



Generali Group
DOSSIER ASSICURAZIONI 2015



**L'EVOLUZIONE DEL MERCATO
ITALIANO – FLASH 2014/15**

Group Insurance Research

generali.com

A CURA DI:

Raffaella Bagata
Francesca Bertolo
Roberto Menegato
Federica Tartara
Paolo Zanghieri

CONTATTI:

Paolo Zanghieri
Group Insurance Research
Paolo.Zanghieri@Generali.com
Assicurazioni Generali S.p.A.
Piazza Duca degli Abruzzi, 2
34121 Trieste
tel. 0039 040 671234

VERSIONE PDF:

La versione Acrobat di questo stampato è scaricabile dal sito:

www.generali.com nella sezione Stampa e Comunicazione/Studi di mercato.

I contenuti e le opinioni espressi in questo lavoro investono esclusivamente la responsabilità degli autori e non impegnano in alcun modo le Assicurazioni Generali S.p.A.

Trieste – giugno 2015



INDEX

1	Executive summary	5
2	I mercati assicurativi europei	6
3	Sviluppi normativi europei: nuovi requisiti per la vendita di prodotti d'investimento assicurativi (a cura del servizio GROUP EU & INTERNATIONAL AFFAIRS di Assicurazioni Generali)	8
4	Il mercato assicurativo italiano: il volume e la ripartizione degli affari.....	10
5	La graduatoria dei gruppi: lavoro complessivo	13
6	La graduatoria dei gruppi: Rami Vita.....	14
7	La graduatoria dei gruppi: Rami Danni.....	15
8	Gli attivi delle compagnie di assicurazione.....	15
9	I conti economici dei gruppi quotati.....	16
10	I conti economici dei gruppi quotati: Rami Vita.....	17
11	I conti economici dei gruppi quotati: Rami Danni.....	18
12	Risultati dell'indagine IVASS sui siti di comparazione	19

1 Executive summary

Nel 2014 i primi segnali di miglioramento dell'economia e le favorevoli condizioni finanziarie hanno favorito la raccolta e la profittabilità del settore assicurativo in quasi tutti i paesi europei.

Per quanto riguarda l'assicurazione vita, in molti paesi dell'area dell'euro la raccolta ha addirittura accelerato rispetto ai buoni livelli del 2013. Fanno eccezione la Germania, dove la crescita è rallentata, e dove il rendimento estremamente basso delle obbligazioni pubbliche ha ridotto l'*appeal* dei prodotti garantiti e comincia a porre problemi di sostenibilità finanziari ad alcune compagnie, e la Spagna, con la raccolta tornata debolmente positiva dopo anni di contrazione. La scarsa remunerazione delle obbligazioni, la ripresa dei corsi borsistici e l'anticipazione dei nuovi requisiti di capitale imposti da Solvency II stanno rapidamente costringendo gli assicuratori vita ad adattare il mix di prodotto a favore di polizze linked senza nessuna garanzia sul rendimento.

Per quanto riguarda i rami danni la situazione è più differenziata. In particolare nelle linee "motor" si registra una crescita debole in Francia e una contrazione in Spagna; al netto di condizioni metereologiche avverse e riforme regolamentari (come quella che ha rivisto al rialzo le compensazioni per i danni fisici in Francia), la dinamica economica relativamente debole ha influito positivamente su frequenze e costi medi dei sinistri, con effetti benefici sulla profittabilità, il che ha rafforzato le tensioni competitive, esercitando una pressione al ribasso sulle tariffe. In Germania, al contrario, la forte crescita dei premi è stata favorita dal buon momento economico, che ha consentito alle compagnie di apportare sensibili aggiustamenti tariffari per compensare le perdite passate dovute ad eventi metereologici e alla forte concorrenza tra operatori negli anni precedenti.

In Italia la raccolta complessiva ha raggiunto il massimo storico, oltre 150 miliardi (il 20% in più rispetto al 2013). Nei rami vita, il fatturato è cresciuto del 23,3%; i premi relativi a prodotti linked sono aumentati sostanzialmente (+63% la nuova produzione); secondo stime dell'ANIA, circa un terzo dei nuovi contratti emessi nel 2014 è riferito a prodotti ibridi, che combinano garanzie parziali su capitale e rendimento con prodotti linked, la cui proporzione può variare nel tempo. Gli sportelli bancari e postali, la cui raccolta è cresciuta del 36,7% rimangono il canale di distribuzione principale, col 61,4% del totale, seguiti dagli agenti (12,5%).

Nei rami danni, la contrazione della raccolta è stata determinata dalla riduzione del 7% dei premi RCA, conseguenza di una frequenza sinistri al minimo storico e di costi medi stazionari. Secondo i dati preliminari diffusi dalle maggiori compagnie, la profittabilità tecnica in questo ramo resta soddisfacente. Il canale distributivo prevalente continua ad essere di gran lunga quello agenziale, che ha intermediato l'80,7% della raccolta; prosegue, anche se a ritmi lenti, la crescita del canale diretto, col 5,2% (la percentuale sale all'8,8% nei rami RC Auto).

Il gruppo Generali ha mantenuto la propria leadership nel complesso degli affari, con una quota di mercato del 15,9%. Seguono, con una quota del 14,1% il gruppo Intesa Sanpaolo (attivo principalmente nei rami vita) e Unipol (11,3%). Nel comparto vita Intesa Sanpaolo, la cui raccolta nel corso del 2014 è cresciuta del 23,2%, si conferma il primo operatore con una quota di mercato del 18,6%. In seconda posizione il gruppo Generali, (15,4%), seguito da Poste Italiane (13,6%).

2 I mercati assicurativi europei

Nel 2014 il tasso di crescita della raccolta premi del settore assicurativo è stato positivo nella maggior parte dei mercati europei ad eccezione di Spagna e Polonia. Nell'assicurazione vita solo in Germania, tra tutti i Paesi dell'Euro-zona, si è registrato un tasso di crescita della raccolta inferiore rispetto all'anno precedente, anche se il fatturato è comunque rimasto su livelli elevati. Nei rami non vita continua a crescere la raccolta in Germania e Francia, con rallentamento nel primo caso e una lieve accelerazione nel secondo. Dopo anni di contrazione della raccolta danni, la Spagna torna a mostrare un tasso di sviluppo positivo, seppur prossimo allo zero.

IL MERCATO ASSICURATIVO IN EUROPA

IL MERCATO ASSICURATIVO IN EUROPA												
	Totale				Vita				Non Vita			
	2011	2012	2013	2014	2011	2012	2013	2014	2011	2012	2013	2014
AT	-1,7	-0,9	1,8	3,3	-7,5	-6,9	-0,2	3,8	2,9	3,6	3,2	2,8
CH	1,4	2,1	3,2	0,8	1,4	1,8	5,4	1,1	1,4	2,4	1,1	0,5
CZ	-0,7	-1,0	-0,6	0,8	0,3	0,1	-1,2	-0,5	-1,6	-1,8	0,0	1,9
DE	-0,4	2,0	3,1	2,7	-1,7	1,5	3,9	2,7	2,7	3,7	3,3	3,2
ES	4,1	-5,3	-2,6	-0,7	9,5	-8,9	-3,0	-2,6	-0,3	-2,0	-3,8	0,1
FR	-8,3	-4,3	3,9	6,0	-10,9	-6,2	6,1	7,1	4,2	3,0	1,7	1,5
HU	-3,4	-6,5	5,5	4,0	-0,8	-9,3	8,5	4,7	-6,5	-3,2	2,3	3,1
PL	6,0	9,5	-7,8	-4,9	1,5	14,3	-14,1	-8,3	12,0	3,4	1,1	-0,9
SK	2,0	0,2	2,6	1,1	1,4	1,8	6,1	-0,3	2,5	-1,6	-1,8	2,9

Nota: in Austria, Francia e Germania le coperture malattie sono incluse nel Vita.

La stabilizzazione nei mercati finanziari e i timidi segnali di ripresa nelle economie europee sono riusciti a spingere la raccolta vita nella maggior parte dei mercati europei. In particolare, in Francia i premi sono aumentati del 7,1%, dopo una crescita dell'6,1% nel 2013; la raccolta netta ha raggiunto €21 miliardi, in salita di 10 miliardi rispetto al 2013 rimanendo però abbondantemente al di sotto del picco dei €50 miliardi registrato nel 2009-2010. La buona performance del mercato azionario ha favorito l'offerta di polizze unit linked, cresciute del 26,9%, mentre i prodotti tradizionali si sono assestati ad un +4,7%.

Anche la raccolta vita in Germania e Svizzera è stata positiva, seppur a ritmi inferiori rispetto all'anno precedente (rispettivamente +2,7% e +1,1% a fronte di un +3,9% e +5,4% nel 2013). In Germania il basso livello dei tassi di interesse sui titoli a reddito fisso sta mettendo a dura prova non solo la profittabilità di questo settore ma pure la solvibilità degli assicuratori stessi, in quanto agli assicurati vengono garantiti dei tassi superiori a quelli di mercato.

Per porre rimedio a questa delicata situazione sono state adottate soluzioni regolamentari che prevedano di poter apportare modifiche alle condizioni di polizza preesistenti. In Austria la raccolta vita dopo anni di tassi di crescita negativi è tornata a crescere.

La riduzione dei tassi garantiti ha condizionato lo sviluppo della raccolta vita in Spagna scesa rispetto all'anno precedente del 2,6% (-3,0% nel 2013).

Nella Repubblica ceca la raccolta premi vita è scesa dello 0,5% nel 2014: in flessione sia i premi ricorrenti che quelli unici. In Polonia prosegue il trend negativo osservato negli anni precedenti (-8,3% nel 2014 contro -14,1% nel 2013) a causa della flessione della raccolta sia dei prodotti tradizionali e per la prima volta dal 2008 pure dei prodotti legati a fondi. In Ungheria, al contrario la raccolta vita continua a crescere a ritmi sostenuti: 4,7% dopo l'8,5% del 2013,

Prosegue invece il trend positivo della raccolta nel non vita, iniziato l'anno precedente, con la sola eccezione della Polonia. Le crescite osservate in Francia e Germania (rispettivamente +1,5% e +3,2% a fronte di +1,7% e +3,3% nel 2013) sono state in linea con l'anno precedente, mentre in Spagna si è avuto un tasso di crescita positivo dopo anni di contrazione della raccolta (+0.1% dopo -3.8% nel 2013).

La crescita della raccolta premi del settore auto è stata positiva in Francia e Germania (+2% e +4.6% rispettivamente), mentre in Spagna, seppur negativa (-1.4%) ha comunque mostrato un trend di miglioramento. Il combined ratio dell'auto è risultato in miglioramento in Germania, mentre si è avuto un peggioramento in Francia e Spagna: mentre in Germania gli aumenti tariffari resi necessari dalla necessità di assorbire le perdite eccezionali dovute al maltempo nel corso del 2013 dovrebbero portare il settore a chiudere l'esercizio con un combined ratio del 97% (da 104.4% del 2013), in Francia sul combined ratio hanno gravato vari fattori, quali il maltempo, l'aumento dei costi di manutenzione e riparazione dei veicoli, l'aumento del 2% nella frequenza dei sinistri RC auto nonché l'aumento del costo medio dei risarcimenti legati ai danni fisici alla persona.

Dopo cinque anni di tassi di crescita negativi (-1.9% nel 2013), i premi auto nella Repubblica ceca hanno registrato una performance molto positiva (+3.1%) frutto di aumenti tariffari nell'RC auto richiesti agli assicurati per far fronte all'aumento del costo dei sinistri: la loss ratio nel 2014 è scesa dal 62% al 58%. Al contrario la flessione della raccolta auto in Polonia iniziata nel 2013 (-5.3%) è proseguita anche nel corso del 2014 (-3.3%): il mercato assicurativo continua ad essere altamente competitivo con effetti negativi sul risultato tecnico che ha visto la loss ratio auto deteriorarsi di sei punti passando dal 65% al 71%.

3 Sviluppi normativi europei: nuovi requisiti per la vendita di prodotti d'investimento assicurativi (a cura del servizio GROUP EU & INTERNATIONAL AFFAIRS di Assicurazioni Generali)

La nuova Direttiva europea relativa ai mercati degli strumenti finanziari (2014/65/UE, cd. MiFID2), che abroga la Direttiva 2004/39/CE (MiFID1), è stata pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale dell'Unione europea il 12 giugno 2014, unitamente al Regolamento sui mercati degli strumenti finanziari (No 600/2014, cd. MiFIR). Gli Stati Membri dell'Unione europea hanno ora due anni di tempo per recepire le nuove regole, che saranno pienamente applicabili da gennaio 2017.

MiFID2 costituisce una parte integrante del processo di riforma europeo volto ad attuare un sistema finanziario più solido, trasparente e responsabile in seguito alla crisi finanziaria, nonché ad assicurare un mercato finanziario più integrato, efficiente e competitivo. In particolare, rappresenta uno strumento importante per rafforzare la fiducia degli investitori, ridurre i settori non regolamentati ed assicurare che le Autorità di Vigilanza dispongano di poteri adeguati per svolgere i loro compiti.

In aggiunta, a causa di rallentamenti nel processo di revisione della Direttiva europea che regola l'intermediazione di prodotti assicurativi (2002/92/CE, cd. IMD1), MiFID2 introduce alcuni emendamenti a tale Direttiva (cd. regime IMD1.5), stabilendo requisiti aggiuntivi per le attività di intermediazione assicurativa e le vendite dirette effettuate da imprese di assicurazione in relazione alla vendita di prodotti di investimento assicurativi. Lo scopo è quello di garantire un coerente livello di protezione degli investitori, in quanto gli investimenti che riguardano contratti assicurativi possono essere "messi a disposizione dei consumatori come potenziali alternative" agli strumenti finanziari regolamentati dal regime MiFID.

I prodotti d'investimento assicurativi sono definiti come prodotti assicurativi che presentano una "scadenza o un valore di riscatto e in cui tale scadenza o valore di riscatto è esposto in tutto o in parte, in modo diretto o indiretto, alle fluttuazioni del mercato". La definizione non comprende:

- i prodotti assicurativi non vita quali elencati nella direttiva 2009/138/CE, allegato I (Rami dell'assicurazione non vita);
- contratti assicurativi vita, qualora le prestazioni previste dal contratto siano dovute soltanto in caso di decesso o per incapacità dovuta a lesione, malattia o infermità;
- prodotti pensionistici che, ai sensi della legge nazionale, sono riconosciuti come aventi lo scopo precipuo di offrire all'investitore un reddito durante la pensione e che consentono all'investitore di godere di determinati vantaggi;
- schemi pensionistici aziendali o professionali ufficialmente riconosciuti che rientrano nell'ambito di applicazione della direttiva 2003/41/CE o della direttiva 2009/138/CE;
- prodotti pensionistici individuali per i quali il diritto nazionale richiede un contributo finanziario del datore di lavoro e nei quali il datore di lavoro o il lavoratore non può scegliere il prodotto pensionistico o il fornitore.

Di conseguenza, la definizione include i prodotti finanziari emessi da imprese di assicurazione, come le polizze unit linked, index linked e di capitalizzazione, i prodotti vita con partecipazione agli utili finanziari e i prodotti "ibridi" ottenuti dalla combinazione dei suddetti prodotti². In particolare, IMD1.5 introduce i seguenti principi generali per la vendita di prodotti d'investimento assicurativi:

- gli Stati membri sono tenuti ad assicurare che, nello svolgere attività di distribuzione assicurativa, gli intermediari assicurativi e le imprese di assicurazione agiscano in modo onesto, imparziale e professionale per servire al meglio gli interessi dei clienti;
- tutte le informazioni, comprese le comunicazioni di marketing, indirizzate dall'intermediario assicurativo o dall'impresa di assicurazione a clienti o potenziali clienti devono essere corrette, chiare e non fuorvianti. Le comunicazioni di marketing sono chiaramente identificabili come tali;
- gli Stati membri possono vietare l'accettazione di onorari, commissioni o benefici monetari versati o forniti a intermediari assicurativi o imprese di assicurazione, da parte di terzi o di una persona.

¹ Direttiva 2014/65/UE

² Joint Committee of the European Supervisory Authorities Discussion Paper "Key Information Documents for Packaged Retail and Insurance-based Investment Products (PRIIPs)" 17/11/2014

IMD1.5 prevede inoltre alcune nuove misure in materia di conflitti di interessi. Gli Stati membri sono tenuti ad assicurare che gli intermediari assicurativi e le imprese di assicurazione adottino ogni misura appropriata per identificare i conflitti di interesse che potrebbero insorgere tra tali imprese, inclusi i dirigenti, i dipendenti e gli intermediari assicurativi collegati o le persone direttamente o indirettamente con loro collegate e i loro clienti o tra due clienti al momento della prestazione di attività di distribuzione assicurativa.

Gli intermediari assicurativi e le imprese di assicurazione sono chiamati a mantenere e applicare disposizioni organizzative e amministrative efficaci al fine di adottare tutte le misure ragionevoli volte a evitare che i conflitti di interesse incidano negativamente sugli interessi dei propri clienti.

Quando tali disposizioni non sono sufficienti per assicurare, con ragionevole certezza, che il rischio di nuocere agli interessi dei clienti sia evitato, l'intermediario assicurativo o l'impresa di assicurazione devono informare chiaramente i clienti, prima di agire per loro conto, della natura generale e/o delle fonti di tali conflitti di interesse.

Inoltre, IMD1.5 conferisce alla Commissione europea il potere di adottare atti delegati al fine di:

- definire le misure che si può ragionevolmente richiedere agli intermediari assicurativi o alle imprese di assicurazione di adottare per rilevare, prevenire, gestire e divulgare conflitti di interesse quando svolgono attività di distribuzione assicurativa;*
- stabilire opportuni criteri per determinare i tipi di conflitto di interesse la cui esistenza potrebbe ledere gli interessi dei clienti o potenziali clienti degli intermediari assicurativi o delle imprese di assicurazione.*

Alla luce di ciò, la Commissione europea ha chiesto un parere tecnico all'Autorità europea delle assicurazioni e delle pensioni aziendali e professionali (EIOPA), entro sette mesi dall'entrata in vigore di MiFID2 (febbraio 2015).

L'EIOPA ha presentato il proprio parere tecnico il 30 gennaio 2015³, proponendo una serie di provvedimenti, tra cui:

- informativa al cliente*
- requisiti organizzativi*
- misure in materia di incentivi e pagamenti da parti terze*

Si attendono ora gli atti delegati della Commissione europea.

³ EIOPA "Technical Advice on Conflicts of Interest in direct and intermediated sales of insurance-based investment products" 30/01/2015

4 Il mercato assicurativo italiano: il volume e la ripartizione degli affari

Nonostante la crisi economica, per il settore assicurativo il 2014 è stato un anno record: la raccolta complessiva è cresciuta del 19,7% ed ha sfiorato i 151 miliardi, superando nettamente il dato del 2010 (130,6 miliardi).

NUOVA PRODUZIONE VITA INDIVIDUALI

Imprese nazionali ed extra UE e rappresentanze UE (var. in %)

Rami	2014 Mln Euro	Var. % 14/13	Var. % 13/12	Var. % 12/11
Ramo I	67.258	42,4	36,4	-15,1
Ramo III	35.771	44,7	22,5	8,1
<i>di cui Unit</i>	35.747	45,2	30,5	-9,1
<i>Index</i>	25	-74,4	-92,7	-64,6
Ramo V	3.138	100,5	32,5	-26,3
Altro	109	20,5	-14,2	0,0
Totale	106.277	44,4	31,3	-8,8

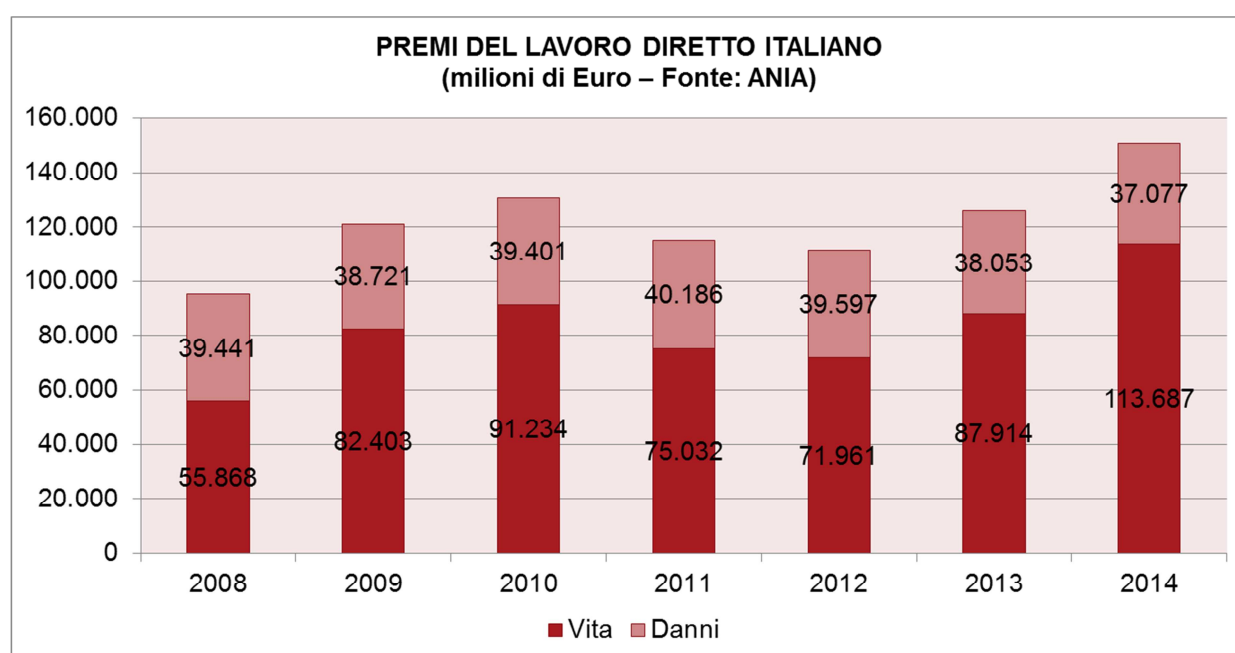
Fonte: ANIA

Il fatturato complessivo del settore è stato sostenuto dalla raccolta vita cresciuta del 29,3% (lavoro diretto italiano); in particolare i premi di nuova produzione vita (pubblicati dall'ANIA e relativi alle imprese italiane e UE), nel 2014, sono aumentati del 44,4%. La raccolta del settore danni, invece, ha fatto registrare per il terzo anno consecutivo un decremento (-2,6%); ciononostante, la sua profittabilità tecnica continua ad essere positiva.

La forte progressione della raccolta ha portato l'indice di penetrazione del mercato assicurativo vita, espresso dal rapporto

premi su PIL, dal 5,5% dello scorso anno all'attuale 7,0%.

La domanda di prodotti vita ha potuto beneficiare dei bassi tassi d'interesse del mercato obbligazionario rendendo maggiormente appetibile sia l'offerta di prodotti assicurativi con rendimento minimo garantito che la domanda di prodotti di risparmio di lungo termine.



Sul fronte dell'offerta, la compressione dei margini di profitto dovuta al rapido calo dei rendimenti obbligazionari e la prossima entrata in vigore di requisiti di patrimonializzazione più stringenti richiesti da Solvency II per i prodotti con garanzie (gennaio 2016), ha spinto gli istituti di credito, ma pure le compagnie tradizionali a riequilibrare il mix di prodotti offerti verso polizze di ramo III ed in particolare le "unit-linked" classiche senza garanzia (+63,1% il dato relativo alla raccolta di nuova produzione) potendo contare sulla maggior redditività offerta da questi prodotti rispetto a quelli con garanzia legati a rendimenti di titoli obbligazionari. Secondo stime dell'ANIA, nel 2014 circa un terzo della nuova produzione è stata costituita da prodotti ibridi, in cui è possibile variare nel tempo la percentuale di fondi investiti in contratti unit linked.

Il peso dei prodotti tradizionali (di ramo I e V) sulla raccolta totale è sceso di punto rispetto al 2013, fermandosi al 78%. Notevole interesse presso i risparmiatori hanno riscontrato i prodotti ad alto contenuto finanziario di ramo III (+59,6%), in particolare polizze "unit-linked" (+60,6%) offerte prevalentemente dagli operatori bancari e dai promotori finanziari che si spartiscono equamente il mercato degli "investment contracts".

La raccolta diretta lorda del canale bancassurance e postale è cresciuta del 36,7% (+35,2% considerando pure la cosiddetta raccolta off-shore) e costituisce il 61,4% dell'intero mercato (58% nel 2013). La quota di mercato degli agenti è invece scesa dal 14,1% nel 2013 al 12,5%, mentre quella delle direzioni e gerenze si è ridotta dall'8,6% al 7,7%. In calo pure il peso del canale dei promotori finanziari che, nonostante una raccolta in crescita del 26,4%, passa da una quota del 18,3% al 17,9%.

Secondo un rapporto recentemente pubblicato da Moody's il settore assicurativo vita è relativamente poco esposto ai rischi derivanti da un periodo protratto di bassi tassi d'interesse. Il rendimento delle obbligazioni detenute dagli assicuratori è ancora molto più alto di quello garantito medio (stimato dall'agenzia di rating tra il 2% e il 3%): inoltre la duration delle polizze è di circa sette anni (tra le più basse d'Europa), e consente di limitare a circa un anno il gap rispetto alla duration degli attivi a copertura.

Nei rami danni la raccolta diretta lorda si è ridotta del 2,6%; il fatturato è calato per il terzo anno consecutivo. La penetrazione assicurativa dei rami danni è risultata pertanto essere in lievissima contrazione (2,3% del PIL a fronte del 2,4% osservato nel 2013).

Come negli anni passati, anche nel 2014 la raccolta complessiva è stata condizionata dalla flessione nei premi auto (-6,2%), comparto che risente della competizione tra operatori favorita dalla continua contrazione dei sinistri, e dal conseguente miglioramento dell'andamento tecnico: in particolare, i premi del comparto R.C.A. sono scesi del 7%, dopo una contrazione di proporzioni simili nel 2013. I dati diffusi da alcuni gruppi sull'andamento tecnico del comparto auto confermano il momento positivo del settore che continua a beneficiare dell'entrata in vigore delle norme contenute nel decreto "liberalizzazioni" volte a contenere le frodi e i sinistri alla persona (in particolare i "colpi di frusta").

QUOTE DI MERCATO PER CANALE DISTRIBUTIVO RAMI VITA (percentuali)

Canale di distribuzione	2010	2011	2012	2013	2014
Banche	49,5	41,5	33,1	43,0	47,8
Poste	10,4	12,7	14,6	15,0	13,6
Agenti	15,4	16,2	16,0	14,1	12,5
Direzioni / gerenze	7,4	9,3	10,4	8,6	7,7
Promotori finanziari	16,3	19,2	24,8	18,3	17,9
Brokers	1,0	1,0	1,2	1,0	0,6
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: ANIA

Tuttavia, il settore continua a risentire della debole dinamica del reddito disponibile delle famiglie: nonostante le immatricolazioni nel 2014 siano cresciute del 4,3%, il ramo corpi veicoli terrestri ha presentato una flessione della raccolta dell'1,2%.

PREMI DEL LAVORO DIRETTO ITALIANO

Imprese nazionali ed extra UE e rappresentanze UE (milioni di Euro)

Rami	2014	Comp. %	Var. % 14/13	Var. % 13/12	Var. % 12/11	Var. % 11/10
Infortuni	3.381	2,2	0,3	0,2	-0,6	0,3
Malattia	2.234	1,5	1,2	-3,4	-1,2	-0,7
Corpi veicoli terrestri	2.596	1,7	-1,2	-8,4	-8,1	-2,0
Marittimi, aviazione e trasporti	705	0,5	-2,9	-6,6	-6,7	0,8
Incendio	2.647	1,8	0,7	-0,5	-0,2	0,3
Altri danni ai beni	3.123	2,1	3,8	1,2	0,2	0,6
R.C. autoveicoli	15.983	10,6	-7,0	-7,1	-1,2	4,7
R.C. generale	3.747	2,5	-1,3	0,2	2,9	-3,0
Credito / Cauzione	966	0,6	0,7	1,3	-2,6	6,4
Altro	1.695	1,1	9,5	5,7	-5,6	2,5
Totale Danni	37.077	24,6	-2,6	-3,9	-1,5	2,0
<i>di cui auto</i>	18.579	12,3	-6,2	-7,3	-2,2	3,7
<i>non-auto</i>	18.498	12,3	1,4	0,0	-0,6	0,0
Totale Vita	113.687	75,4	29,3	22,2	-4,1	-17,8
Totale	150.764	100,0	19,7	12,9	-3,2	-11,8

Fonte: ANIA

La crescita dei rami non auto è stata piuttosto lenta (1,4%), a causa della debole domanda interna; in particolare i premi del ramo trasporti sono scesi del -2,9% e quelli RC generale dell' -1,3%. Tutti gli altri rami si presentano in crescita: +1,2% il malattie e +2,4% i rami "property", +0,7% i rami Credito e Cauzioni ed addirittura un +9,5% gli altri rami "minori" (assistenza, tutela legale e perdite pecuniarie).

E' interessante notare come in alcuni rami (malattie ed incendio in particolare), siano state le imprese UE che operano in libertà di prestazione di servizio a sostenere la raccolta con tassi di crescita nettamente superiori a quelle delle compagnie italiane.

Il peso della raccolta delle rappresentanze UE in Italia che, secondo i dati pubblicati da ANIA, ha raggiunto nel corso del 2014 l'11,5% dei premi dei rami danni è rimasto sostanzialmente stabile.

Per quanto riguarda la distribuzione, il canale prevalente continua ad essere di gran lunga quello agenziale, che ha intermediato il 77,3% della raccolta (era però il 78,3% nel 2013). Seguono i broker (12,4%), specializzati nei rischi commerciali.

QUOTE DI MERCATO PER CANALE DISTRIBUTIVO RAMI DANNI (percentuali)

Canale di distribuzione	2010	2011	2012	2013	2014
Agenti	79,4	78,8	77,6	76,3	75,1
Brokers	10,5	10,7	11,3	12,1	12,4
Agenzie economia / direzioni	2,6	2,3	2,6	2,0	2,2
Vendita diretta (tel., internet)	3,6	4,4	5,1	5,7	5,8
Banche	3,7	3,6	3,3	3,7	4,3
Promotori finanziari	0,2	0,2	0,1	0,1	0,2
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: ANIA

Prosegue invece l'espansione del canale diretto. L'incidenza di questo canale è salita dal 5,8% al 5,7%, superando l'8,8% nell'auto.

In espansione pure il canale bancario (4,3%, contro il 3,7% del 2013), che continua ad essere principalmente focalizzato sul non auto (l'incidenza sul totale raccolta non auto è passata dal 5,5% del 2013 al 6,4%) anche se sono sempre più numerosi gli sportelli bancari che offrono prodotti auto.

5 La graduatoria dei gruppi: lavoro complessivo

Nel corso del 2014 si segnala l'acquisizione di Le Assicurazioni di Roma da parte di CF Assicurazioni, di Eurovita assicurazioni da parte di J.C. Flowers e di UBI Assicurazioni da parte di Argeas con conseguente cambio di denominazione in Cargeas assicurazioni, nonché delle branch italiane del gruppo Royal & Sun Alliance da parte di ITAS sottoposta però al giudizio dell'autorità di controllo inglese. Nel gennaio del 2015 si segnala inoltre l'acquisizione del controllo di Direct Line da parte di Mapfre.

I principali gruppi hanno proseguito la loro riorganizzazione interna, al fine di semplificarne la struttura e ridurre i costi gestionali: Zurich Life Insurance e Zurich Life & Pensions si sono fuse in Zurich Investments; Aviva Italia ed Aviva Life hanno incorporato rispettivamente Aviva Assicurazioni ed Aviva Previdenza, Uniqa Protezione si è fusa in Uniqa Assicurazioni, ISI Insurance è stata incorporata da Arca Assicurazioni, Allianz ha incorporato invece Antoniana Veneta Popolare Assicurazione. Inoltre, Helvetia Vita si è fusa in Chiara Vita.

Il gruppo Generali ha mantenuto la propria leadership nel complesso degli affari, con una raccolta premi del lavoro diretto di 23.897 milioni di euro ed una quota di mercato del 15,9%.

Al secondo posto, con una raccolta pari a 21.333 milioni ed una quota del 14,1% il gruppo Intesa Sanpaolo che precede Unipol che retrocede al terzo posto (11,3% la sua quota di mercato); al quarto posto le Poste Italiane che, con una raccolta 15.517 milioni di euro ed una quota del 10,3%, si collocano davanti ad Allianz (8,7%).

GRADUATORIA DEI PRIMI DIECI GRUPPI ITALIANI

Premi lordi contabilizzati del lavoro diretto italiano nel 2014 (milioni di Euro)

Pos. 2014	Pos. 2013	Gruppo	TOTALE	Quota %	VITA	Quota %	DANNI	Quota %
1	1	Generali	23.897	15,9	17.490	15,4	6.407	17,3
2	2	Intesa San Paolo	21.333	14,1	21.122	18,6	245	0,7
3	3	Unipol	17.053	11,3	8.153	7,2	8.900	24,0
4	4	Poste Italiane	15.517	10,3	15.429	13,6	88	0,2
5	5	Allianz	13.118	8,7	8.547	7,2	4.572	12,3
PRIMI CINQUE GRUPPI			90.918	60,3	70.141	62,2	20.211	54,5
6	8	Cattolica	5.658	3,8	3.575	3,1	2.083	5,6
7	7	Cardif/BNP	5.451	3,6	5.289	4,7	162	0,4
8	6	Mediolanum	5.306	3,5	5.249	4,6	57	0,2
9	11	AXA	4.800	3,2	3.000	2,6	1.799	4,9
10	14	Credit Agricole	4.085	2,7	3.999	3,5	85	0,2
SECONDI CINQUE GRUPPI			25.300	16,8	21.113	18,6	4.187	11,3
TOTALE			150.764	100,0	113.687	100,0	37.077	100,0

Fonte: ANIA

In leggera flessione la concentrazione del mercato: la quota di mercato dei primi cinque gruppi è passata dal 61,2% del 2013, al 60,3%; invariata invece la concentrazione al 77,1% se si prendono in considerazione i primi dieci gruppi.

6 La graduatoria dei gruppi: Rami Vita

Il gruppo Intesa Sanpaolo, la cui raccolta nel corso del 2014 è cresciuta del 23,2%, si conferma il primo operatore nei rami vita con un fatturato pari a 21.122 milioni di euro ed una quota di mercato del 18,6% (19,5% nel 2013). In seconda posizione il gruppo Generali che scende al secondo posto, con una raccolta pari a 17.490 milioni ed una quota del 15,4% seguite dalle Poste Italiane mentre in quarta posizione Allianz con una raccolta di 8.547 milioni ed una quota del 7,5% precede Unipol (8,15 miliardi di premi raccolti nel 2014) che detiene una quota di mercato pari al 7,2%. Cardif/BNP sale al sesto posto mentre scivola in settima posizione Mediolanum, con una quota di mercato pari al 4,6%.

Credit Agricole sale dall'undicesimo all'ottavo posto scavalcando Cattolica ed Aviva.

GRADUATORIA DEI PRIMI DIECI GRUPPI VITA

Pos. 2014	Pos. 2013	Gruppo	VITA	Quota %	Var. %
1	1	Intesa San Paolo	21.122	18,6	23,2
2	2	Generali	17.490	15,4	30,4
3	3	Poste Italiane	15.429	13,6	17,1
4	5	Allianz	8.547	7,5	44,4
5	4	Unipol	8.153	7,2	37,3
PRIMI CINQUE GRUPPI			70.741	62,2	27,3
6	7	Cardif/BNP	5.289	4,7	22,0
7	6	Mediolanum	5.249	4,6	12,6
8	11	Credit Agricole	3.999	3,5	80,7
9	10	Cattolica	3.575	3,1	42,3
10	8	Aviva	3.294	2,9	14,8
SECONDI CINQUE GRUPPI			21.407	18,8	26,3
RESTO DEL MERCATO			21.539	18,9	40,0
TOTALE			113.687	100	29,3

Fonte: ANIA

Si riduce la concentrazione del mercato vita: la quota di mercato dei primi cinque gruppi è passata dal 63,2% del 2013, al 62,2%; anche prendendo in considerazione i primi dieci gruppi la concentrazione si presenta in lieve calo passando dall'82,5% all'81%.

7 La graduatoria dei gruppi: Rami Danni

GRADUATORIA DEI PRIMI DIECI GRUPPI DANNI

Pos. 2014	Pos. 2013	Gruppo	VITA	Quota %	Var. %
1	1	Unipol	8.900	24,0	-8,8
2	2	Generali	6.407	17,3	-8,9
3	3	Allianz	4.572	12,3	3,9
4	6	Cattolica	2.083	5,6	21,7
5	4	Reale Mutua	1.941	5,2	1,2
PRIMI CINQUE GRUPPI			23.903	64,5	-4,1
6	5	AXA	1.799	4,9	-1,3
7	7	Zurigo	1.403	3,8	-3,3
8	8	GAN/Groupama	1.168	3,2	-3,1
9	9	Vittoria (Acutis)	1.033	2,8	5,1
10	10	ACI/Sara	594	1,6	-5,4
SECONDI CINQUE GRUPPI			5.997	16,2	0,3
RESTO DEL MERCATO			7.178	19,4	0,5
TOTALE			37.077	100,0	-2,6

Fonte: ANIA

Unipol, nonostante la cessione di un ramo d'azienda comprensivo di un portafoglio danni del valore di 1,1 miliardi nonché 725 agenzie e 470 dipendenti (asset che facevano parte del gruppo Milano Assicurazioni), si conferma leader del mercato danni con una raccolta pari a 8.900 milioni ed una quota del 24,0%. Al secondo posto si conferma Generali, con una raccolta di 6.407 milioni ed una quota di mercato del 17,3%. Al terzo posto troviamo Allianz con una raccolta pari a 4.572 milioni ed una quota di mercato del 12,3% davanti a Cattolica (5,6%) che, grazie all'acquisizione di Fata, riesce a scavalcare Reale Mutua (5,2%) ed AXA (4,9%).

Nei rami danni la concentrazione del mercato è in calo: la quota detenuta dai primi cinque gruppi è stata pari al 64,5% (65,5% nel 2013); la concentrazione del mercato risulta in calo dall'81,2% dello scorso esercizio all'attuale 80,6% anche se si prendono in considerazione i primi dieci operatori.

8 Gli attivi delle compagnie di assicurazione

Dalle informazioni contenute nei bilanci consolidati pubblicati dai principali gruppi assicurativi quotati (Generali, Unipol, Intesa San Paolo Vita, Cattolica, Reale Mutua e Vittoria), nel 2014 il complesso degli attivi delle compagnie di assicurazione è cresciuto del 13,2% beneficiando della ritrovata stabilità dei mercati finanziari; le azioni intraprese dalla BCE hanno favorito la rivalutazione dei titoli di debito governativi italiani con riflessi positivi sulla gestione finanziaria degli asset del comparto.

Per quanto riguarda la composizione del portafoglio, l'88,9% degli attivi è investito in attività di natura finanziaria (nel 2013 erano stati pari all'86%).

Delle rimanenti categorie, il 5,2% è costituito da crediti (incluse le riserve a carico dei riassicuratori), il 3,2% è ripartito tra attivi materiali/immateriali e disponibilità liquide, mentre il rimanente 2,7% è costituito da "altre attività".

Gli attivi gestiti nei rami vita sono risultati in aumento del 17,2% rispetto al 2013.

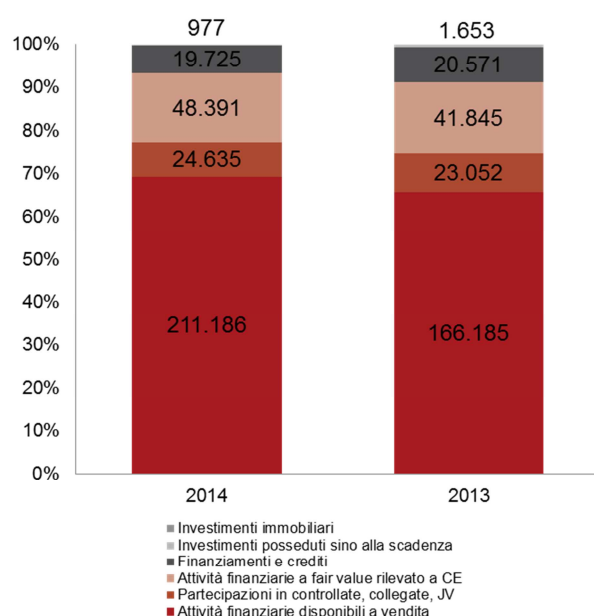
Gli investimenti di natura finanziaria costituiscono il 92,8% del complesso degli attivi (percentuale leggermente superiore rispetto allo scorso esercizio) e sono così ripartiti: il 65,6% è costituito dalle

attività finanziarie disponibili alla vendita, il 16,5% dalle attività finanziarie a fair value rilevate a conto economico, il 9,1% dalle partecipazioni in controllate e collegate nonché in joint venture, l' 8,1% dai finanziamenti ed il rimanente 0,7% dagli investimenti immobiliari e da quelli posseduti fino a scadenza.

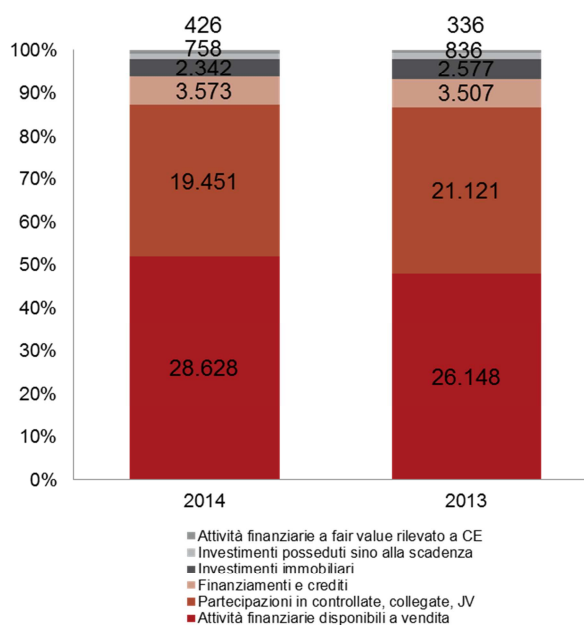
Nei rami danni gli attivi gestiti sono risultati in flessione dell' 1,4% rispetto allo scorso esercizio.

Gli investimenti di natura finanziaria costituiscono il 72,3% delle attività e sono così ripartiti: il 51,9% è rappresentato dalle attività finanziarie disponibili alla vendita (48% lo scorso esercizio), il 35,3% dalle partecipazioni in controllate e collegate nonché in joint venture (38,7% nel 2013), lo 0,8% dalle attività finanziarie a fair value rilevate a conto economico, il 6,5% da finanziamenti e crediti e il rimanente 5,6% dagli investimenti immobiliari e da quelli posseduti fino a scadenza.

Principali categorie degli investimenti Vita
(milioni di Euro)



Principali categorie degli investimenti Danni
(milioni di Euro)



9 I conti economici dei gruppi quotati

I dati di seguito riportati sono stati tratti dai bilanci consolidati 2014 dei principali gruppi assicurativi italiani quotati che, in termini di premi raccolti, rappresentano quasi il 60% dei rami danni ed il 50% di quelli vita e consentono di trarre delle indicazioni sull'andamento tecnico del mercato assicurativo italiano.

I conti economici dei bilanci consolidati delle imprese hanno potuto beneficiare della ritrovata stabilità dei mercati finanziari con impatto positivo sulla redditività degli investimenti finanziari, vita in particolare nonché del favorevole andamento della sinistralità nei rami danni.

L'utile d'esercizio sul patrimonio netto (ROE) è salito all'11,3% rispetto al 9,6% del 2013.

10 I conti economici dei gruppi quotati: Rami Vita

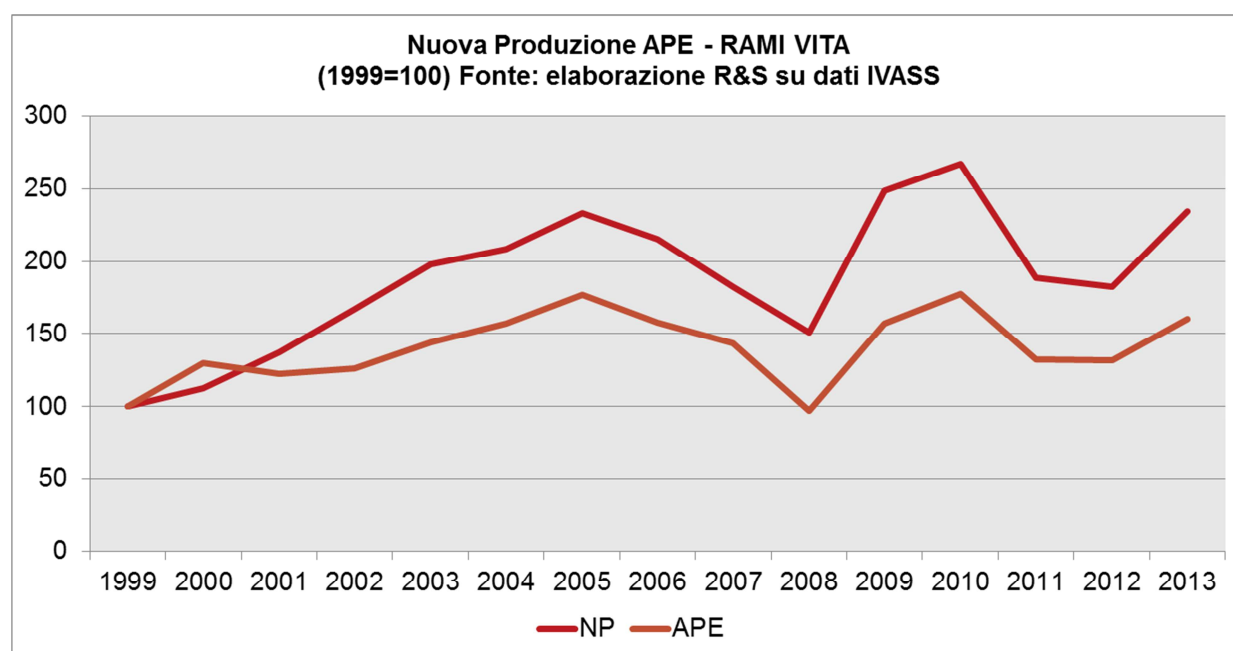
Il forte sviluppo della raccolta dei gruppi quotati (+24%) ha fatto scendere in maniera significativa l'incidenza delle spese sui premi al 4,9% (5,7% nel 2013): in calo sia le spese di amministrazione passate dall'1,4% all'1,1% che quelle di acquisizione, scese dal 4,8% al 4,3%. Gli oneri relativi ai sinistri, inclusivi della variazione delle riserve tecniche, sono risultati in aumento del 23,6%, passando dai 45,8 miliardi di euro del 2013, ai 56,7 nel 2014. L'utile d'esercizio ante imposte è cresciuto del 29,8% rispetto allo scorso esercizio; il rapporto "utile d'esercizio su totale attivi" (ROA) è risultato in lieve aumento passando dallo 0,9% all' 1%.

CONTO ECONOMICO RICLASSIFICATO RAMI VITA (portafoglio italiano – importi in milioni di Euro)

	2014	2013
Premi lordi contabilizzati	51.315	41.378
Premi netti	50.519	40.586
Proventi e oneri da strumenti finanziari a fair value rilevati a conto economico	632	1.034
Proventi derivanti da altri strumenti finanziari	10.316	9.272
Proventi derivanti da partecipazioni	2.112	1.928
Oneri relativi ai sinistri	56.729	45.822
Oneri derivanti da altri strumenti finanziari	1.079	1.143
Spese di gestione nette	2.497	2.359
Utile perdita d'esercizio ante imposte	3.410	2.627

Fonte: elaborazione Ricerca & Sviluppo

Per quanto riguarda la "creazione di valore", l'esercizio 2014 ha risentito positivamente della rivalutazione di parte delle attività finanziarie. Osservando infatti l'andamento dell' "embedded value" dei gruppi che lo hanno reso noto, il valore delle compagnie vita italiane (considerando anche i dividendi pagati e le variazioni del patrimonio netto) è risultato in aumento del 4,4% rispetto all'esercizio precedente.



11 I conti economici dei gruppi quotati: Rami Danni

Il campione delle compagnie quotate ha chiuso l'esercizio 2014 con un utile ante imposte di 3.237 milioni di euro in ulteriore crescita rispetto ai 2.784 milioni dello scorso esercizio grazie all'ulteriore miglioramento dei principali indicatori tecnici del settore.

Il combined ratio è risultato in diminuzione di quasi un punto percentuale scendendo dal 92,9% all'attuale 92,2%. Il dato non è comprensivo di Allianz, che non pubblica dati omogenei a quelli del campione di imprese da noi analizzato; includendo questo gruppo il combined ratio è rimasto invariato al 90,7%. Tale risultato è dovuto al forte calo degli oneri per sinistri (-7,6%), che ha più che compensato la contrazione dei premi (-4,8%). Anche per il 2015 i primi segnali che giungono dai dati delle trimestrali dei principali gruppi quotati continuano ad essere confortanti, anche se si intravedono i primi segnali di deterioramento della sinistralità, in particolar modo nell'RC Auto.

Per quanto riguarda le spese di gestione, la loro incidenza sui premi è risultata in ulteriore aumento a causa della contrazione della raccolta, portandosi dal 24,3% al 25,6%. In particolare i costi di acquisizione sono stati pari al 20,6% dei premi, mentre le spese di amministrazione al 4,9%.

Di conseguenza, è migliorata la redditività dei rami danni: il rapporto "utile d'esercizio su totale attivi" (ROA) è salito dal 3,6% dello scorso esercizio all'attuale 4,2%.

Nei rami auto il miglioramento del loss ratio è da ascrivere all'ulteriore calo della frequenza sinistri che è scesa ormai al 5,5% in calo del 2,5% (nel 2013 la flessione era stata del 5,6%); tale rallentamento del tasso di riduzione della frequenza potrebbe dipendere dall'ulteriore discesa del prezzo medio dei carburanti nel corso del 2014 che potrebbe conseguentemente aver incentivato un maggior utilizzo dei veicoli. In lieve flessione il costo medio dei sinistri gestiti (-0,5%) che nel corso del 2014 si è attestato a 1.719 euro beneficiando della diminuzione degli importi pagati a favore dei terzi trasportati (-7,6%) compensata in parte dall'aumento degli importi liquidati dei sinistri che non rientrano nel sistema di risarcimento diretto.

CONTO ECONOMICO RICLASSIFICATO RAMI DANNI (portafoglio italiano – importi in milioni di Euro)

	2014	2013
Premi lordi di competenza	23.001	24.284
Premi ceduti di competenza	2.154	2.386
Premi netti di competenza	20.847	21.898
Proventi e oneri da strumenti finanziari a fair value rilevati a conto economico	-218	-153
Proventi derivanti da altri strumenti finanziari	2.078	2.072
Proventi derivanti da partecipazioni	979	907
Oneri relativi ai sinistri	13.887	15.027
Oneri derivanti da altri strumenti finanziari	576	474
Spese di gestione nette	5.331	5.316
Altri costi	1.874	2.144
Utile perdita d'esercizio ante imposte	3.237	2.784

Fonte: elaborazione Ricerca & Sviluppo

12 Risultati dell'indagine IVASS sui siti di comparazione

Il sempre maggior ricorso da parte dei consumatori ai siti di comparazione, la nuova categoria di “intermediari assicurativi” abilitati alla comparazione e vendita di coperture assicurative (in particolare r.c. auto), ha indotto l'autorità di vigilanza a condurre un'indagine sui siti commerciali operanti in Italia al fine di verificare che venissero rispettate le indicazioni contenute nel “Report on Good Practices on Comparison Websites” pubblicato dall'EIOPA (Autorità di Vigilanza delle Assicurazioni e dei Fondi Pensioni) volte a promuovere a livello europeo l'adozione da parte di questo nuovo “canale di vendita” di condotte che garantiscano al consumatore la correttezza e la trasparenza delle informazioni rese al pubblico nonché i criteri utilizzati per il confronto ed evitare il sorgere di conflitti d'interesse.

Qui di seguito si riepilogano le principali criticità emerse:

- esistenza di un conflitto di interesse di natura commerciale in quanto i siti comparano solamente (o prevalentemente) le imprese con le quali sono stati stipulati accordi; inoltre in tali accordi è previsto il riconoscimento, per ogni contratto stipulato, di provvigioni che non vengono però esplicitate in fase di comparazione. Dell'esistenza di questi conflitti di interesse non viene data chiara informativa;*
- la comparazione è basata esclusivamente sul prezzo senza evidenziare i differenti contenuti contrattuali sia in termini di differenti coperture offerte che delle caratteristiche dei prodotti (presenza di massimali, franchigie, rivalse od esclusioni); non viene mai indicato il numero di imprese comparate rispetto alla totalità del mercato;*
- mancanza di trasparenza in quanto al consumatore spesso non è chiara la natura commerciale dell'attività svolta né il tipo di servizio fornito; inoltre non viene quasi mai fornita indicazione dei soggetti a cui inoltrare i reclami e, relativamente ai prodotti offerti, è stato segnalato che nella vendita di coperture r.c. auto vengono talvolta offerte coperture accessorie non richieste dal consumatore che è costretto a deselezionare in fase di acquisto della polizza sul sito dell'impresa;*
- uso di messaggi pubblicitari che generano nel cliente la convinzione, spesso impropria, di poter ottenere risparmi ed acquistare il miglior prodotto dichiarando di confrontare le “migliori” imprese operanti sul mercato;*

A seguito di ciò, l'IVASS ha richiesto alle compagnie le seguenti misure correttive, apportate entro il 31 gennaio 2015:

- o indicare in maniera evidente nella “home page” l'elenco delle imprese di assicurazione e/o intermediari con cui sussistono accordi di partnership ai fini della comparazione evidenziando che il servizio di comparazione offerto è soggetto a remunerazione da parte di tali imprese;*
- o indicare nell'output di comparazione, per ciascuna polizza, le provvigioni corrisposte dall'impresa in caso di conclusione del contratto;*
- o dare chiara indicazione nella “home page” del numero di imprese comparate rispetto al numero totale di imprese presenti sul mercato;*
- o garantire che il numero delle imprese pubblicizzate ai fini del confronto corrisponda a quello delle imprese effettivamente comparate, dando spiegazione al cliente in caso di mancata quotazione di una delle imprese e obbligando a fornire le quotazioni mancanti in un momento successivo;*
- o adottare un processo di rilevazione delle esigenze assicurative del cliente e di quotazione tale da esporre una graduatoria delle quotazioni che rispondano alle esigenze di copertura manifestate dal cliente;*
- o non basare la comparazione solo sul prezzo ma anche sulle “caratteristiche chiave” della polizza al fine di dare il giusto peso al risultato della comparazione e agevolare il confronto tra le diverse offerte;*
- o evitare forme di abbinamento forzato delle coperture accessorie e meccanismi di deselezionazione (“opt-out”) da parte del consumatore;*
- o modificare la procedura di raccolta del consenso privacy e di altre “liberatorie” evitando meccanismi di raccolta automatica e indistinta;*
- o rivedere i messaggi pubblicitari adeguandoli alla normativa vigente in materia di pubblicità ingannevole.*