

PROFESSIONISTI DEL RISPARMIO

ANALISI

I mercati sono troppo volatili e le opzioni sono a 8 giorni

di Andrea Gennai

Anche il mondo dei derivati si adegua a mercati sempre più volatili e fortemente condizionati dal trading di breve termine. Così su Borsa Italiana sono sbarcate le opzioni con scadenza settimanale: strumenti adatti ovviamente a investitori accorti e a professionisti del settore. I nuovi strumenti finanziari hanno inizialmente come sottostante le azioni ordinarie di società quali Generali, Enel, Eni, Fiat Chrysler Automobiles, Intesa Sanpaolo, Telecom Italia e UniCredit. Le opzioni settimanali su azioni sono ammesse alla negoziazione il giovedì, a eccezione del terzo giovedì di ogni mese, con scadenza il venerdì della settimana successiva. La negoziazione dei nuovi strumenti prevede quindi un orizzonte temporale molto ristretto.

Le opzioni settimanali su azioni sono complementari all'offerta già presente attualmente con scadenze da un mese a tre anni. Quello che mancava erano le scadenze più brevi e fanno seguito alle opzioni settimanali sull'indice Ftse Mib già introdotte nel dicembre 2011. «Il modello di mercato - spiega Massimo Giorgini, responsabile Business Development per i mercati azionari e derivati di Borsa Italiana - è sostanzialmente quello previsto per le opzioni su azioni standard, con generazione di prezzi di esercizio più stretti in funzione dell'orizzonte d'investimento più breve. Borsa Italiana ha inizialmente disposto l'inizio delle negoziazioni sui sette titoli più liquidi del listino italiano, per i quali sono disponibili 21 strike call e put. L'obiettivo è quello di strutturare strategie direzionali e di copertura più precise in funzione di specifici eventi. Anche per questa tipologia di opzioni prevediamo che a breve saranno operativi dei market maker. Sulle opzioni settimanali sull'indice Ftse Mib operano già due operatori market maker». Questo nuovo strumento si inserisce in un contesto di crescita sostenuta dei volumi del mercato dei derivati di Borsa Italiana, l'Idem.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ASSICURAZIONI

Il calo dell'Rc Auto affossa gli utili degli intermediari

Il numero delle agenzie cala sotto quota 13mila e la redditività media crolla a 71mila euro. A collaborare è il 60%

Federica Pezzatti

■ In uno scenario che sorride, almeno per ora, alle compagnie con *combined ratio* e bilanci in miglioramento, non accenna a riprendersi il business degli agenti assicurativi. Lo evidenzia anche l'indagine di Innovation Team dal titolo «Il cambiamento dell'intermediazione assicurativa e il punto di vista degli agenti» che fotografa il settore a fine 2013.

La crisi delle agenzie si è acuita nell'ultimo anno in analisi soprattutto a causa della contrazione della raccolta auto, che produce non solo una diminuzione degli incassi d'agenzia ma anche un aumento dei costi causato dall'allungamento dei tempi di trattativa per il rinnovo. Così l'utile medio dell'agenzia per singola polizza auto intermedia è sceso a 3,7 euro. La redditività media, in un mercato ancora dominato dall'Rc auto, crolla di conseguenza dai 76mila euro del 2012 ai 71mila euro del 2013, con un calo del 6,6%. Un'agenzia sostiene in media costi pari a 229mila euro, mentre i ricavi sono scesi a 300mila euro (304mila nel 2012). Va al di sotto delle 13mila unità anche il numero delle agenzie. Secondo i dati rielaborati utilizzando i numeri ricavati dai siti delle compagnie, in Italia alla fine dello scorso anno le agenzie erano 12.993 (con un calo del 3% rispetto alle 13.402 del 2012). Dal 2008 a oggi il sistema distributivo ha perso 2.500 agenzie (pari a un calo del 16%) e oltre duemila agenti che hanno subito nel periodo in analisi un calo meno significativo anche grazie all'accorpamento di agenzie in corso sul territorio anche a fronte delle fusioni realizzate.

I DATI IVASS NEL PRIMO SEMESTRE

IL CALO DELLE DIRETTE

I premi lordi del primo semestre 2014 del danni e Rc auto resi noti dall'Ivass evidenziano per il canale agenti un aumento dello 0,4% della quota di mercato. Sono in flessione invece le compagnie dirette la cui quota è scesa da 8,6 a 8,3 per cento.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

In uno scenario in caduta libera tiene il plurimandato. «Nonostante la riduzione del numero di agenzie plurimandatarie (scese a 2.990 unità) - spiega Fabio Orsi, manager di Innovation Team - a fine 2013 il plurimandato rappresenta in termini numerici il 23% del contesto agenziale italiano: il dato più alto di sempre. Ma solo la metà dei 4.254 plurimandati utilizza la pluralità dei marchi in modo consapevole e significativo - continua Orsi -. Gli altri sono plurimandati o per finalità tattico-difensive o perché in possesso di mandati specialistici».

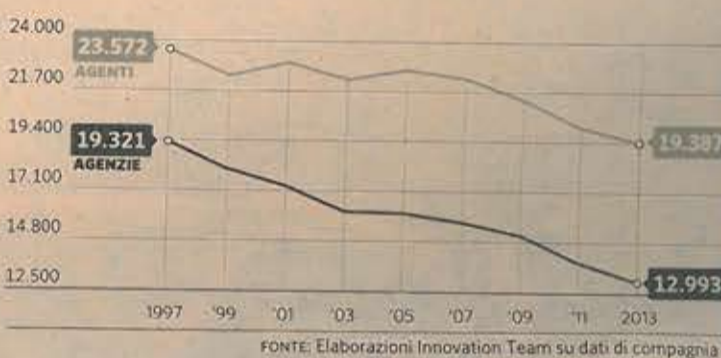
Lo studio fa anche il punto sulle collaborazioni a poco meno di due anni dalla possibilità di realizzare accordi con altri intermediari iscritti al Rui (Registro unico degli intermediari). Le collaborazioni riguardano circa il 60% delle agenzie. Più nel dettaglio il 29,7% di chi "collabora" ha realizzato accordi con altri agenti, il 46,3% lavora con broker mentre il 16,6% delle agenzie ha in corso accordi con gli iscritti alla lettera E del Rui.

Considerando plurimandato e collaborazioni dunque ormai meno del 30% delle agenzie è effettivamente monomandatario. Rispetto alla situazione antecedente al decreto Bersani, che ha introdotto il plurimandato, quando questa quota era superiore al 90% il cambiamento è profondo. Tuttavia il desiderio del legislatore che pensava di stimolare la concorrenza introducendo anche la libertà di collaborazione non si è ancora realizzato, anzi. Le collaborazioni hanno un impatto modesto sul mercato in termini di volume di affari incide per circa il 2% sugli incassi realizzati dall'agenzia nel danno.

«L'utilizzo è prevalentemente tattico per non perdere il cliente e focalizzato sui rischi professionali (dove le compagnie generaliste non vogliono assumere) nonché su altri business specialistici come le cauzioni e l'auto», sottolineano a Innovation Team dove per condurre lo studio, oltre ad avere elaborato i dati del Rui e delle altre banche dati, hanno realizzato 1.800 questionari online associati a focus group. Forse le cose cambieranno dopo l'intervento dell'Antitrust, mirato a rimuovere gli ostacoli alla concorrenza, che ha sortito da parte delle compagnie la stesura degli "impegni". Per ora l'effetto Antitrust non si sente perché le compagnie stanno operando internamente per rivedere gli accordi. È probabile però che nei prossimi mesi anche i marchi che più hanno disincentivato l'intermediazione indipendente si affaccino al plurimandato e alle collaborazioni.

La crisi continua

NUMERO DI AGENZIE E DI AGENTI IN ITALIA Serie storica



FONTE: Elaborazioni Innovation Team su dati di compagnia

IL CROLLO DEI RICAVI

Dal 2007 nel miglior la redditività media è scesa del 32%. L'aumento dei costi medi è stato del 6% mentre i ricavi sono calati del 6,3%



FONTE: Innovation Team

I nodi da risolvere se Unipol divorzia dall'Ania «attuale»

C'è anche chi dà una chiave di lettura politica all'annuncio

■ Si dice che il diavolo è nei dettagli. Le diverse visioni di Carlo Cimbri, ceo del gruppo Unipol, e di Aldo Minucci, presidente dell'Ania, sul nodo del Tfr in busta paga, registrato in un articolo di «Plus24» della scorsa settimana erano solo la punta dell'iceberg. La settimana che si è conclusa ha poi fatto emergere la reale portata della frattura tra la compagnia bolognese e l'associazione rappresentativa delle compagnie. In un'intervista al «Sole 24 Ore» Cimbri ha annunciato di voler uscire dall'Ania in quanto «UnipolSai non si riconosce e non si sente rappresentata dall'Ania attuale» la cui governance, peraltro, andrebbe, secondo il ceo, completamente riformata. Dopo Intesa Sanpaolo Vita, non più nell'associazione dall'inizio del 2013, ma per motivi contributivi, ora a lasciare sarebbe la compagnia leader nel settore danni.

È seguito un comunicato di Ania

che si augura «che la decisione preannunciata possa essere riconsiderata, anche alla luce del nuovo assetto di governance proposto e della storica vicinanza di UnipolSai». Se prevarrà l'ipotesi di divorzio ci sono parecchi nodi da sciogliere, anche di natura pratica: si pensi alle "banche dati". Innanzitutto quello dei rinnovi contrattuali, sui quali però Cimbri si è già espresso garantendo ai lavoratori del gruppo l'applicazione del contratto nazionale collettivo di lavoro. Nel campo degli agenti ci sarà poi da chiarire chi sarà, dopo l'eventuale uscita del gruppo bolognese dall'associazione degli assicuratori, il sostituto di Franco Ellena, direttore generale Unipol Assicurazioni che è l'attuale presidente della commissione distribuzione Ania. È l'uomo che sta trattando con gli agenti la questione del rinnovo contrattuale (ormai arenatosi), ma anche il grave problema del fondo di categoria degli agenti assicurativi. Ma qualcuno pensa che forse la frattura potrebbe comporsi di fronte a un'Ania "rinnovata" più vicina al Governo e con un esecutivo "ristretto" come nei desiderata di Cimbri. — F. P.

© RIPRODUZIONE RISERVATA