

PRIMO PIANO

Pensioni, una 14esima in più

Saranno un milione e 430 mila in più, rispetto a un anno fa, i pensionati italiani che percepiranno la quattordicesima a luglio. Saliranno quindi a tre milioni e 570 mila, dai due milioni e 140 mila del 2016, le persone che potranno beneficiare di un ampliamento di questo strumento.

Lo ha reso noto l'Inps che ha spiegato che, per effetto delle ultime norme introdotte dalla legge di bilancio, la nuova quattordicesima prevedrà una spesa complessiva di 1,7 miliardi di euro rispetto ai 854,7 milioni dello scorso anno.

Il Governo, sempre attraverso la legge di bilancio, ha aumentato l'importo della quattordicesima per i pensionati beneficiari di un assegno pari o inferiore a 1,5 volte il trattamento minimo, e l'estensione del beneficio ai pensionati con una pensione compresa fra 1,5 e due volte il trattamento minimo.

L'Inps ha inoltre ricordato che la quattordicesima è corrisposta ai pensionati con almeno 64 anni e con un reddito complessivo individuale fino a un massimo di due volte il trattamento minimo annuo del Fondo pensioni lavoratori dipendenti.

L'istituto guidato da Tito Boeri erogherà ai nuovi aventi diritto l'assegno della quattordicesima nella rata di luglio.

F.A.

RICERCHE

Veicoli autonomi, in ballo oltre 80 miliardi di premi

In meno di dieci anni, le compagnie potranno ottenere grandi ricavi dalle nuove polizze dedicate alle auto che si guidano da sole: ma dovranno muoversi subito, perché sul lungo periodo le perdite potrebbero farsi consistenti

La rapida diffusione dei veicoli autonomi (lo **Stevens Institute of Technology** prevede che entro il 2035 ci saranno 23 milioni di auto che potranno fare a meno del guidatore sulle autostrade statunitensi) presenta per l'industria assicurativa, come sappiamo, grandi sfide ma anche importanti opportunità a breve e medio termine. **Accenture**, in una recente ricerca dal titolo *Insuring autonomous vehicles: an \$81 billion opportunity between now and 2025*, stima che il passaggio ai veicoli autonomi genererà almeno 81 miliardi di dollari di nuovi proventi assicurativi negli Stati Uniti tra il 2020 e il 2025.

Secondo la società di consulenza, non sarà facile sfruttare questa opportunità, ma gli assicuratori che agiscono ora avranno un importante vantaggio in quanto *first mover* non solo nei confronti degli altri player del mercato assicurativo, ma anche verso i nuovi operatori, come le case automobilistiche e le aziende che offrono prodotti e servizi via internet.

CALO DEI SINISTRI E DEI PREMI

Con la maggior parte dei veicoli autonomi che sarà probabilmente posseduta dai produttori stessi e dai player fornitori di servizi, come le *sharing company*, il numero di polizze individuali diminuirà, con conseguente calo significativo dei ricavi generati. E poiché i veicoli autonomi saranno notevolmente più sicuri di quelli guidati dall'uomo, il numero dei sinistri calerà drasticamente, portando i premi al lumicino: le spese inferiori per i sinistri, tuttavia, non compenseranno i mancati ricavi delle polizze. Entro il 2035, secondo una stima conservativa, la riduzione dei ricavi potrebbe essere pari a 25 miliardi di dollari, ovvero il 12,5% del totale del mercato.

In che modo, allora, questo quadro potrà creare ricchezza per gli assicuratori tradizionali? I modelli progettati da Accenture, in collaborazione con lo Stevens Institute, indicano che tali riduzioni saranno compensate da nuove linee di prodotti assicurativi incentrate su veicoli autonomi.

(continua a pag. 2)



INSURANCE REVIEW su FACEBOOK

Seguici sulla pagina cliccando qui

(continua a pag. 2)

Questi nuovi ricavi potrebbero rientrare nell'ordine di 15 miliardi di dollari l'anno entro il 2025, e di ben 23 miliardi di dollari nel 2035. Secondo Accenture, i guadagni che potranno essere realizzati da oggi fino al 2025, più di 80 miliardi, potranno essere insidiati dalle perdite accumulate solo a partire dal 2050. Per gli assicuratori, le grandi opportunità si presenteranno soprattutto nel prossimo decennio, e quindi è necessario che questo potenziale sia realizzato attraverso azioni rapide.

IL MODELLO È LA SICUREZZA INFORMATICA STATUNITENSE

Sono tre le principali aree in cui la rivoluzione dei veicoli autonomi presenterà le migliori opportunità agli assicuratori: la prima è la sicurezza informatica, la seconda è la *product liability* per i sensori e gli algoritmi che serviranno a far muovere correttamente le auto sulla strada, e la terza è l'assicurazione contro i problemi dell'infrastruttura.

Entro il 2025, dal settore *cyber* potrebbero arrivare circa 12 miliardi l'anno. Le opportunità per gli assicuratori includono la protezione contro il furto e l'ingresso non autorizzato nel veicolo, ma soprattutto polizze che contrastino i *ransomware* in grado di prendere in ostaggio le auto fino al pagamento di un riscatto.

Le compagnie sono chiamate a pensare anche a nuovi prodotti contro il rischio terrorismo, contro il furto d'identità, la violazione della privacy e l'uso improprio d'informazioni personali. I modelli da prendere come riferimento, consigliano Accenture e lo Stevens Institute, dovranno essere quelli della sicurezza informatica nel settore dell'*information technology* statunitense.



NUOVI PAGATORI PER NUOVI SERVIZI

Dalla responsabilità prodotti, le compagnie potranno invece generare ricavi per 2,5 miliardi. Gli assicuratori dovranno fornire polizze per coprire la responsabilità professionale dei costruttori: risarciranno dalla perdita di connessione a internet; di un potenziale collasso dei software, inclusi bug, *overflow* di memoria, difetti negli algoritmi ed errori hardware, come l'insufficienza del circuito e la perdita di visione della fotocamera. La copertura della responsabilità sarà necessaria non solo per i costruttori, ma anche per i fornitori.

Infine, per gli assicuratori che si occuperanno delle infrastrutture potranno arrivare 500 milioni di premi, considerato il mercato più piccolo e ad alta specializzazione. I costruttori e i fornitori di servizi per le auto autonome dovranno assumersi la responsabilità delle infrastrutture utilizzate per controllare i movimenti del veicolo e il flusso del traffico. Ciò includerà i sistemi di *server cloud*, i sensori esterni e i problemi di comunicazione originati a livello di sistema.

Dato che i veicoli autonomi spostano l'attenzione del settore dalla responsabilità personale alla responsabilità commerciale e di prodotto, i maggiori pagatori dei nuovi premi diventeranno le case automobilistiche, i giganti tecnologici e i governi. Per le compagnie ci potranno essere altre opportunità di ricavi relative alla gestione del rischio connesso a nuovi prodotti e servizi, indirettamente legato ai veicoli autonomi.

Fabrizio Aurilia

NEWS DA WWW.INSURANCETRADE.IT

Tutela legale e risk management per gli autonomi

Con la pubblicazione in Gazzetta Ufficiale, entra oggi in vigore il *jobs act* degli autonomi. Oltre 4,5 milioni le persone che saranno investite da importanti novità in materia di tutele assicurative e previdenziali. E proprio per supportare la categoria nasce **Area Professionisti**, associazione senza scopo di lucro che punta ad offrire tutela e consulenza ai lavoratori autonomi. **Aec Wholesale Group** vestirà il ruolo di partner assicurativo, offrendo soluzioni complessive per i liberi professionisti.

Obiettivo della nuova realtà è costruire un percorso che consenta agli autonomi di cogliere tutte le opportunità offerte dalla nuova normativa. La gamma di servizi include supporto giuridico, difesa legale, consulenza per attività stragiudiziali e risk management. Soluzioni che, nelle parole di **Giulia Sacchi**, presidente dell'associazione, potranno "fornire a tutti i professionisti ed i lavoratori autonomi, concrete soluzioni per la gestione quotidiana di problematiche legali, di gestione amministrativa e soluzioni assicurative indispensabili per la tutela dei lavoratori autonomi".

Come il digital cambia il lavoro

Anche una realtà industriale tradizionale come Prysmian guarda con interesse alla rivoluzione digitale. L'azienda ha recentemente sviluppato politiche di organizzazione del lavoro all'avanguardia, finalizzate a migliorare le performance e il benessere dei dipendenti, in una modalità che si inserisce senza scosse nei sistemi di valutazione del rischio



Il digitale esiste da molto tempo, mentre la *digital transformation* è una definizione relativamente recente, sviluppatasi nell'ultimo decennio. Il concetto scientifico di digitale, associato all'utilizzo dei codici binari, ha dato vita alle prime tecnologie (in contrapposizione all'analogico) nel corso degli anni Quaranta, e tutti noi ne abbiamo fatto ampio uso nei decenni, ad esempio nella fotografia o nella fruizione di musica e video.

La vera rivoluzione digitale ha avuto inizio nell'ultima decade, quando hanno cominciato a trovare impiego in modo diffuso le opportunità offerte dalla convergenza degli elementi mobile, cloud, data e social. Si è realizzato, cioè quello che **Gartner** nel 2013 ha definito *Nexus of forces* e che ha dato origine all'epicentro digitale. Queste quattro forze, che prima evolvevano in modo indipendente tra loro, collaborando hanno determinato la trasformazione digitale della realtà fisica, unendo la sfera comportamentale dell'utente, la modalità di delivery delle informazioni, il contesto tecnologico e la modalità di accesso a contenuti e funzionalità. Si è creato un nuovo ecosistema dalle enormi potenzialità, che rappresenta oggi la vera sfida per le aziende, ovvero la possibilità (e sempre più anche la necessità) di trasformare il proprio business tradizionale in un business, almeno parzialmente, digitale, e di cambiare i propri modelli organizzativi per renderli compatibili con le performance realizzabili con i nuovi sistemi tecnologici.

Il rischio che corrono oggi le aziende tradizionali è quello di vedersi sottrarre quote sempre più rilevanti di mercato da prodotti o servizi innovativi, sviluppati in poco tempo da imprese recentissime, nate e sviluppate solo su base digital, che propongono modelli di business agili che superano i limiti dei canali tradizionali.

Il servizio digitale come valore aggiunto

I primi passi verso una trasformazione digitale dell'impresa possono essere compiuti in due ambiti, per definizione immateriali, come l'organizzazione aziendale e i servizi al cliente. Partire da questi aspetti consente di accorciare le tappe della trasformazione: da un lato creando un ambiente culturalmente formato all'uso degli strumenti digitali e con un rinnovato approccio mentale; dall'altro ovviando ai tempi lunghi necessari alla costruzione di una gamma di prodotti basati sulle nuove tecnologie.

Con il termine *servitisation* si intende l'evoluzione delle aziende di prodotto verso logiche di servizio: non si tratta di un concetto nuovo, anzi, rientra da tempo nelle forme di diversificazione del business tradizionale. Ma oggi la componente digital agisce da abilitatore e da acceleratore, rendendo possibile la creazione di servizi a valore aggiunto realmente distintivi e in grado di offrire un vantaggio competitivo notevole.

Anche **Prysmian** ha deciso di affrontare la sfida della rivoluzione digitale, pur potendo contare su una posizione ampiamente consolidata sul mercato, e lo ha fatto seguendo proprio la strada del servizio al cliente e della trasformazione digitale dell'ambiente di lavoro. Già da alcuni anni stiamo lavorando a tecnologie che trasformino il cavo conduttore in elemento attivo della rete di energia elettrica. Un esempio è la tecnologia *Prycam* per l'analisi predittiva della manutenzione e della gestione degli apparati di trasmissione dell'energia elettrica: un'innovazione che ha anticipato tempi e soluzioni tecniche, ma che ha avuto necessità di essere gradatamente introdotta in un settore fortemente regolamentato. Si parla però di primi passi verso quello che potrà essere il sistema di cablaggio delle future *smart city*.

Più risultati se il lavoratore sta bene

Più di recente, Prysmian è stata protagonista di un progetto di *smart working* che ha visto nella componente digitale un elemento fondativo differenziante: non solo il fine, ma soprattutto il mezzo per cambiare l'organizzazione del lavoro dell'azienda e renderla più sostenibile, in linea con i nostri principi di *social responsibility*. Il sistema di *smart working* che abbiamo deciso di adottare è prima di tutto concettualmente digitale, cioè privo delle strutture e delle sovrastrutture che storicamente caratterizzano il comparto industriale di cui Prysmian fa parte. Al progetto hanno lavorato in stretta collaborazione diverse funzioni aziendali (Hr, Operation, IT), che si sono poste l'obiettivo di portare al centro la persona, ripensando per intero l'*employee work experience*, rispettando i principi ispiratori di cross-funzionalità, condivisione, sostenibilità, benessere sul luogo di lavoro, awareness e performan-



ce. L'idealità si è tradotta in un progetto smart, basato sulla realizzazione di grandi open space (che accolgono tutti, a partire dal ceo) pensati come i luoghi della produttività, e serviti da un centinaio di sale riunioni, intese come luoghi della collaborazione. Tutte le postazioni di lavoro sono dotate di strumentazione tecnologica ed ergonomica all'avanguardia e, in ottemperanza alla modalità di un'azienda paperless, ogni collaboratore è fornito di notebook e di smartphone, per i quali è stata resa possibile anche la soluzione *byod* (bring your own device). Sostenibilità e wellness sono raggiunte anche grazie all'adozione di particolari politiche sugli orari di lavoro e sul trasferimento casa-ufficio. Questo progetto ha accelerato la trasformazione dell'azienda verso il digitale, stimolando lo sviluppo di una cultura e di processi virtualizzati.

Quali i rischi di una conversione digitale dell'azienda? L'innovazione è una componente dei rischi strategici, e rientra nel processo di analisi del sistema di *Erm* adottato. I rischi specifici di natura digitale sono quelli legati all'infrastruttura dei sistemi e alla progressiva automazione e integrazione di tali sistemi tra loro: un tema che non è di per sé nuovo ma che richiede un adeguamento delle policy di sicurezza. Interessanti saranno i risultati attesi dall'adozione del sistema di smart working anche in termini di rischio, ovvero quanto può derivare da un ambiente di lavoro positivo e costruttivo, non conflittuale, inclusa una mitigazione dei rischi di compliance e di security.

Stefano Brandinali, group cio di Prysmian
Alessandro De Felice, chief risk officer di Prysmian

INTERMEDIARI

Generali Italia-Gagi, accordo sulla contitolarità dei dati dei clienti

Il protocollo prevede la firma di un unico documento per la privacy. Il gruppo agenti definisce il patto "importante e storico"

"Il gruppo agenti Generali Italia ha ottenuto dalla compagnia la contitolarità dei dati personali dei clienti". Questo il pezzo forte dell'accordo siglato ieri dagli intermediari guidati da **Vincenzo Cirasola** e dalla compagnia italiana del Leone di Trieste, secondo quanto scrive lo stesso gruppo agenti in un comunicato. Per l'impresa erano presenti l'ad **Marco Sesana**, il capo del marketing e della distribuzione **Stefano Gentili**, e la general counsel **Cristina Rustignoli**.

Il protocollo, definito "importante e storico", prevede che gli agenti di Generali Italia potranno "in caso di risoluzione del mandato agenziale, ricontattare i propri clienti e informarli del passaggio ad altra compagnia". Il cliente sottoscriverà un unico documento di *privacy* valido sia per l'agenzia sia per la compagnia; in questo modo le agenzie eviteranno di raccogliere una *privacy* a parte. "Tale aspetto - continua il comunicato - premia l'agente che come libero imprenditore baserà il suo successo proprio sulla consulenza che è in grado di esercitare e sul rapporto fiduciario che ha instaurato con il cliente".

Per quanto riguarda i nuovi clienti acquisiti on line dalla compagnia, questi "saranno assegnati agli agenti scelti dai clienti stessi". Anche se non è specificato in che modo avverrà questa scelta, il comunicato sottolinea che "qualsiasi cliente prospect sarà assegnato a un agente e pagato all'agente con provvigione piena".

Il terzo e ultimo punto dell'accordo riguarda l'indennità integrativa di fine mandato: a ogni agente, in caso di pensionamento, premiorienza (ai suoi eredi) o invalidità, sarà corrisposta una quota per ogni nuova anagrafica inserita del sistema. L'ammontare di questo compenso integrativo "sarà definito in uno specifico accordo a latere". Per un approfondimento, clicca qui.



Cirasola, Sesana, Gentili e Rustignoli.

Fabrizio Aurilia

Insurance Daily

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio alaggio@insuranceconnect.it

Editore e Redazione: Insurance Connect Srl - Via Montepulciano 21 - 20124 Milano

T: 02.36768000 **E-mail:** redazione@insuranceconnect.it

Per inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.it