

Finanza

Assicurazioni, la sfida di **Intesa**
è già nella Top 10 del Danni

ADRIANO BONAFEDE ▶ pagina 20

Il caso

Polizze, la sfida di **Intesa** nei danni vede già la Top 10

ADRIANO BONAFEDE, ROMA

Il gruppo ha aggiunto sulle vetrine la scritta "Assicurazione", diventando la prima banca in Italia a definirsi anche "compagnia". E a fine 2018 dovrebbe entrare tra i primi dieci operatori nel settore di maggior sviluppo

Tra giugno e ottobre, sulle filiali di **Intesa Sanpaolo**, sono apparse delle vetrofanie a caratteri cubitali: "Banca Assicurazione", è scritto ora sulle vetrine. Mai un istituto di credito italiano si era spinto tanto oltre la tradizionale *mission* di prestare denaro o fornire prodotti del risparmio gestito. Sì, è vero, tutte le banche fanno in qualche modo attività di bancassicurazione, ma in generale la compagnia è all'esterno e fornisce i prodotti assicurativi. Adesso il gruppo guidato da **Carlo Messina** si autodefinisce per la prima volta anche "assicurazione" e lo vuole far sapere a tutti in maniera semplice e chiara: chi entra in una filiale, ovunque si trovi, sa di poter trovare i prodotti bancari e di fatto tutte le polizze che desidera. E questi prodotti, unitamente a tutti i servizi post vendita (inclusa la delicata gestione dei sinistri), sono realizzati all'interno tramite il lavoro delle tre compagnie che al logo **Intesa Sanpaolo** associano rispettivamente i termini Vita, Life e Assicura.

Il business delle polizze è molto remunerativo: contribuisce all'utile ante imposte del gruppo per circa l'11-12%. Ma se si aggiungono anche le commissioni legate alla distribuzione dei prodotti (le filiali della **Banca dei territori**, i consulenti finanziari e i private banker), si arriva al doppio. Davvero una bella fetta. Si capisce quindi che non è un caso che nell'ultimo piano industriale presentato a febbraio 2018 **Carlo Messina** abbia puntato molte carte sulla crescita di questo segmento. Perché nell'asset management a fine 2017 il gruppo con **Eurizon** era

primo per raccolta, in Italia, per il quinto anno consecutivo con 19 miliardi, e al secondo posto dopo Generali per masse gestite (con oltre 300 miliardi). Ma nel comparto delle polizze, soprattutto nel ramo danni, può crescere a ritmi serrati per due buoni motivi: il primo è che l'Italia resta sottoassicurata rispetto agli altri Paesi; il secondo è che sfruttando la rete di vendita di circa 4.300 filiali in Italia i risultati possono essere sorprendenti, se si fanno le mosse giuste.

Certo, non è facile aggiungere alle competenze dei dipendenti bancari anche quelle assicurative. Ma **Intesa** gli investimenti li sta facendo: sono stati inseriti 220 specialisti a supporto delle filiali, mentre c'è un programma di formazione dedicato a circa 30 mila dipendenti, di cui cinquemila nel solo 2018. Inoltre è prevista una spesa di 300 milioni entro il 2021 in investimenti, compreso il *rebranding* delle filiali.

I primi risultati sono buoni, soprattutto nei Danni, il vero focus del piano industriale con i suoi ambiziosissimi target. Nel Vita, infatti, **Intesa** è già da tempo leader. «Nel ramo danni - spiega **Nicola Maria Fioravanti**, responsabile della divisione Insurance del gruppo - la raccolta è passata da 200 milioni del 2014 ai 500 milioni che prevediamo a fine anno. Negli ultimi 4 anni la divisione Insurance è cresciuta a un ritmo del 5% annuo in termini di ricavi e del 6% per utile netto». Gli obiettivi del piano industriale, ritenuti fin troppo ambiziosi quando furono esposti, sembrano a portata di mano: «Il tasso di penetrazione delle polizze danni non auto (il segmento

che più piace e su cui più punta **Intesa**, *Ndr*) tra i clienti della banca è passato dal 5% di un anno fa al 7% del giugno scorso. A fine anno contiamo di arrivare al 9%, avvicinandoci all'obiettivo del 18% di fine piano nel 2021», spiega Fioravanti. Che aggiunge: «Nel triennio 2015-2017 **Intesa Sanpaolo** Assicura, la nostra compagnia danni, è risultata prima nel "superindice" di Lombard, che sintetizza gli indicatori come il Roee per la redditività, il rapporto tra sinistri pagati e premi netti e quello fra spese - intese come provvigioni e oneri gestionali - e premi netti».

La cosa che colpì di più gli addetti ai lavori, quando Messina annunciò il piano, fu però l'idea di passare a fine piano, sempre nei danni, dal quattordicesimo posto del 2016 ad almeno il quarto fra gli operatori, a ridosso dei big come Generali, Unipol e Allianz. Su questo fronte non ci sono dati ufficiali, ma alcuni calcoli dicono che a fine 2017 **Intesa** era già tredicesima, a giugno 2018 dodicesima, mentre le aspettative sono quelle di arrivare intorno al decimo posto a fine 2018. Quindi già, di fatto, nella Top 10. Risultati consolanti e promettenti per il futuro, tanto che il quarto posto da raggiun-



gere fra tre anni non sembra più un obiettivo così fantasioso. Un fatto rimarchevole, soprattutto se si considera che **Intesa** non intende entrare in forze nel comparto Rc auto, dove qualche passo lo ha fatto. Offre un prodotto che include obbligatoriamente la scatola nera, «per combattere le frodi», spiega Fioravanti, «e anche per poter offrire una copertura a seconda dei chilometri che si fanno». Inoltre, un complesso sistema di algoritmi sulla base dei data analytics permette di offrire sconti ai clienti più virtuosi «perché abbiamo verificato, fra le altre cose, che i più regolari nei pagamenti sono anche quelli che hanno minori sinistri». E nel 2019 saranno offerte coperture Rc auto anche senza scatola nera.

Ma, come si è detto, non è grazie all'Rc auto, e ai suoi volumi, che **Intesa Sanpaolo** conta di entrare nella Top 5 dei danni entro i prossimi

tre anni. Bensì con la vendita dei rami non auto, più in generale di tutti i prodotti di «protezione»: abitazione, salute, infortuni. Sulla casa, ad esempio a ottobre si sono vendute più polizze che in qualsiasi altro mese nella storia italiana, e **Intesa** ha fatto la sua parte. Per il gruppo, nei primi nove mesi del 2018 il non auto è cresciuto del 140% nei prodotti salute e infortuni, e del 45 nei prodotti casa e famiglia.

Ma c'è di più. L'accelerazione che sarà impressa nei prossimi mesi riguarda soprattutto le piccole e medie imprese - dal commercio alla manifattura all'agricoltura - un settore che ancora oggi pesa pochissimo, intorno al 10% del totale danni. «Lavoreremo anche nel comparto turismo», spiega Fioravanti, che prevede spazi interessanti di crescita. È proprio il grande portafoglio clienti di **Intesa** (ben 12 milioni di persone) a preoccupare di più le

compagnie rivali: oggi l'interazione tra una compagnia e un cliente è di poche volte all'anno, mentre **Intesa**, proprio perché anche banca, arriva a un centinaio di contatti complessivi attraverso tutti i canali a disposizione. Più facile, quindi, convincere i clienti ad assicurarsi contro i vari rischi industriali e patrimoniali.

«Indubbiamente **Intesa** ha una forza d'urto molto elevata - confida *off the record* il ceo di un grande gruppo assicurativo -. Noi non siamo preoccupati, perché le distanze fra noi e loro permangono elevate. Certo, nel corso del tempo questa concorrenza si sentirà di più. Però guardiamo anche il lato positivo: se **Intesa** convince più imprese ad assicurarsi, in fondo allarga il mercato, e questo alla lunga potrebbe essere un bene per tutti. La concorrenza si sente quando il mercato è fermo, non quando cresce».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'opinione

“

I nostri clienti più regolari nei pagamenti sono anche quelli che hanno minori sinistri

NICOLA MARIA FIORAVANTI
INTESA SANPAOLO INSURANCE



Carlo Messina
ad di **Intesa**
Sanpaolo



Nicola Maria Fioravanti
Intesa Insurance

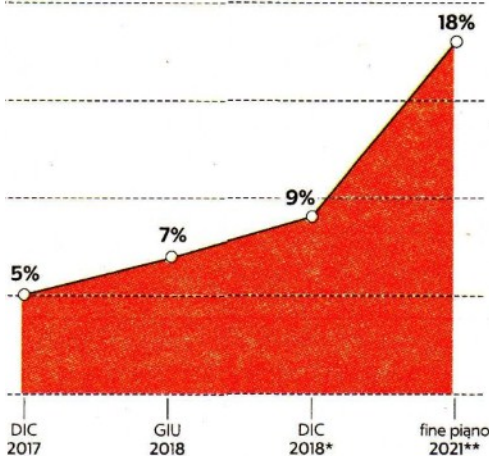
Inumeri

Assicurazioni in marcia

I progressi di **Intesa** nella raccolta

RAMO DANNI

Tasso di penetrazione tra i clienti di **Intesa**



(*): PREVISIONE (**) OBIETTIVO FISSATO FONTE: INTESA SANPAOLO

LA CLASSIFICA DELLE ASSICURAZIONI
Premi in Italia, in miliardi di euro, vita + danni 2017



FONTE: ANIA

9%

IL TASSO DI PENETRAZIONE

Le polizze danni sono state vendute al 9% dei clienti, l'obiettivo è il 18% a fine piano nel 2021

220

SPECIALISTI

Gli esperti di assicurazioni già inseriti da **Intesa** a supporto del personale delle filiali

12

MILIONI

È la base dei clienti della banca su cui il gruppo vuole insistere nella vendita di polizze

+5%

IRICAVI

La crescita annua dei ricavi della divisione Insurance nell'ultimo quadriennio

Focus



LA QUERELLE SULLA CLASSIFICA

Chi è la più bella del reame? Dalla fine dello scorso anno è sorta una querelle intorno alla graduatoria delle compagnie di assicurazione.

Le attività assicurative del gruppo Intesa Sanpaolo avrebbe infatti superato al fotofinish Generali: 22,94 miliardi di premi raccolti contro i 22,79 miliardi del Leone di Trieste e i 20,40 miliardi del Gruppo Poste. La classifica è stilata mettendo insieme tutti i rami vita e danni raccolti in Italia. Questa graduatoria è stata stilata dall'Ania, l'associazione delle imprese del settore.

Tuttavia, Generali mostra che se si considerano anche i premi raccolti all'estero, come la stessa tabella dell'Ania

dimostra, il Leone torna al primo posto con 23,16 miliardi di euro di raccolta premi. La distanza però è minima e considerando l'accelerazione impressa da Intesa Sanpaolo ai rami danni, per i quali il gruppo bancario guidato da Carlo Messina si è prefissato obiettivi molto ambiziosi entro il 2021, è possibile ipotizzare un sorpasso definitivo a quella data. Certo, bisogna vedere quante contromisure metterà in atto il colosso triestino affidato a Philippe Donnet che piano industriale presentato di recente ha affermato la volontà di confermarsi leader di mercato sia in Italia che in Germania. Saranno i dati del 2018, che verranno resi noti nel giro di poche settimane, a dirci cosa è successo ai piani alti della classifica delle compagnie d'assicurazione.



Una filiale di Intesa Sanpaolo in cui appare la nuova vetrofania "Banca assicurazione"

1