

## PRIMO PIANO

### Guadagnare gestendo i rischi

Le aziende che hanno una gestione integrata del rischio sono anche quelle che ottengono profitti maggiori. Come osservato lo scorso anno, anche nel 2017 è questa la dinamica principale emersa dall'Osservatorio sulla diffusione del risk management tra le Pmi italiane. La ricerca, frutto di una collaborazione tra Cineas e l'area studi di Mediobanca, e giunta quest'anno alla quinta edizione, è stata presentata ieri a Milano. Secondo lo studio, le aziende che hanno adottato strategie di risk management hanno registrato una crescita del Roi del 38% superiore rispetto a quelle che non posseggono pratiche di gestione integrata in tal senso.

I rischi più temuti e presidiati si confermano quelli che derivano dagli obblighi di legge (la sicurezza sul lavoro al primo posto), con un aumento della rilevanza per il rischio cyber (etichetta che include sia l'attacco informatico che il mantenimento dell'integrità dei dati aziendali), che era al terzo posto nel 2016 e all'ottavo nel 2015, e del rischio reputazionale (che solo nel 2015 non rientrava tra i primi 10 rischi per le imprese).

Su Insurance Daily di domani sarà pubblicato un ampio resoconto sui dati contenuti nel rapporto e sui tanti temi emersi nel corso del dibattito che ha accompagnato la presentazione.

**Beniamino Musto**

## MERCATO

### Insurance 2020, le nuove sfide della contemporaneità

**In un convegno organizzato da Insurance Connect e Willis Towers Watson, svoltosi ieri a Milano, il settore assicurativo si è confrontato sulle strategie di successo in un contesto di mercato caratterizzato da rendimenti ai minimi e rischio volatilità**

Nel tempo della contemporaneità, il 2020 è dietro l'angolo. Nella nuova normalità dei mercati mondiali, la ricerca di performance e di rendimenti appetibili si scontra con la volatilità, un rischio sempre sotteso che pone sfide inedite alle compagnie di assicurazione, soprattutto nel ramo vita.

Per parlare di strategie innovative nella gestione del business, del capitale e degli investimenti, **Insurance Connect**, editore di questo quotidiano, e **Willis Towers Watson**, hanno organizzato ieri a Milano un convegno dal titolo *Insurance 2020*.

Durante la giornata di dibattiti e interventi, moderati da **Maria Rosa Alaggio**, direttore delle testate di Insurance Connect, il settore assicurativo si è confrontato con gli obblighi, le sfide e anche le opportunità, per esaltare la centralità del cliente accanto alle competenze d'impresa.

#### ANIA, IL TEMPO È LA CHIAVE

In apertura del convegno, a introdurre così tutti i temi di discussione, Maria Rosa Alaggio ha intervistato la presidente dell'Ania, **Maria Bianca Farina**, in collegamento dalla sede dell'associazione a Roma. La numero uno dell'associazione ha parlato del ruolo del settore assicurativo, "oggi più che mai punto di riferimento per le famiglie e l'economia del Paese", riconoscendo però che sul mercato danni occorre fare di più. "È necessario - ha spiegato - che il sistema e i consumatori comprendano che la spesa mutualizzata è più efficiente: bisogna sensibilizzare il legislatore perché il mix pubblico/privato è oggi ineludibile".

Il fattore tempo, secondo Farina, è ormai la chiave per intercettare e guidare i cambiamenti, perché il settore deve dare risposte concrete in tempi molto più rapidi rispetto al passato. Le compagnie devono impegnarsi negli investimenti e adeguare i modelli di servizio, in termini di offerta e comunicazione: "ma tutto questo - ha precisato - deve essere accompagnato da riforme strutturali che non sono più dilazionabili". *(continua a pag. 2)*



**INSURANCE REVIEW su FACEBOOK**

Seguici sulla pagina cliccando qui

(continua da pag. 1)

Nel ramo vita, la sfida più grande sono i tassi d'interesse che mettono sotto pressione i prodotti tradizionali di ramo I. "Abbiamo lavorato tanto – ha precisato Farina – perché si cambiasse il modo di ridefinire le garanzie e il modo di misurare i rendimenti: per quello che sappiamo, entro fine mese, l'lvass dovrebbe uscire in pubblica consultazione con provvedimenti che mirano proprio a questi obiettivi".

## MERCATO VITA: LO SPARTIACQUE DI SOLVENCY II

Proprio di mercato vita ed evoluzione dell'offerta hanno discusso nella prima tavola rotonda della giornata **Carlo Ferraresi**, direttore generale di **Cattolica Assicurazioni**; **Roberto Manzato**, chief insurance officer di **Poste Vita**; **Maria Luisa Gota**, ceo e general manager di **Fideuram Vita**; e **Federica Pizzaballa**, responsabile vita, insurance consulting and technology di **Willis Towers Watson in Italia**.

In un mercato *paradossalmente e stabilmente volatile*, i tassi bassi sono la nuova normalità e il rischio di nuove bolle è concreto. Per le compagnie *Solvency II* è stato lo spartiacque: l'assorbimento di capitale sarà sempre più importante per i prodotti vita. Occorre, concordano i relatori, tornare a investire su attività come il *real estate*, recuperando ciò che le compagnie facevano 50 anni fa.

Per quanto riguarda l'offerta, l'innovazione tecnologica è la grande opportunità per gestire a tutto tondo la centralità del cliente. Le nuove strategie delle compagnie devono puntare sull'innovazione: dall'assunzione alla gestione, ecco perché è cruciale inserire nuove competenze e attrarre talenti.

L'intervento di **Alessandra Gambini**, responsabile insurance consulting and technology di **Willis Towers Watson in Italia**, si è innestato proprio su queste considerazioni, ampliando i temi della *customer centricity*, con l'obiettivo della creazione di valore. La chiave, anche per questo aspetto, è la flessibilità dell'organizzazione, essenziale oggi più che mai.

## CAPITAL MANAGEMENT AL CENTRO

Nella seconda parte della mattinata, gli interventi hanno virato decisamente verso il tema centrale per la gestione del business nell'ottica della sostenibilità aziendale: cioè il *capital management*.

**Alkis Tsimaratos**, managing director, head of Emea W/S di **Willis Re**, ha introdotto la tavola rotonda sul tema con un contributo di visione ma anche molto concreto, fornendo esempi pratici di metodi innovativi per la gestione del capitale. Il capital management non è più solo un "insieme di numeri", ma è anche un modo per investire in tecnologia e innovazione: il business non deve in alcun modo passare in secondo piano rispetto alle esigenze di solvibilità dell'impresa.

Seduti attorno al tavolo, insieme a **Maria Rosa Alaggio**, hanno continuato il confronto **Marco Vesentini**, responsabile capital management del gruppo **Unipol**; **Francesca Mondanelli**, head of Erm di **Generali Italia**; e **Paola del Curatolo**, chief financial officer di **Cardif Vita**. Al centro delle preoccupazioni dei manager restano le metriche di Solvency II, da un lato, e le nuove possibilità di sfruttare strumenti come la riassicurazione, dall'altro. La nuova normativa doveva privilegiare la sostanza sopra la forma, ma per ora non è stato così: l'augurio è che tra qualche anno le potenzialità della regolamentazione si esprimano più compiutamente.

## FIDUCIA E SOLIDITÀ, LE CERTEZZE DELL'ASSICURATORE

Prima della tavola rotonda finale, incentrata sul settore danni, ci sono stati due focus curati da **Willis Towers Watson**: il primo ha riguardato la misurazione della performance e gli incentivi al top management, tenuto da **Federica Pizzaballa** e da **Enor Signorotto**, senior advisor executive compensation, e il secondo sulle nuove frontiere del *pricing*, in cui **Francesco Daboni**, responsabile danni, insurance consulting and technology, ha parlato delle strategie e delle *best practice* per affinare le tariffe grazie all'utilizzo delle nuove tecnologie.

Pizzaballa e Signorotto si sono concentrati sulle nuove policy per l'incentivazione adottate dalle grandi compagnie globali (performance di business, business plan, collegamento tra rischi e remunerazione) e sull'impatto delle nuove normative, in primis quella dell'*Ifrs 17*, e in seconda battuta dello schema di regolamento di *lvass*, in pubblica consultazione fino al 17 ottobre.

**Willis Towers Watson** ha partecipato anche all'ultimo dibattito, con **Alessandro Santoni**, p&c sales and practice leader continental Europe and Ireland, insieme a **Camillo Candia**, country ceo di **Zurich Italia**, e **Luca Filippone**, direttore generale di **Reale Mutua**. Alla base di tutto c'è ancora la tecnologia, vista non come un processo lineare ma esponenziale. Tuttavia, il cambiamento sarà guidato anche dal mutare della natura del rischio e dal cliente che ha bisogno di servizi e prezzi personalizzati. Per questo occorre ridurre il *time-to-market*: passare dal modello analitico alla commercializzazione quasi in tempo reale.

In tutto questo, cosa resta del mestiere tradizionale dell'assicuratore? Le compagnie sono convinte che nuovi rischi si sostituiranno a quelli tradizionali aprendo la strada a nuove possibilità. I punti fermi restano la fiducia e la solidità che il settore deve saper esprimere costantemente, anche quando (e se) arriveranno nel comparto dei rischi i colossi di internet.



Un momento della prima tavola rotonda

Tutti i video della giornata saranno on line nei prossimi giorni sul nostro sito, [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it).  
Un ampio resoconto del convegno sarà pubblicato su *Insurance Review* di novembre.

Fabrizio Aurilia

## PRODOTTI

## Proteggere il credito dei professionisti

**Area Professionisti, in collaborazione con Coface e Aec, presenta ParcellaSicura, una soluzione pensata per tutelare il reddito della categoria**

Una copertura contro il rischio di insolvenze o ritardi nei pagamenti dei professionisti. È *ParcellaSicura*, ultimo prodotto presentato dall'associazione **Area Professionisti**. Soggetta all'integrale deducibilità fiscale prevista dall'art. 9 del cosiddetto *Jobs act degli autonomi*, la soluzione è realizzata in collaborazione con **Coface** e rientra nel pacchetto di coperture che l'associazione ha confezionato insieme a **Aec Wholesale Group** e altre imprese del settore: una soluzione di difesa legale in collaborazione con **Das**, Rc professionale e polizza infortuni in partnership con alcuni sottoscrittori dei **Lloyd's**, e, appunto, la neonata *ParcellaSicura*.

“Siamo particolarmente orgogliosi di questa partnership con Area Professionisti e Aec Wholesale Group, grazie ai quali siamo riusciti a realizzare questa innovativa e unica soluzione assicurativa sul mercato”, ha commentato **Ernesto De Martinis**, ceo di Coface in Italia.

Tramite una piattaforma informatica automatizzata, gli associati potranno richiedere un fido per il singolo committente, mettere in copertura le parcelle di volta in volta emesse, recedere dalla stessa quando vengono liquidate, gestire le dilazioni, denunciare le insolvenze e seguire l'iter documentale per il rimborso assicurativo. Il tutto, come spiega l'architetto **Giulia Sacchi**, presidente dell'associazione, avverrà con l'ausilio di “un sistema di geolocalizzazione sull'intero territorio nazionale che permetterà, agli associati che lo richiedono, di essere supportati da una rete di intermediari assicurativi professionali debitamente formati sul progetto”.

G.C.

## RICERCHE

## Italia pronta al Gdpr

**Secondo Kaspersky Lab, i professionisti italiani dell'IT si rivelano fra i più preparati d'Europa: indietro, a sorpresa, si piazza il Belgio**

Per noi italiani, ormai assuefatti al mantra “davanti alla sola Grecia” delle classifiche europee, l'ultima ricerca di **Kaspersky Lab** costituisce senz'altro una gradita sorpresa. La nota società di informatica ha infatti realizzato un'indagine su come le aziende del Continente si stiano preparando all'entrata in vigore del *Gdpr*, il nuovo regolamento comunitario sul trattamento dei dati personali. E l'Italia, come già accennato, si rivela uno dei Paesi più preparati sull'argomento.

Secondo l'indagine, il livello di consapevolezza risulta elevato lungo tutto lo Stivale: il 46% dei professionisti IT ha infatti dichiarato di avere una conoscenza completa della materia. Meglio ancora se si considera la preparazione delle aziende al recepimento della normativa: con l'85% delle imprese che hanno avviato lavori di adeguamento, l'Italia si impone al vertice della classifica, davanti Germania (84%), Spagna (84%), Francia (82%) e Regno Unito (82%).

Le sorprese, insomma, non mancano. In termini di consapevolezza, per esempio, al vertice della classifica si impone il Regno Unito, caso paradossale per un Paese che ha stabilito di abbandonare (anche se non si sa bene come e quando) l'Unione Europea: la terra della Brexit vanta un ragguardevole 49%, a breve distanza dalla seconda classificata Francia (47%) e da Germania e Italia, entrambe al terzo posto con il 46%.

Sconcerto suscita anche la coda della classifica. Davanti al solo fanalino di coda Norvegia, si ferma infatti il Belgio, ossia il Paese delle istituzioni comunitarie e, pertanto, terra d'elezione per la stesura del regolamento europeo: un terzo degli intervistati (32%) dichiara di averne sentito solo parlare, il 16% non ne sa praticamente niente. Il 29% dei professionisti IT belgi crede che la propria azienda non riuscirà ad adeguare il proprio *business model* prima dell'entrata in vigore della norma. Addirittura, il 33% dei *decision maker* del Belgio ammette candidamente di non essere sicuro che i responsabili nella gestione dei dati personali siano consapevoli del cambiamento normativo in corso: peggio di loro fanno soltanto i professionisti della già citata Norvegia (Paese che, pur non essendo nell'Ue, adotterà il Gdpr), dove il dato si ferma a un preoccupante 46%.

Più in generale, la classifica rivela come, a parte alcune eccezioni, la strada per l'adozione del regolamento risulti ancora lunga: il 19% dei professionisti It non è sicuro che la propria azienda abbia avviato il processo di adeguamento al regolamento. Eppure, il tempo stringe: la nuova normativa entrerà in vigore il 25 maggio 2018. In pratica, fra poco più di otto mesi. E le tante aziende che non si stanno preparando, ignorando di fatto un traguardo che comunque arriverà, stanno rischiando pesanti penali e danni alla propria reputazione: oltre che, chiaramente, serie minacce per se stesse e per i clienti. “La scadenza è la stessa per ogni azienda, a prescindere dalle dimensioni, dal settore o dalla posizione”, ha osservato **Morten Lehn**, general manager in Italia di Kaspersky Lab. “È quindi necessario – ha aggiunto – intraprendere le dovute azioni per adeguarsi alle nuove pratiche di trattamento dati prima che il Gdpr diventi un problema, piuttosto che una pratica salutare per i dati dell'azienda”.

G.C.

**Insurance Daily****Direttore responsabile:** Maria Rosa Alaggio [alaggio@insuranceconnect.it](mailto:alaggio@insuranceconnect.it)**Editore e Redazione:** Insurance Connect Srl – Via Montepulciano 21 – 20124 Milano**T:** 02.36768000 **E-mail:** [redazione@insuranceconnect.it](mailto:redazione@insuranceconnect.it)Per inserzioni pubblicitarie contattare [info@insuranceconnect.it](mailto:info@insuranceconnect.it)

## INTERMEDIARI E COMPAGNIE, INSIEME NEL RECIPROCO INTERESSE

**Chairman Maria Rosa Alaggio** *Direttore di Insurance Review e Insurance Trade*

09.00 - 09.30 – Registrazione

09.30 - 09.50 – **Presentazione dell'Osservatorio sulla distribuzione assicurativa. Idd per l'evoluzione della distribuzione**  
*a cura di Scs Consulting*

09.50 - 10.10 – **Redditività e digital: un binomio possibile**  
*Vittorio Giusti, general insurance director di Aviva Italia*

10.10 - 10.30 – **Intermediari tra responsabilità e opportunità**  
*Silvia Lumediluna, responsabile sviluppo commerciale di Cgpa Europe rappresentanza generale per l'Italia*  
*Lorenzo Sapigni, direttore generale per l'Italia di Cgpa Europe rappresentanza generale per l'Italia*

10.30 - 10.50 – **Gli obiettivi della rappresentanza degli agenti**  
Sintesi sondaggio Scs  
*Dario Piana, presidente comitato gruppi aziendali Sna e presidente Gama*  
*Enrico Ulivieri, vice presidente Anapa e presidente gruppo agenti Zurich*

10.50 - 11.10 – **L'innovazione a servizio degli assicurati: leva di fidelizzazione per gli intermediari**  
*Mirko Formica, responsabile corporate di Axa Assistance*  
*Guido Dell'Omo, responsabile retail di Axa Assistance*  
*Gian Maria Dossena, sales insurance intermediaries & legal protection di Axa Assistance*

11.10 - 11.30 – Coffee break

11.30 - 13.00 – **TAVOLA ROTONDA: La tutela del consumatore: un obiettivo comune?**  
*Stella Aiello, responsabile distribuzione Ania*  
*Maria Luisa Cavina, responsabile servizi intermediari di Ivass*  
*Vincenzo Cirasola, presidente di Anapa*  
*Claudio Demozzi, presidente di Sna*  
*Fabrizio Premuti, presidente di Konsumer*  
*Paolo Savio, responsabile giunte e accordi collettivi di Generali Italia*  
*Vittorio Verdone, direttore affari istituzionali del gruppo Unipol e responsabile gestione normativa reti distributive di UnipolSai*

13.00 - 14.00 – Pranzo

14.00 - 14.20 – **Idd: trasformare un compito in un servizio**  
*Sergio Sorgi, vice presidente di Progetica*

14.20 - 14.40 – **Polizze e strumenti per assicurare in modo semplice rischi complessi**  
*Maurizio Ghilosso, amministratore delegato di Dual Italia*

14.40 - 15.20 – **La distribuzione in Europa: gli intermediari come colonna della distribuzione assicurativa. A quali condizioni?**  
*Alessandro De Besi, presidente World Federation of insurance intermediaries*  
*Luca Franzi de Luca, presidente Aiba*  
*Jean François Mossino, presidente commissione agenti Bipar*  
*Andrea Polizzi, studio legale D'Argenio, Polizzi e Associati*  
*Luigi Viganotti, presidente Acb*

15.20 - 15.40 – **Verso l'auto a guida autonoma: valore aggiunto per gli intermediari**  
*Marco Lovisetto, general manager di Doctor Glass*

15.40 - 16.00 – **Sinistri e ruolo degli intermediari**  
*Stefano Sala, amministratore delegato gruppo per*

16.00 - 17.15 – **TAVOLA ROTONDA. Obiettivo redditività, tra digital, multicanalità ed evoluzione dell'offerta**  
*Michele Cristiano, amministratore delegato di Cf Assicurazioni*  
*Fabrizio Fabris, presidente del gruppo agenti Cattolica*  
*Marco Lamola, direttore distribuzione e marketing del gruppo Cattolica*  
*Marco Mazzucco, direttore distribuzione marketing e brand di gruppo di Reale Group*  
*Paola Minini, presidente GalF*  
*Domenico Quintavalle, head of retail distribution di Zurich Italia*  
*Marco Rossi, head of sales & marketing di Das*  
*Vittorio Verdone, direttore affari istituzionali del gruppo Unipol e responsabile gestione normativa reti distributive di UnipolSai*

Main sponsor:



Official sponsor:



Iscriviti su [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it)  
Scarica il programma completo