

# Il canale diretto in Europa

*Un'analisi dell'ufficio studi delle Generali descrive il ruolo di questa modalità distributiva e organizzativa nelle strategie di multicanalità dei principali attori del settore assicurativo*

*di Roberto Cannata*

A distanza di alcuni anni dalla nascita e dalla diffusione del canale diretto in Europa, è parso opportuno fare un giro d'orizzonte sui risultati e sullo stadio di sviluppo di questa modalità distributiva e organizzativa, entrata ormai a far parte a pieno titolo dello scenario assicurativo e finanziario.

In quest'ottica, nello scorso mese di ottobre è stata pubblicata, a cura dell'Ufficio Studi delle Assicurazioni Generali, una ricerca della collana "Analisi e mercati" (disponibile nella sezione dedicata agli studi di mercato del sito [www.generali.com](http://www.generali.com)) volta a fornire un quadro descrittivo delle tendenze in atto nella distribuzione di prodotti assicurativi tramite canali diretti.

Per l'analisi sono stati presi in considerazione i principali mercati europei: Regno Unito, Francia, Germania, Italia e Spagna (circa l'80% dell'intera raccolta Ue).

Nel Regno Unito il canale rappresenta la principale modalità distributiva dei prodotti auto, con dinamiche di un certo interesse anche nel comparto non auto. Negli altri paesi gli operatori appaiono ancora focalizzati sul prodotto auto, con risultati significativi in termini di penetrazione sul mercato soprattutto in Spagna. Solo in Germania il canale diretto ha raggiunto una presenza significativa nei rami vita, focalizzata sui prodotti di rischio.

Sul piano economico, dopo un processo di concentrazione, il canale fornisce utili, pur presentando una redditività leggermente inferiore alle medie di mercato in Germania e in Italia.

Tale fenomeno potrebbe essere attribuibile alle dimensioni ri-

dotte delle imprese e alla situazione particolarmente pesante di alcune società. Non mancano invece esempi virtuosi come Genertel, che evidenzia indicatori tecnici complessivamente migliori delle altre compagnie della medesima fascia dimensionale. In Francia il canale stenta ancora a trovare un proprio equilibrio, mentre nel Regno Unito, in Spagna e in Germania (nel vita) presenta una redditività leggermente superiore alle medie settoriali.

Nel 2003, nei rami danni dei paesi considerati, il canale diretto ha raccolto 17,8 miliardi di euro, di cui ben 14,1 realizzati nel Regno Unito. Sul complesso dei mercati la quota è stata del 7,3%, sostanzialmente sui

**Principali indici tecnici 2003 – rami auto**

Paese	Loss ratio		Expense ratio		Combined ratio	
	Canali diretti	Totale mercato	Canali diretti	Totale mercato	Canali diretti	Totale mercato
Francia	90,2%	79,9%	22,8%	18,9%	113,0%	98,8%
Regno Unito*	74,2%	67,0%	16,3%	30,3%	90,5%	97,3%
Italia	88,7%	75,7%	16,8%	18,3%	105,5%	94,0%
Spagna	77,5%	75,9%	15,0%	17,6%	92,5%	93,5%
Germania	88,4%	75,6%	16,8%	20,0%	105,2%	95,6%

Fonte: Ffsa, Abi, Ania, Icea, BaFin

(\*) Rami danni – per il canale diretto risultato gruppo Rbs

**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](http://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](mailto:info@assinews.it)

**Assinform Srl - Viale Dante, 12 - 33170 Pordenone - Tel 0434.26136 - fax 0434.20645 - [info@assinews.it](mailto:info@assinews.it)**