FACEBOOK	TWITTER	YOUTUBE
1	Genialloyd	66,25		X	X	X
2	Directline	46,25		X	X	X
3	Sara Assicurazioni	28,75		X	X	X
4	Linear AXA Assicurazioni	20,00		X		X
5	Cattolica Assicurazioni	16,25			X	X
6	Genertel	11,25		X	X	
7	Gruppo Zurich Italia	8,75		X		
8		5,00		X		

Reale Mutua, Generali, Fondiaria Sai, Allianz, Mediolanum Assicurazioni, Unipol pur essendo stati incluse nel campione di analisi non hanno punteggio poiché presentano profili istituzionali non attivi, aperti successivamente al periodo di analisi considerato oppure solo internazionali³. In corsivo sono state indicate le assicurazioni solo online o telefoniche.

Ugualmente circa il 32% dei gruppi bancari ha già avviato l'utilizzo di applicazioni di social networking con l'intento di migliorare la comunicazione e la collaborazione negli ambienti di lavoro; la crescita prevista per il prossimo biennio porterà la percentuale quasi al 70%. Il social networking come strategia di comunicazione utilizzata sia all'interno che all'esterno dell'azienda

³ Dati tratti dall'Ufficio Studi Mediobanca (cfr. <http://www.mbres.it/it/node/3251>) dagli studi di Milano Finanza, "Atlante delle banche leader 2010" e "Atlante delle assicurazioni". e da una ricerca elaborata OSS COMM – Centro sui Media e la Comunicazione Università Cattolica - "Brand e Social Media; Osservatorio su 100 aziende e la comunicazione sui social media in Italia".

⁴ Eguale analisi, svolta dalla ricerca sopra richiamata, riguarda **la classifica delle banche**. Il vertice è occupato da **Webank** con 57,50 punti, l'unica insieme a **ING Direct** ad avere attivi tutti e quattro i social media considerati, comprendendo quindi anche un **blog** ("Insoldoni" per Webank e "VoceArancio" per ING Direct). Su Facebook, Webank ha 2.075 fan al momento della rilevazione (mentre il dato più alto rispetto a questo parametro è quello fatto registrare da Intesa San Paolo con 19.717 fan al momento della rilevazione) e registra ben 6,38 commenti e 5,12 like per status update. Il social network su cui Webank risulta maggiormente performante è Twitter, con 1.322 followers e 1.260 following al momento della rilevazione e 19 retweets nel periodo di analisi. Su YouTube il canale di Webank conta al momento della rilevazione 13.320 visualizzazioni, 73.274 sono invece le visualizzazioni dei caricamenti che vengono uploadati sul canale con una frequenza di circa 2 video al mese (1,92 per la precisione). I dati sul blog sono invece alla pari con quelli di ING Direct con una media di 0,7 post al giorno per ING Direct e 0,1 per Webank e una media di 0,6 commenti per post per Webank, mentre i post di ING Direct non risultano commentati.

UFFICIO STUDI – ROMA

Aderente a UNI Global Union

è presente nel 23% dei gruppi, percentuale che si prevede raggiungerà il 55% a fine 2013.

Applicazioni di social networking dedicate alla sola clientela esterna a fini di ampliamento del target, fidelizzazione e rafforzamento del marchio sono state avviate da circa il 14% dei gruppi, ma la percentuale arriverà a circa il 60% per la fine del prossimo biennio.

Quanto fin qui osservato invita ad una riflessione di fondo.

Abbiamo accennato all'evolversi della normativa di settore, a come la concorrenza, in particolare straniera, abbia accelerato lo sviluppo di nuove tecnologie e quindi a nuovi modi per raggiungere potenziali clienti, eppure questo cammino sembra averci allontanato dal considerare nella corretta misura il rapporto fiduciario tra assicuratore / consumatore / assicurato, unica vera radice produttiva e fonte di reale sviluppo.

Un tempo la maggiore garanzia per il rispetto di un patto contrattuale risiedeva su di una stretta di mano; oggi stiamo superando anche la sottoscrizione dei cosiddetti moduli o formulari (già disciplinati nel codice civile agli artt. 1341/2 e successivamente rivisitati dal contenuto degli artt. 1469 bis/sexies e poi negli art. 33/38 del Codice del Consumo, introdotti nell'ambito della più ampia disciplina dedicata alla tutela del consumatore); basta un clic sul computer, sul telefonino ed il cliente è raggiunto, l'informazione erogata, il contratto perfezionato e, a seguire, il servizio è *virtualmente* reso.

Tutto più semplice, o solo più effimero ?

I social network, i portali per la vendita on line, per la gestione dei sinistri, lo abbiamo prima accennato, sono una realtà sulla quale le assicurazioni hanno già investito ingenti capitali.

Eppure ancora non si è realizzato lo sviluppo sperato; due a giudizio dell'Ufficio Studi Uilca le motivazioni di fondo.

Si consideri, in primis, che secondo la Relazione annuale al Parlamento di AGCOM sui media, nel 2012 un italiano su tre non ha mai avuto accesso al web, il che porta a livelli drammatici il cosiddetto «*digital divide*» (cioè l'arretratezza digitale di un Paese) tra l'Italia e il resto dell'Europa. «Una fetta

UFFICIO STUDI – ROMA

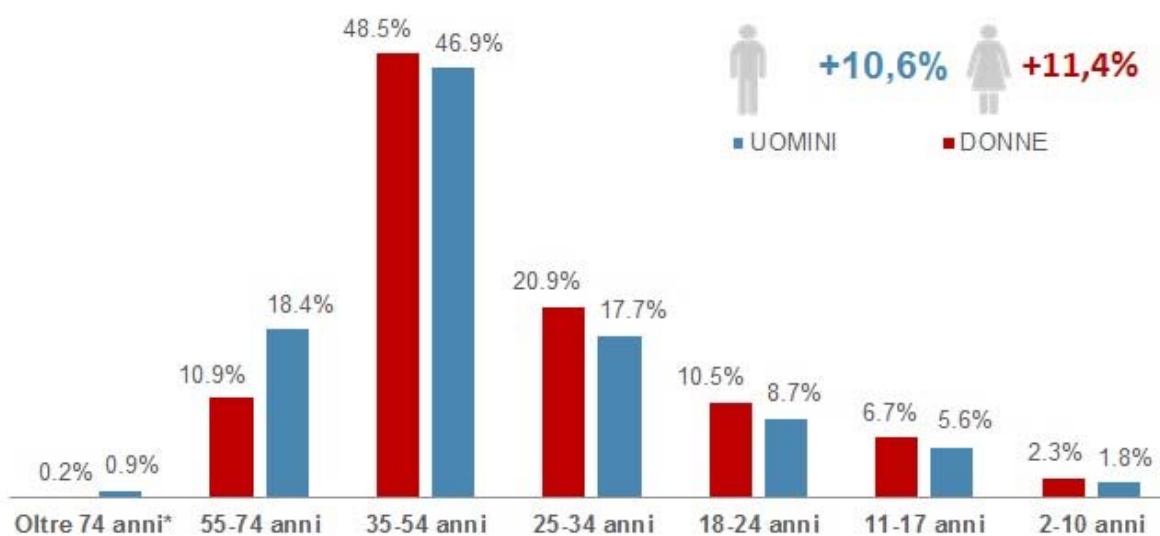
Aderente a UNI Global Union

della popolazione – avverte il presidente, Angelo Marcello Cardani – è ai margini della rete» e l'Italia è «al quarto posto in Europa nella non invidiabile classifica del numero di individui che non ha mai avuto accesso a Internet (37,2% contro una media europea di 22,4%)».

In Italia, inoltre, il mondo web è frequentato principalmente ("Internet audience") da persone con età tra i 35 e 54 anni (vedi tabella); sopra i 55 anni la percentuale crolla drasticamente.

Se consideriamo che il 20% della popolazione italiana ha ormai superato i 65 anni⁵, potremo dunque affermare che per tale fetta di popolazione la vendita e poi ancora l'assistenza on line sono attività di interesse marginale.

Internet audience - Genere / Età



Fonte: Audiweb Database, Settembre 2012 - Audiweb powered by Nielsen

⁵ Stime ISTAT 2011



UIL CREDITO ESATTORIE
E ASSICURAZIONI

VIA LOMBARDIA 30 - 00187 ROMA - TEL. 06.4203591 - FAX 06.484704

UFFICIO STUDI – ROMA

Aderente a UNI Global Union



In secondo luogo ed al di là di tale evidenza, non si è forse voluto ammettere che il cliente ha ancora necessità di incontrare una Persona e non solo un anonimo interlocutore telefonico o informatico in occasione della gestione del rapporto con il suo assicuratore; desidera essere guidato e consigliato nella stipula di un contratto/ polizza (di obbiettiva difficoltà interpretativa) ed assistito nei momenti di necessità (la gestione di un sinistro) .

Fino a circa 10 anni fa le compagnie di assicurazione si confrontavano, sul piano dell'efficienza e della tutela del cliente, in base alla capillarità delle risorse destinate alla vendita ed alla liquidazione dei sinistri.

Una efficace commercializzazione del prodotto ed una corretta transazione a seguito di un sinistro sul territorio, si diceva, sono *il primo elemento di crescita dell'azienda e di sviluppo del portafoglio*.

Oggi la tendenza è completamente invertita, con punte quasi paradossali. E' possibile che una compagnia venda i propri prodotti in una determinata regione, e poi non si curi di offrire un servizio liquidazione danni utilizzando, in loco, la professionalità di specialisti di settore.

Eppure, se prendiamo una qualsiasi ricerca di CRM (customer relationship management) in tale segmento di mercato, emergerà un dato costante:

UFFICIO STUDI – ROMA

Aderente a UNI Global Union

maggiore è il supporto di assistenza diretta e **personale**, maggiore è il grado di soddisfazione e fidelizzazione con la propria Compagnia di assicurazione.⁶ La discrasia è dunque evidente.

Il fruitore medio del servizio assicurativo è insoddisfatto e ne è riprova, quantomeno nell'ambito della liquidazione danni, l'aumento esponenziale dei reclami all'ente di sorveglianza per le assicurazioni (oggi IVASS) per le inadempienze scaturenti da un inefficace assistenza alla clientela, in particolare ove non sia offerta da risorse, *umane*, ad essa dedicate.

Parlano i dati. Secondo quanto emerge dal rapporto annuale (IVASS 2013) sui dati annuali relativi alle statistiche sui reclami ricevuti dalle imprese e dall'Autorità di Vigilanza (allora ISVAP), nel corso del 2012 in totale sono stati 149.740 i reclami complessivamente ricevuti; il dato è in calo rispetto al 2011 (-1,67%) ma la flessione positiva si relativizza drasticamente, anzi quasi si inverte, se si tiene conto che il numero dei sinistri accaduti e denunciati con seguito (che hanno dato luogo a un risarcimento o lo daranno) nel 2012 è stato pari a 2,3 milioni, con una diminuzione del 15,3%.

A conferma di questa tendenza negativa sul grado di soddisfazione del cliente medio, sempre secondo la statistica ufficiale Ivass sul contenzioso RC auto 2012, emerge che alla fine dello scorso anno le cause civili pendenti – in ogni grado di giurisdizione – sarebbero state pari a 291.504 unità. In lieve calo (-0,8%) rispetto alle 293.772 cause pendenti al termine del 2011. L'incidenza delle cause sul numero dei sinistri è tuttavia cresciuta per il quarto anno consecutivo, fermandosi a quota 21% contro il 19,3% della fine del 2011.⁷

⁶ Particolarmente interessante, per ampliare l'indagine sulla CRM nel settore assicurativo, la lettura della Tesi di laurea: "La relazione con il cliente nelle assicurazioni on line" di Francesca Lusito. Pubblicata su web.

⁷ " Nel complesso gli oneri per sinistri, che includono rispetto al costo dei sinistri di generazione corrente anche l'eventuale sufficienza/insufficienza degli importi riservati dei sinistri accaduti in anni precedenti, sono stati pari a 13,1 miliardi, l'11,4% in meno rispetto al 2011. Per il quarto anno consecutivo è presente un'insufficienza delle riserve per i sinistri accaduti in anni precedenti, pari per il 2012 a 995 milioni. **La diminuzione dell'onere dei sinistri e il lieve aumento dei premi di competenza hanno determinato un miglioramento del loss ratio di oltre 10 punti percentuali** (da 84,5% nel 2011 a 74,1% nel 2012). Le spese di gestione sono state pari a 3,2 miliardi (le stesse del 2011) e comprendono le spese di amministrazione attinenti alla gestione tecnica e gli oneri per l'acquisizione dei contratti, per la riscossione dei premi e per l'organizzazione e il funzionamento della rete distributiva. Per effetto della lieve diminuzione dei premi contabilizzati, l'incidenza delle spese sui premi stessi è in lieve crescita rispetto al 2011 (da 18,2% a 18,4%); questo aumento ha riguardato essenzialmente i costi legati alle altre spese di acquisizione, il cui peso sui premi è passato dal 3,3% nel 2011 al 3,6% nel 2012. Le spese provvigionali e le spese di amministrazione, normalmente commisurate in percentuale dei premi, mostrano un'incidenza invariata. Il saldo tecnico del lavoro diretto è stato positivo per 1,1 miliardi, un valore inferiore alle perdite cumulate nell'ultimo triennio, superiori ai 3,5 miliardi.



UIL CREDITO ESATTORIE
E ASSICURAZIONI

VIA LOMBARDIA 30 - 00187 ROMA - TEL. 06.4203591 - FAX 06.484704

UFFICIO STUDI – ROMA

Aderente a UNI Global Union

L'evoluzione della tecnologia e dei nuovi potenziali canali di vendita sono dunque una valida giustificazione alla contrazione occupazionale che ha registrato il settore in questi ultimi anni?

Non è forse, come già accennato, un modo per mettere in campo unicamente strategie finanziarie di breve periodo?

E' corretto spostare l'attenzione, e quindi anche gli investimenti, dalla Persona alla ITC?

Su tali domande è utile riflettere ed aprire tavoli di approfondimento e studio – Il presente contributo dell'Ufficio Studi Uilca intende appunto muoversi in tale direzione - per ricercare concrete soluzioni che realizzino, in armonia con il progresso tecnologico, una crescita dell'impresa assicurativa nel rispetto del valore primario delle risorse umane ivi presenti.

Dr. Marco Agujari

Considerati gli utili degli investimenti (pari a 0,8 miliardi), il risultato del conto tecnico è stato positivo per 1,9 miliardi (era negativo e pari a -0,5 miliardi nel 2011 e -0,7 miliardi nel 2010). “ Fonte: da Relazione ANIA: *l'Assicurazione Italiana*, 2012/2013.