

Crescere con profitto: chi non sfrutta il pricing spreca denaro

di Dieter Lauszus, Dirk Schmidt Gallas ed Enrico Trevisan

Il Problema: manca il profitto

Agli assicuratori manca la crescita dei profitti. Questo lo ha rilevato un recente studio del gruppo svizzero Credit Suisse First Boston sulla situazione dei più grandi assicuratori quotati in borsa a livello mondiale. Il quadro è da una prospettiva europea deludente: nessuno degli assicuratori del vecchio continente si colloca tra i primi venti della classifica internazionale della rendita d'impresa. La capitalizzazione di mercato delle imprese si dimostra altrettanto debole. La forza che minaccia questo settore è immensa: nel settore bancario l'ondata di consolidamenti è già partita. Non appena questa tendenza si diffonderà in Europa nel settore assicurativo l'indipendenza degli assicuratori sarà in pericolo. Proprio le multinazionali americane sono spesso più grandi e più forti. Quello di cui i gruppi europei hanno urgentemente bisogno sono ricavi più alti per poter accrescere il proprio valore.

E gli assicuratori hanno sempre più difficoltà ad ottenere appunto questo rialzo. Clienti informati e critici in misura crescente, la fuga di tanti offerenti verso il ribasso dei prezzi – come p. es. nel caso delle assicurazioni R.C. auto – e la situazione difficile sui mercati finanziari hanno lasciato le loro tracce nei bilanci e hanno svalutato notevolmente tutto il settore. L'indice Dow Jones per il settore assicurativo ha registrato in Europa una perdita di valore di più del 10% negli ultimi 5 anni. Questo quadro deprimente vale anche per i tanti assicuratori non quotati in borsa.

Nei tempi della globalizzazione e degli investimenti ad alta volatilità i criteri sono più severi, le conseguenze di un fallimento più veloci e drastiche. Se il rendimento non arriva, gli investitori ritirano i loro fondi. Le società quotate nel mercato dei capitali sentono questi effetti più rapidamente delle piccole imprese a capitale privato. La realtà dei fatti non cambia però fondamentalmente. I ricavi degli assicuratori devono crescere di nuovo!

Anche se l'ambiente di mercato è sfavorevole ci sono buone possibilità di ottenere risultati più che positivi in questa direzione. Il

rafforzamento della previdenza privata, lo sfruttamento delle potenzialità del cosiddetto "silver market" degli anziani, ma anche la rivalutazione del marketing della propria organizzazione rappresentano opportunità interessanti. Dalla battaglia per profitti più alti usciranno vincitori solo coloro che sapranno affrontare strategicamente queste sfide e trasformare una situazione di partenza problematica in un vantaggio competitivo.

La soluzione: sfruttare al massimo la redditività del pricing

Rendersene conto è tanto banale quanto fondamentale. I manager hanno solo tre possibilità per far crescere gli utili delle loro imprese: aumentare la quantità venduta, ridurre i costi oppure alzare i prezzi. Anche se questa triade non ha niente di sorprendente e può apparire come una breve introduzione alla prima lezione d'economia aziendale, non se ne dovrebbe sottovalutare la portata, soprattutto per i responsabili delle assicurazioni europee. Seppur ogni elemento della triade può contribuire in maniera decisiva alla crescita dei profitti, non ci sono dubbi che il prezzo abbia l'impatto maggiore sugli utili.

Il tema trattato in questo articolo è di suo interesse?

ASSINEWS

è la rivista che ogni mese la informerà su questo e tanti altri temi di tecnica, giurisprudenza ed attualità assicurativa.

SI ABBONI ORA!

➔ **via web sul sito www.assinews.it**

compilare il modulo alla pagina

<http://www.assinews.it/rivista/abbonamento.html>

➔ **via fax al numero 0434.20645**

compilare il seguente modulo - pagamento a ricevimento fattura



Abbonamento annuale alla rivista cartacea

Compagnie, Banche
150,00 euro

Agenti, Broker, altri
110,00 euro



Abbonamento annuale alla rivista + annualità 2005 su CD (volume unico)

Compagnie, Banche
180,00 euro

Agenti, Broker, altri
140,00 euro

Società/Nome

All'attenzione di

Via

CAP Città Prov.

Part. IVA/C.F.

Tel. Fax e-mail

PRIVACY Ai sensi dell'art. 13, D.Lgs. 30 giugno 2003, n.196 *codice in materia di protezione dei dati personali* i dati personali da Lei forniti saranno oggetto di trattamento nel rispetto delle disposizioni sopra richiamate. I dati verranno trattati per: esigenze amministrativo-contabili relative alla fornitura del servizio/prodotto da Lei acquistato; inviare materiale promozionale su prodotti e/o servizi analoghi di Assinform Srl; fini statistici. Il trattamento potrà effettuarsi con o senza l'ausilio di mezzi elettronici. Non è necessario richiedere il consenso al trattamento dei dati personali comuni inerenti gli obblighi contabili e fiscali in quanto imposto da obblighi di legge, mentre negli altri casi è facoltativo. Il rifiuto può tuttavia generare difficoltà ad onorare gli impegni. Le è riconosciuto l'esercizio dei diritti di cui all'art.7 legge n.196/03, in particolare può richiedere in ogni momento la conferma dell'esistenza o meno di dati personali che La riguardano e può chiederne la rettifica o l'immediata cancellazione. Può inoltre opporsi al trattamento, in tutto o in parte rispetto agli scopi sopra citati. Titolare e responsabile del trattamento dei dati è Assinform Srl. Per ogni comunicazione Lei può contattare Assinform Srl: via posta: Assinform Srl, Viale Dante, 12 33170 Pordenone; via fax: 0434.20645; via mail: info@assinews.it

Assinform Srl - Viale Dante, 12 - 33170 Pordenone - Tel 0434.26136 - fax 0434.20645 - info@assinews.it