

## LE PARTNERSHIP DOPO LA CRISI

---

AL TERMINE DELLA RIORGANIZZAZIONE DEL SISTEMA BANCARIO ITALIANO, GLI ACCORDI DEI SINGOLI OPERATORI CON IL SETTORE ASSICURATIVO POTREBBERO MUTARE PROFONDAMENTE: SERVE UN NUOVO MODELLO PER SERVIRE MEGLIO IL CONSUMATORE ED EVITARE LA DISPERSIONE DI VALORE

In un mercato come quello italiano, che negli ultimi anni ha subito una spinta alla concentrazione (basti pensare alle fusioni di grandi compagnie, alle razionalizzazioni, alle acquisizioni di compagnie a opera di fondi stranieri), resta da capire quali saranno le principali tendenze della bancassicurazione del futuro, soprattutto sotto il profilo delle partnership che mondo del credito e settore assicurativo potranno instaurare.

Non è detto che gli accordi che fino a oggi hanno dato i benefici maggiori possano continuare a essere validi anche nel nuovo scenario che uscirà al termine della ristrutturazione del comparto bancario. Alla scadenza dei contratti di partnership, joint venture, società captive, accordi di distribuzione potranno assumere nuove forme, oppure restare invariate.

Del resto, è vero anche che in questi anni di profondi cambiamenti per i due settori, i loro legami non hanno subito importanti scossoni, eccezion fatta per il complesso intreccio azionario tra **Cattolica** e **Banca Popolare di Vicenza**. Come noto, nell'agosto scorso la compagnia di Verona aveva deciso di porre fine alla partnership con Bpvi, avvalendosi del diritto di recesso unilaterale. Ora però le cose potrebbero andare diversamente e Cattolica potrebbe riavvicinarsi una volta completata la fusione tra **Veneto Banca** e Banca Popolare di Vicenza.



## AVIVA E LA BANCASSURANCE, UNA LUNGA TRADIZIONE

**A**viva è presente in Italia dal 1921 ed è stata tra i primi gruppi assicurativi a siglare un accordo di bancassurance con l'allora **Credito Italiano**.

Molta acqua sotto i ponti è passata e molti assetti societari sono stati modificati, ma la compagnia d'Oltremarina non ha mai abbandonato quel sodalizio, mettendo al centro della propria politica distributiva il sistema bancario.

“Questa partnership – spiega a Insurance Review **Alberto Vacca**, amministratore delegato compagnie vita e direttore investimenti di Aviva – è stata determinante per lo sviluppo in questo mercato che si è poi alimentato con ulteriori accordi distributivi che fanno della bancassurance uno dei nostri elementi distintivi”.

Aviva opera con primari gruppi bancari: oltre a Unicredit, lavora con **Ubi Banca, Banco Popolare e Banca Popolare di Bari**. A queste partnership si aggiungono inoltre le varie reti di consulenti finanziari, tra cui **Fineco, IwBank, Azimut, Credem ed Euromobiliare**. Il business vita di Aviva, che equivale a circa l'80% della raccolta, è sempre stato alla base del canale bancassurance che ancora oggi contribuisce in maniera preponderante ai premi.

“Crediamo però – aggiunge Vacca – nelle nuove opportunità che possono arrivare dal segmento danni che, in prospettiva, può dare risultati estremamente interessanti anche in questo canale”.

Le banche stanno ancora scontando il noviziato in quel comparto, ma alcuni player cominciano a raccogliere i primi frutti: “la nostra compagnia di bancassurance danni con il Banco Popolare – prosegue il manager – ha registrato numeri straordinari lo scorso anno, con una crescita dei ricavi pari al 25% e un combined ratio sotto il 75%. Siamo molto fiduciosi anche per quanto riguarda l'attività con Banca Popolare di Bari.

Tornando al ramo vita, la partnership con Ubi Banca rappresenta un pilastro nella distribuzione della compagnia: nel 2016 ha contribuito quasi alla metà della produzione, in un anno in cui Aviva è cresciuta molto, superando le performance del mercato: “i primi mesi del 2017 – osserva Vacca – continuano a mostrare una crescita a ritmi sostenuti”.

### Verso un nuovo modello multicanale

Guardando più in generale, la congiuntura economica e il momento particolare del comparto bancario possono rappresentare un'opportunità per il settore assicurativo: il mondo del credito è alla ricerca di nuovi ricavi, e per trovarli si rivolge anche all'industry assicurativa.

Ma quali saranno le conseguenze delle fusioni tra banche che hanno provider assicurativi diversi? “È chiaro – risponde Vacca – che nel medio termine si potrà assistere a dei cambiamenti rispetto all'attuale assetto competitivo, ma la concretizzazione di questi dipenderà necessariamente dalle condizioni e dalle scadenze degli accordi attualmente in essere”.

Secondo l'ad, il futuro della bancassurance passerà soprattutto da un nuovo modello multicanale, dove istituti di credito e compagnie lavorano insieme a tempo indeterminato, investendo in una piattaforma comune per arrivare al cliente in modo efficiente. “È un passaggio che avverrà gradualmente – precisa – ma la rivoluzione digitale aiuterà molto la bancassurance, conducendola verso questo tipo di modello, abbandonando progressivamente il tradizionale pagamento di *goodwill* a fronte di un affitto di capacità distributiva per un determinato tempo. Passeremo, col tempo, da un marketing prevalentemente di canale a uno più cliente-centrico. In questo contesto – conclude Vacca – vincerà il più veloce, il più efficiente e il più efficace per il cliente”.



**Alberto Vacca**, amministratore delegato compagnie vita e direttore investimenti di Aviva



## UN MERCATO GIÀ SATURO?

Secondo **Paolo Colciago**, partner di **Kpmg**, “a livello di partnership e accordi tra compagnie e banche, negli ultimi anni non è cambiato molto perché il mercato già dieci anni fa era abbastanza saturo, nel senso che lo sviluppo era già molto avanzato e quasi ogni operatore bancario aveva il proprio partner assicurativo”.

Per fare un altro esempio, quando **Unipol** acquisì **Fondiarìa Sai** ebbe immediatamente accesso al canale del Banco Popolare: ma quella fu comunque un’operazione strettamente assicurativa e non riguardò in particolare la bancassurance. “Ora – continua Colciago – occorrerà vedere cosa accadrà con l’aggregazione tra Banco Popolare e **Bpm**, che hanno due partner assicurativi diversi”. Solitamente, di fronte a questi scenari, ci sono due pos-

sibilità: o uno dei due partner assicurativi sarà tagliato fuori dal canale, oppure, più probabilmente, si assisterà a una ricontrattazione degli spazi e degli sportelli. È possibile, quindi, che la banca metta in qualche modo in competizione le compagnie partner: fermo restando, però, che la bancassurance resta fondamentale per tutti i soggetti coinvolti.

## OLTRE GLI SPORTELLI

“La vera sfida della bancassurance a livello distributivo – spiega Colciago – è rappresentata dalla crisi degli sportelli. Una volta, la competizione tra istituti si giocava sul numero delle agenzie che una banca poteva mettere in campo: gli sportelli avevano un grande valore. Oggi non è più così e, anzi, il sistema bancario sta correndo alla dismissione perché questi rappresentano una perdita. È ancora tutto da vedere quanto e in che modo questo cambiamento impatterà sulla bancassurance: è probabile che il canale riuscirà a raggiungere il consumatore attraverso internet o attraverso i promotori”.

È normale quindi che, come sta accadendo per la distribuzione attraverso gli agenti, agli sportelli che resteranno aperti sia richiesto un salto di qualità perché sta completamente cambiando il paradigma di relazione tra banca e consumatore. Tutti gli operatori assicurativi, o almeno quelli più evoluti, si stanno già attrezzando affinché la chiusura delle filiali non porti a un calo del business. **FA.**