

**ABI "FORUM BANCASSICURAZIONE 2016"**  
Roma – 29 settembre 2016

**CREDITO E COPERTURE ASSICURATIVE: VISTA INTEGRATA ALLA BASE DELLE OPPORTUNITÀ DELLA BANCASSURANCE**



*Area Pianificazione Marketing e Cost Management*  
**Settembre 2016**

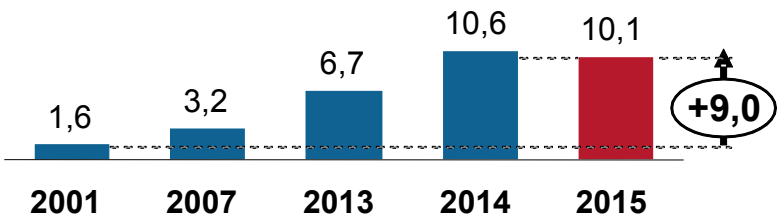
## Breve presentazione di BPB

- Il contesto di riferimento delle assicurazioni per le PMI
- Le opportunità di crescita della *Bancassurance*
- La *view* di BPBari – focus su offerta multirischio alle imprese
- Le sfide dei prossimi anni

# BREVE STORIA DI BANCA POPOLARE DI BARI

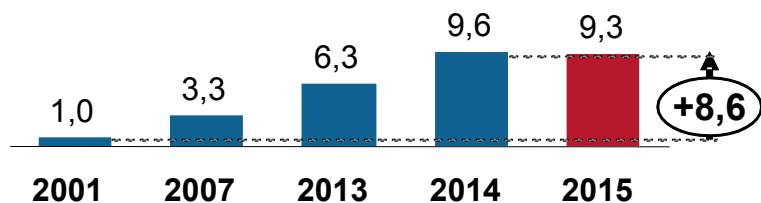
## Raccolta Diretta

Mld Eur



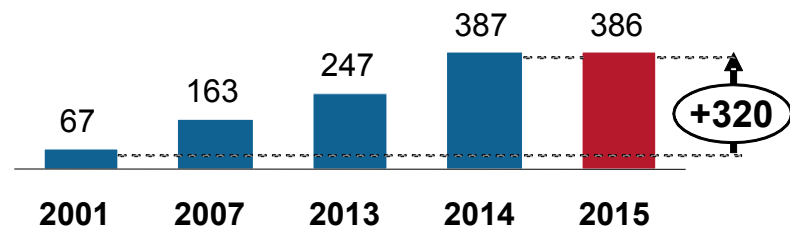
## Impieghi a clientela

Mld Eur

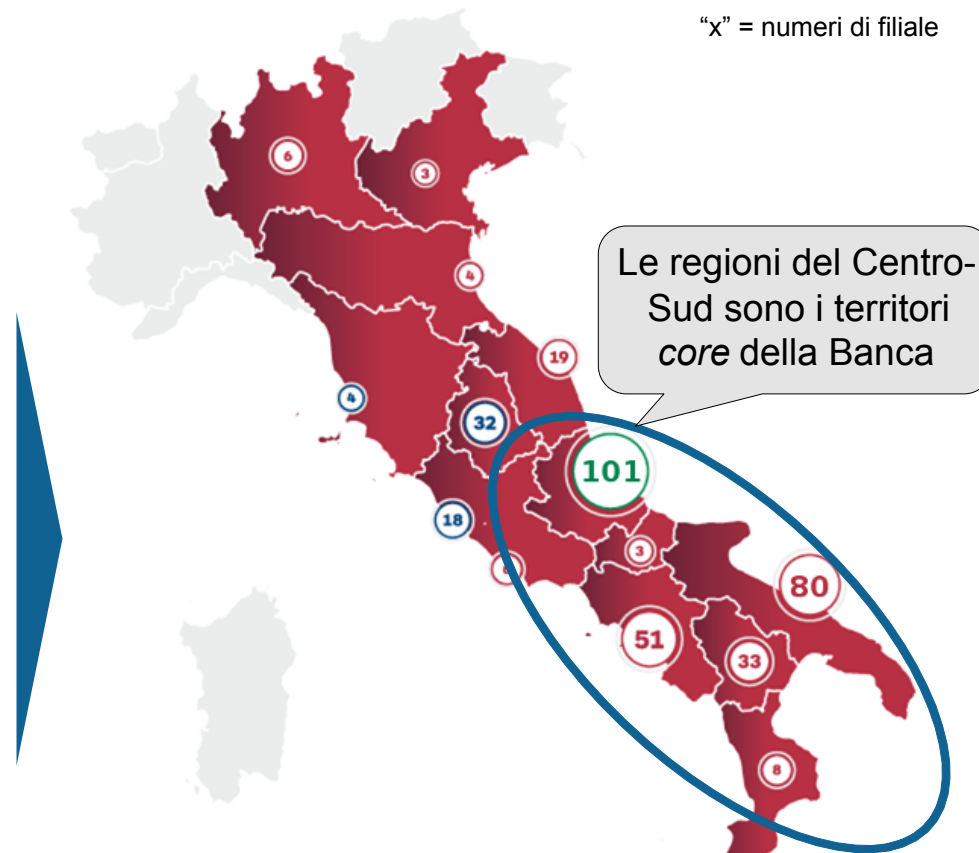


## Filiali

Numero



"x" = numeri di filiale



Breve presentazione di BPB

**Il contesto di riferimento delle assicurazioni per le PMI**

Le opportunità di crescita della *Bancassurance*

La *view* di BPBari – focus su offerta multirischio alle imprese

Le sfide dei prossimi anni

A

### Domanda

- Più del **60% delle PMI non sono assicurate in maniera completa**:
  - Poche coperture con **prevalenza di polizze incendio e furto**
  - **Bassa propensione degli imprenditori ad assicurarsi anche a livello personale**

B

### Offerta

- Le imprese hanno **bassa percezione dei rischi**, ciò può derivare da **deficit di comunicazione lato offerta**
- Le **reti assicurative non propongono** in maniera massiva le **coperture assicurative alle PMI**

C

### Sistema Distributivo

- Il **canale Bancario è ancora poco utilizzato** per il collocamento di polizze danni ed ha **grandi potenzialità di sviluppo**
- La **distribuzione dei prodotti assicurativi** è in profondo cambiamento con notevoli **spostamenti tra canali tradizionali (agenti) e nuovi (Banche, Internet e telefono)**

D

### Banche

- Assicurarsi con le Banche viene percepito come un *plus*:
  - Per **migliorare l'accesso al credito**
  - Per **ottenere riduzioni nei tassi** applicati ai finanziamenti

### Alcuni dati chiave ...

~ 14%

Le PMI con più di cinque rischi assicurati

~ 3

Le coperture in media sottoscritte

~ 15%

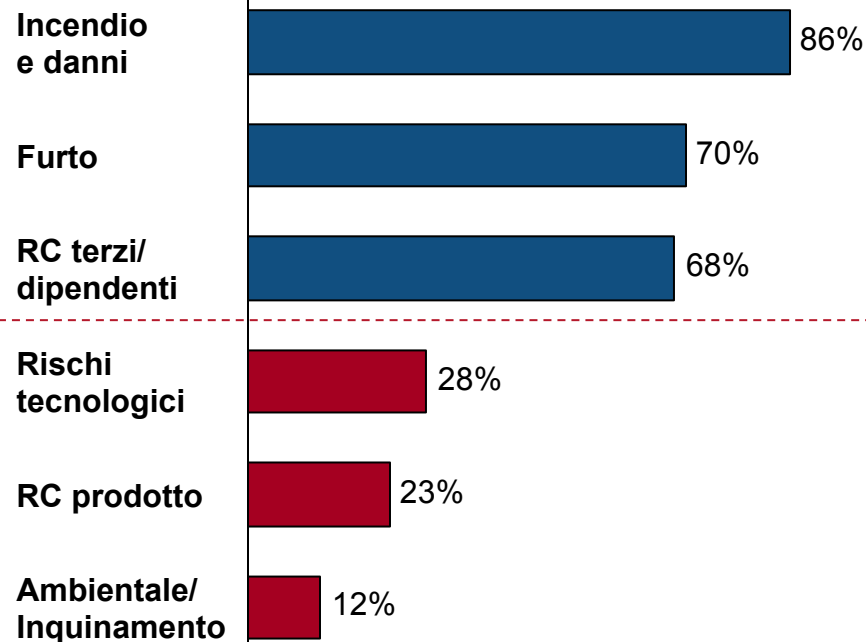
Le PMI non assicurate totalmente

~ 10%

Le coperture indirette sottoscritte\*

### ... e quali coperture dirette per le PMI

Dati in percentuale sulla numerosità del campione analizzato



Anche a livello personale gli imprenditori sono poco assicurati  
~ 1,5 polizze mediamente

● Molto rilevante ○ Poco rilevante

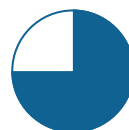
Rischio contenuto

Investimento elevato

Copertura non equa

Mancata proposizione

**Perché le aziende non si assicurano**



**Percezione soggettiva dei rischi e degli strumenti di copertura**

**Elemento oggettivo. Le Aziende non sempre conoscono le opportunità offerte dal mercato assicurativo per mancata proposizione**

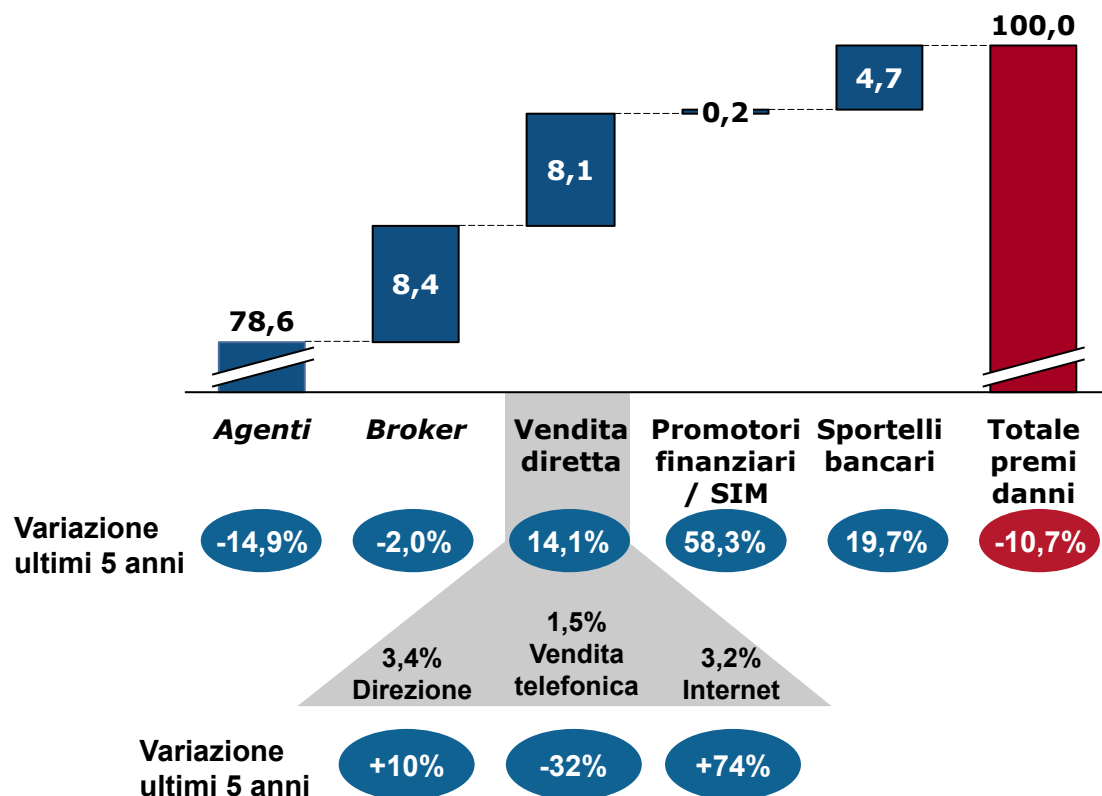


## Sintesi

Tra le **PMI non assicurate** contro le principali categorie di rischio, la **scelta di non sottoscrivere polizze** è motivata in larga maggioranza con il fatto che il **rischio venga considerato di entità contenuta**. Altre motivazioni vengono addotte in **percentuali ridotte dei casi**.

## Canale distributivo per il ramo danni

Dati in percentuale sul totale per l'anno 2015



### Evidenze

In Italia il mercato danni in generale **non vede le Banche protagoniste**. Tuttavia, il mercato della **bancassicurazione è in forte crescita**, nonostante il *trend* in **contrazione del mercato assicurativo** nel suo complesso.

### Altri indicatori

Il canale bancario è privilegiato per le **polizze credito** e per il **ramo perdite pecuniarie**. Inoltre, si contraddistingue per **polizze di piccolo importo**.

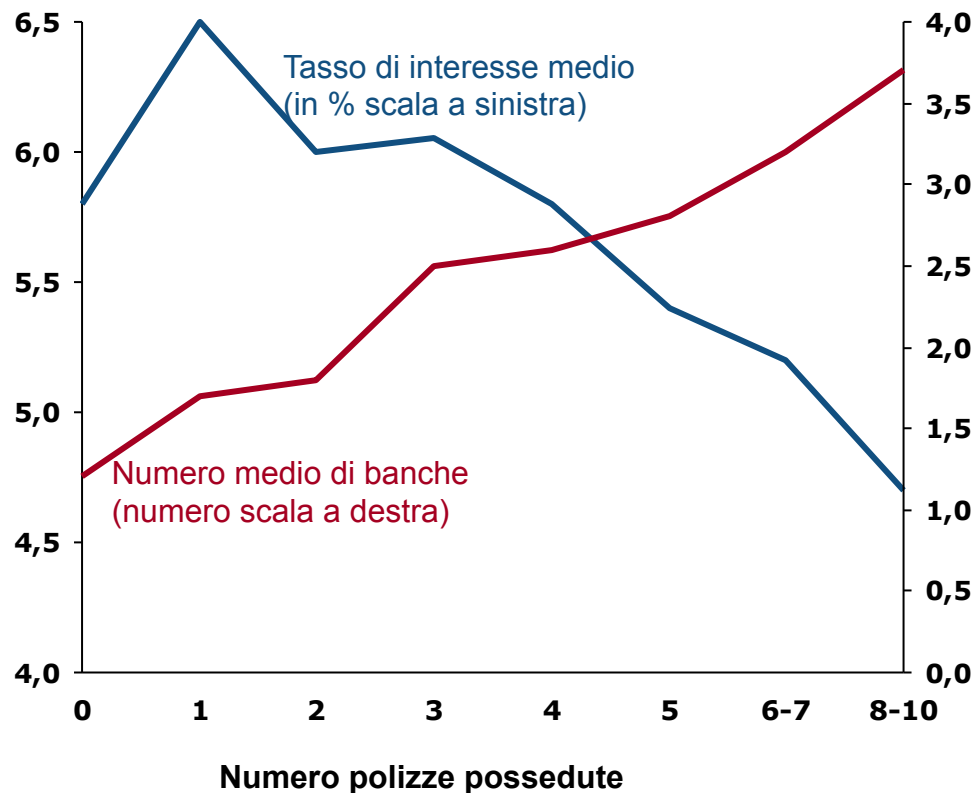


## Evidenze

Le imprese che hanno **maggiori coperture assicurative** ottengono dalle banche **tassi più bassi** e riescono ad **ottenere credito da un maggior numero di player**. Inoltre hanno dichiarato di essere **razionate con minore probabilità**.

### Correlazione tra assicurazioni e credito

Tassi medi applicati e numero banche in relazione al numero polizze



## AGENDA DEL DOCUMENTO

- ❑ Breve presentazione di BPB
- ❑ Il contesto di riferimento delle assicurazioni per le PMI
- ❑ **Le opportunità di crescita della *Bancassurance***
- ❑ La *view* di BPBari – focus su offerta multirischio alle imprese
- ❑ Le sfide dei prossimi anni

# LA BANCASSICURAZIONE PRESENTA *ENABLER* CHE NE CONFERMANO IL POTENZIALE...

## Evidenze

La Banca può sfruttare **vantaggi strutturali** nel mercato assicurativo, grazie alla **specializzazione nell'attività creditizia**, alla **diffusione territoriale** e all'**ampia quota di PMI non presidiate da altri player**.



### Conoscenza del cliente

- Il rapporto bancario, in quanto comprendente anche **l'attività di *lending***, porta alla **conoscenza approfondita** delle esigenze del cliente **sia in ambito creditizio che assicurativo**.

### Correlazione con il rischio di credito

- I **rischi non assicurati** potrebbero **compromettere la capacità di rimborso** dei prestiti bancari. Per tale ragione le Banche dovrebbero **considerare tale aspetto di rischio e includerlo nei sistemi di *pricing***, premiando le **Aziende proattive** nell'ambito della protezione.

### Rapporto facilitato

- Il **rapporto bancario** con gli esponenti delle Imprese è **quasi quotidiano** ed in larga parte **su base fiduciaria**. Inoltre, anche **dal punto di vista pratico**, risulta agevole riuscire a considerare anche i prodotti assicurativi in **ottica "one stop shop"**.

### Mercato poco servito

- La Banca, facendo leva sul proprio **patrimonio di Clientela** e sulla **diffusione territoriale**, può intercettare un'ampia platea di **Aziende che dichiarano di non avvalersi di alcuna consulenza assicurativa**, comprendente il **44% del totale** delle PMI.

## Evidenze



Lo sviluppo della Bancassicurazione passa per il **superamento di ostacoli** legati al **cambiamento di approccio** richiesto dalla particolare natura dei prodotti assicurativi e allo **scarso livello di fiducia** dovuto al **contesto economico** odierno.

### Prodotti complessi

- I prodotti assicurativi sono **disegnati e strutturati** prevalentemente **per la rete agenziale** e non per il canale bancario. Alcuni prodotti risultano **complessi per il Cliente** e per le **Reti di vendita delle Banche**.

### Personale non skillato

- Le *human resource* non sempre sono pronte al **cambiamento di approccio** nella vendita. Inoltre, la normativa richiede anche alle Banche un **iter di abilitazione complesso** per la distribuzione in ambito assicurativo.

### Basso grado di fiducia vs Banca

- Il **basso grado di fiducia** verso il sistema bancario per effetto delle **note vicende**, ha avuto risvolti anche nella **relazione con i Clienti**. Ciò rende **difficile riuscire a generare rapporti favorevoli**, con ripercussioni anche sulla **commercializzazione dei prodotti assicurativi**.

### Crisi economica

- Il **contesto macroeconomico** italiano, del quale le PMI risentono in particolare, può costituire un ostacolo all'espansione del mercato assicurativo, in quanto la **diffusione di policy aziendali di cost saving** potrebbero **intaccare la propensione** delle Aziende ad **investire in protezione**.

## AGENDA DEL DOCUMENTO

- ❑ Breve presentazione di BPB
- ❑ Il contesto di riferimento delle assicurazioni per le PMI
- ❑ Le opportunità di crescita della *Bancassurance*
- ❑ **La *view* di BPBari** – focus su offerta multirischio alle imprese
- ❑ Le sfide dei prossimi anni

# LINEE GUIDA DELL'OFFERTA BPBARI NEL COMPARTO ASSICURATIVO PER LE IMPRESE

## Value proposition per il Cliente Imprese di BPB

- Consolidare in un solo *partner* bancario e pochi *partner* assicurativi tutte le esigenze d'acquisto di prodotti legati alla copertura dei rischi
- Identificare BPB come *partner* assicurativo completo in grado di soddisfare le principali esigenze di copertura dei rischi e a condizioni competitive

### Comparto

### Obiettivi chiave


#### Ramo Danni






















- ❑ Diventare un *player* completo nel comparto Bancassicurazione su tutti i segmenti di clientela serviti
- ❑ Dotarsi di una gamma di prodotti disegnati secondo i migliori *standard* di mercato, a prezzi competitivi
- ❑ Incrementare le occasioni di *cross-selling* sulla clientela esistente
- ❑ Sviluppare e migliorare le competenze assicurative sulla Rete

#### Ramo Vita

- ❑ Integrare l'offerta prodotti assicurativi con prodotti dedicati (es. *Key man*, polizze TFM)
- ❑ Dotarsi di una gamma di prodotti disegnati secondo i migliori *standard* di mercato, a prezzi competitivi

# L'OFFERTA BPB COPRE IN MODO TRASVERSALE I DIVERSI SEGMENTI DI CLIENTELA IMPRESE...

 Prodotto presente o in rilascio

	Imprese	
	<i>Small Business</i>	<i>Corporate</i>
<b>Ramo Danni</b>		
Auto/Furg./Van		
Ufficio		
Salute/Infortuni		
Furto e rapina		
R.C. Attività/prof.		
Credito		
Cauzioni/garanzie		
Energy		
Customizzate		
<b>Ramo Vita</b>		
C.P.I.		
A capitalizzazione		
T.C.M.		
P.I.P./F. Pens.		

- Ampia gamma bisogni potenziali da coprire
- Nell'ambito dei diversi segmenti si è proceduto ad una introduzione graduale dei prodotti in base a potenziale di mercato e semplicità di vendita per la Rete



# ... CON CANALI DI VENDITA DIFFERENZIATI.

## Approccio commerciale

Strategia multicanale, orientata alla massimizzazione dell'efficacia della spinta commerciale sui prodotti assicurativi da inserire nella gamma di BPB

	Descrizione	Rete fisica	Online/ Mobile	Contact center
<b>Prodotti semplici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Prodotti ad alto grado di standardizzazione e basso-medio <i>ticket</i> per la Banca</li> <li>Esempio prodotti:               <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ramo Danni: Multiprotezione, R.C. Van, Infortuni <i>Key Man</i></li> <li>✓ Ramo Vita: TCM</li> </ul> </li> </ul>	✓	✓	✓
<b>Prodotti a maggiore complessità</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Prodotto a maggiore contenuto relazionale e ad elevato <i>ticket</i></li> <li>Esempio prodotti:               <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ramo Danni: R.C. professionisti, D&amp;O, polizze aziendali customizzate</li> <li>✓ Ramo Vita: polizze a capitalizzazione, CPI</li> </ul> </li> </ul>		✓	
			<p>Per i <i>prodotti Corporate</i> più complessi/customizzati, possibile supporto da parte di <i>broker</i> nella strutturazione dei prodotti</p>	
	<b>Modalità commerciale</b>	Push & Pull	Pull	Push & Pull



## AGENDA DEL DOCUMENTO

- ❑ Breve presentazione di BPB
- ❑ Il contesto di riferimento delle assicurazioni per le PMI
- ❑ Le opportunità di crescita della *Bancassurance*
- ❑ La *view* di BPBari – **focus su offerta multirischio alle imprese**
- ❑ Le sfide dei prossimi anni

# BPBARI HA ADOTTATO UN MODELLO PER RISPONDERE ALLE ESIGENZE DEI CLIENTI E AI *TREND* DI MERCATO

## Modello offerta assicurativa PMI di BPBari

### Prodotto

I prodotti sono disegnati sulla base delle **esigenze dei Clienti**, con le seguenti caratteristiche:

- **multirischio**
- **differenziazione** in base ai **settori di attività**
- **personalizzazione**
- **comodità**
- **convenienza**



### Modello distributivo

Il modello distributivo risulta **aggiornato agli standard più performanti** sul mercato e copre tutti i **touch points** tramite cui il Cliente entra in contatto con la Banca per consentire:

- **informazione**
- **check up/consulenza**
- **credito**



### Strumenti

La Banca ha adottato tutti gli strumenti che consentono **facilitazioni alla vendita**. Le principali innovazioni sul tema riguardano:

- **front-end user friendly** con **anagrafica Banca integrata**
- **supporto alla vendita live e multicanale**



# MULTIPROTEZIONE PERSONE E PATRIMONIO

## LE CARATTERISTICHE CHIAVE



### Dedicata

- La polizza prevede **estensioni di garanzia** specifiche per **settore merceologico** del Cliente. I settori individuati sono:
  - **Turismo e ristorazione**
  - **Servizi**
  - **Liberi professionisti**
  - **Agricoltura**
  - **Commercio**
  - **Industria e Artigianato**

### Personalizzata

- La polizza è **configurabile a scelta** del Cliente, scegliendo tra **14 garanzie principali** e **6 accessorie** che possono essere sottoscritte **singolarmente o in abbinamento** tra loro. Le coperture possono essere **modificate in qualsiasi momento** all'interno della durata del contratto.

### Comoda

- Il Cliente, in base alle proprie esigenze, può **scegliere di pagare il premio annuo** in un'unica soluzione oppure con **frazionamento mensile o semestrale**

### Conveniente

- L'importo del premio è variabile in ragione **delle garanzie e dei massimali selezionati**, con un sistema di **sconti crescenti** con il **numero di garanzie sottoscritte**.

# MULTIPROTEZIONE PERSONE E PATRIMONIO UN PROCESSO DI PROPOSTA E VENDITA EFFICACE

## Check up dei bisogni assicurativi

Il Gestore/Consulente incontra il Cliente per **analizzare i rischi della sua azienda e comprenderne le esigenze assicurative**. Il colloquio è finalizzato ad **individuare le coperture assicurative** più adatte al singolo caso, tra quelle comprese nel prodotto.



## Abbinamento con prodotto bancario

Le **necessità di copertura** evidenziate dal Cliente in fase di colloquio vengono **matchate con i servizi bancari** di cui intende servirsi o dei quali è già in possesso, per favorire **abbinamenti virtuosi** tra questi e le garanzie assicurative.

Esempi:

- **Fido di conto corrente** → Conto protetto
- **POS** → Protezione incassi POS
- **Finanziamenti a mlt** → Morte e IP



## Soluzione su misura

A valle dell'**iter consulenziale**, la vendita si conclude con la **scelta della combinazione di garanzie ottimale** per il Cliente e della **modalità di pagamento** (premio unico annuo o frazionato). Il Cliente otterrà **sconti crescenti** con il **numero di garanzie sottoscritte**.



Il processo di vendita orientato al Cliente, unito alle caratteristiche del prodotto, ha generato **risultati soddisfacenti** in termini di **customer satisfaction** con percentuali di rinnovo dopo il 1° anno superiori all'85%

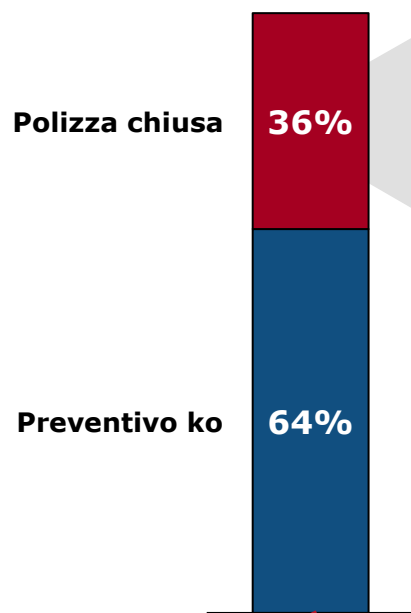
# ALCUNI KPI: IL TASSO DI TRASFORMAZIONE DEI PREVENTIVI E' ELEVATO, CON AMPIA PREVALENZA DELLA MULTIGARANZIA

## Sintesi

BPBari evidenzia **performance significative** rispetto alle medie di mercato sia sul **tasso di trasformazione** dei preventivi che sulla **sottoscrizione di multigaranzie**.

### Tasso di trasformazione dei preventivi

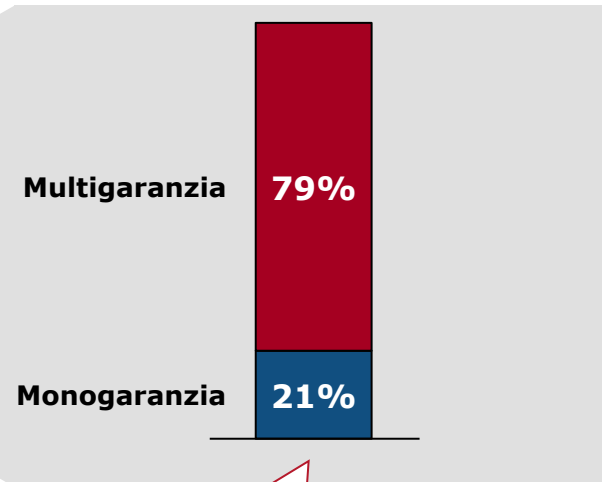
% su totale preventivi



**Tasso di trasformazione** dei preventivi **elevato rispetto alla media** di settore, pari al **21%**

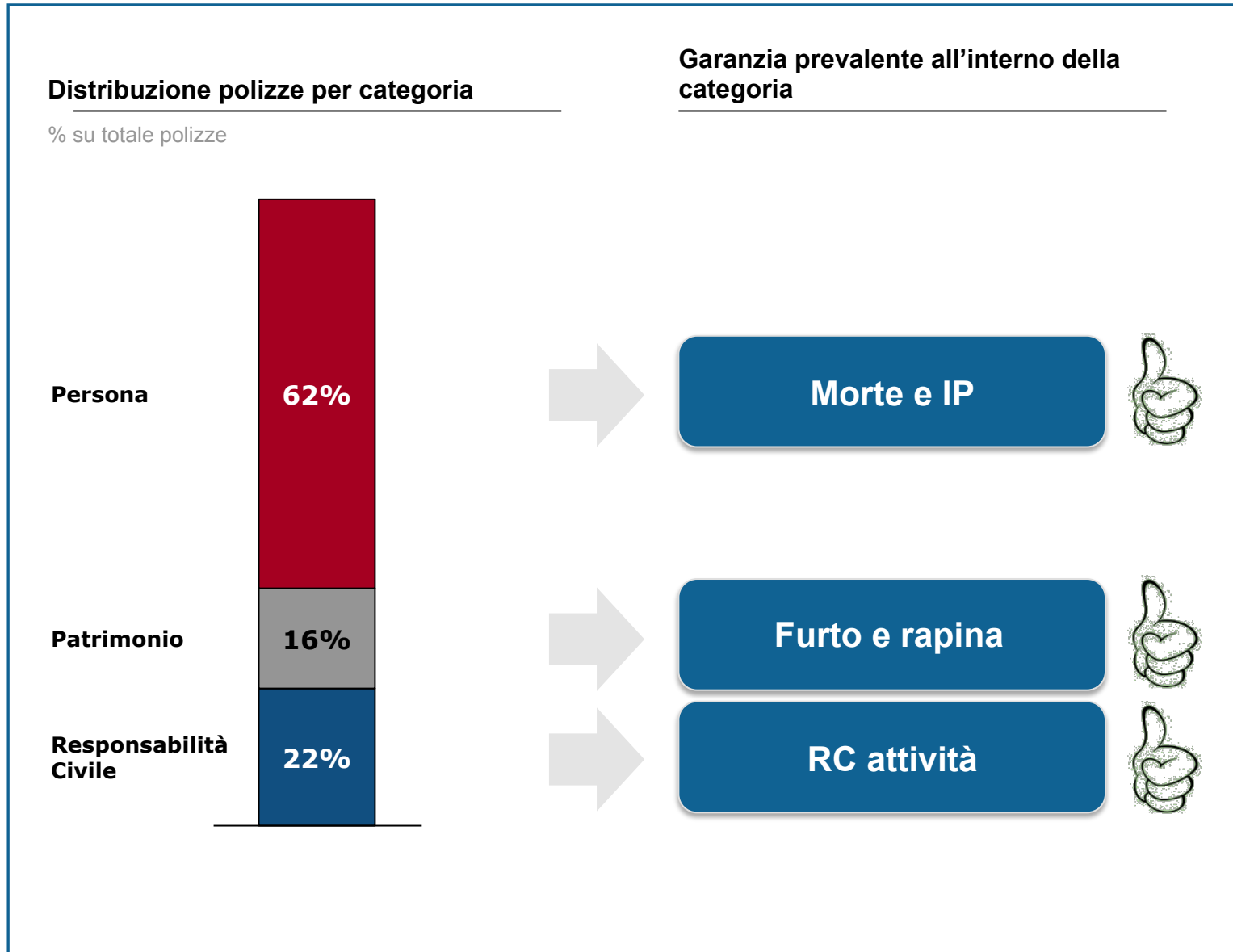
### Distribuzione polizze per tipologia

% su totale polizze



Le polizze sottoscritte comprendono in **maggioranza più garanzie**. Il **55% delle Aziende** sottoscrive **4 o più coperture**, rispetto ad una **media di mercato del 42%**.

# KPI: LE GARANZIE PIU' SOTTOSCRITTE SONO QUELLE LEGATE ALLA PERSONA (IMPRENDITORE ED ALTRI KEY MEN)



## AGENDA DEL DOCUMENTO

- ❑ Breve presentazione di BPB
- ❑ Il contesto di riferimento delle assicurazioni per le PMI
- ❑ Le opportunità di crescita della *Bancassurance*
- ❑ La *view* di BPBari – focus su offerta multirischio alle imprese

**❑ Le possibili sfide dei prossimi anni**

*Internet of things*



*Servizio “Anytime, Anywhere e Anyway”*



*Climate change e eventi catastrofici*



*Globalizzazione – Reti impresa*



*Welfare in azienda*





# GRAZIE PER L'ATTENZIONE

**Giuseppe FAVIA**  
**Funzione Marketing Strategico**  
**Responsabile Uff. Marketing e Prodotti Imprese**

BANCA POPOLARE DI BARI  
Via Cairoli, 7 70122 Bari  
Tel. +39 080 5274906  
mobile +39 345 2440608  
[g.favia@popolarebari.it](mailto:g.favia@popolarebari.it)  
[www.popolarebari.it](http://www.popolarebari.it)