

PRIMO PIANO

Mediobanca e quel 3% di Generali

Per Mediobanca lo scenario centrale per alleggerire del 3% la sua partecipazione in Generali resta “quello della vendita durante l’orizzonte di piano”. Lo ha confermato questa mattina l’ad Alberto Nagel, parlando con i giornalisti a margine della presentazione dei risultati del primo trimestrale. Il manager ha tuttavia ammesso di restare aperto “ad altre opzioni”, confermando di fatto le voci sulla possibile creazione di un veicolo a cui conferire l’intera partecipazione in Generali.

Mediobanca, che attualmente detiene il 13% delle azioni della compagnia, punta a un alleggerimento entro giugno 2019. Alla base della scelta, ha spiegato oggi Nagel, ci sarebbe la “convinzione che se la banca investe più capitale in alcune attività di wealth management, ottiene un profilo bancario di gruppo più solido e, dal punto di vista del valore, più apprezzabile”. Propositi tuttavia rimasti finora solo sulla carta, visto che, per quanto in ripresa, il valore di Generali “è ancora lontano dal livello al quale avevamo iniziato a vendere due anni fa”.

Nessun commento, invece, sull’ipotesi di un nuovo direttore generale per la compagnia, in quanto, ha osservato Nagel, la corporate governance di Generali “è materia esclusiva di quel consiglio, e in quella sede vanno prese le decisioni”.

Giacomo Corvi

RISK MANAGEMENT

L’immaginazione aiuta gli assicuratori

Un recente studio di Lloyd’s e Rms spiega come immaginare un’evoluzione diversa (ma possibile) per eventi realmente accaduti possa diventare uno strumento per migliorare l’analisi dei rischi

“Spera nel bene ma preparati al peggio” potrebbe essere il proverbio che meglio descrive l’attività degli assicuratori, ma i Lloyd’s si spingono oltre e suggeriscono che “al peggio non c’è mai fine” ed è necessario essere preparati. Non è questione di pessimismo cosmico, ma la conclusione di un interessante studio dal titolo *Counterfactual disaster risk analysis: reimagining history* condotto dai sindacati londinesi in collaborazione con la società di modellazione Rms. Lo studio è nato dall’osservazione di fatti reali che si sono trasformati in mancati sinistri o che avrebbero potuto avere conseguenze peggiori di quelle già gravi che hanno avuto, e descrive come una tecnica di *pensiero laterale* definito *controfattuale* o *ipotetico* può essere applicato nel settore assicurativo per contribuire a una più efficace analisi dei rischi. Presentando il lavoro, Trevor Maynard, head of innovation ai Lloyd’s, ha spiegato: “il fatto che eventi controfattuali siano ancorati a esperienze storiche reali aiuta a rendere più semplici spiegazioni complesse, facilita comprensioni più approfondite e rende la comunicazione più coerente per i rischi futuri”.

COSA SAREBBE ACCADUTO SE ...

Tutti ricorderanno il caso del mancato incidente aereo che nel luglio scorso si è verificato a San Francisco: il pilota di un volo da Toronto in fase di atterraggio si accorse che l’aereo si stava dirigendo verso una pista di rullaggio, dove quattro velivoli erano in attesa di decollare con i relativi passeggeri a bordo. Il pilota riuscì a evitare l’impatto riprendendo quota quando l’aereo si trovava ormai ad appena 25 metri dal suolo. Se non ce l’avesse fatta, l’incidente sarebbe stato ricordato come il disastro aereo più grave nella storia dell’aviazione con più aeroplani e oltre 500 passeggeri coinvolti.

Questo è un mancato sinistro, ma lo studio presentato dai Lloyd’s ha analizzato anche il terremoto di magnitudo 9 che si è verificato al largo delle coste del Giappone l’11 marzo 2011, provocando lo tsunami che ha colpito l’impianto nucleare di Fukushima. Una catastrofe immane e ritenuta non probabile (la centrale di Fukushima era stata costruita per resistere a terremoti fino a magnitudo 8.2, e a onde anomale inferiori a quelle registrate) ma che tuttavia avrebbe potuto avere conseguenze anche peggiori. (continua a pag. 2)



INSURANCE REVIEW su LINKEDIN
Seguici sulla pagina cliccando qui

(continua da pag. 1)

La società di modellazione del rischio Rms ha analizzato i dati riguardanti i venti intorno a Fukushima, rilevando che c'era una possibilità pari al 50% che la loro direzione fosse verso l'interno invece che verso il mare, evento che avrebbe causato una contaminazione da radioattività più estesa.

I "CIGNI NERI" ESISTONO

Anche i fatti sociali ed economici possono impattare sulla gravità di un rischio: l'epidemia di Ebola del 2014 in Africa Orientale ha colpito Paesi fortemente instabili come la Sierra Leone e la Liberia, protagonisti di guerre civili che li hanno insanguinati per la metà degli ultimi 25 anni. Nel 2014 fortunatamente la situazione in quelle zone era relativamente tranquilla, e ciò ha permesso alle autorità pubbliche e mediche internazionali di approntare soccorsi e misure di contenimento che sarebbero state molto più difficili da attuare se fosse stata in corso una delle lotte intestine degli ultimi decenni.

Ma l'analisi dei rischi "mancati per poco" può riguardare anche eventi molto lontani dalla nostra immaginazione: il 23 e 24 luglio 2012, pochi giorni prima dell'inaugurazione delle Olimpiadi di Londra, è stata registrata una tempesta solare potenzialmente molto dannosa che se si fosse verificata solo nove giorni prima avrebbe trovato la Terra nella sua direzione, influenzandone i campi magnetici: lo studio ha calcolato nel 4% la probabilità controfattuale che un tale evento si verificasse durante i giochi olimpici.

L'UOMO PENSA POSITIVO

Partendo da alcuni rischi mancati, il rapporto *Reimagining history* spiega come riconsiderare gli avvenimenti in chiave peggiorativa possa rappresentare un punto di partenza per analisi controfattuali più aperte che possono migliorare la previsione del rischio e la sua quantificazione ai fini assicurativi.

Per l'uomo, propenso di natura a pensare per il meglio, si tratta in realtà di un vero sforzo di immaginazione e di elaborazione: secondo gli psicologi del pensiero controfattuale è molto più facile che questo avvenga in modalità positiva, con ipotesi migliorative della realtà, invece che in modalità negativa. Per questa ragione lo scopo dello studio è di incoraggiare i professionisti del settore assicurativo, ma anche chi opera nel risk management, ad adottare in maniera sistematica e profonda un pensiero controfattuale negativo. Secondo i Lloyd's, tale spinta è necessaria perché pur essendo radicata in concetti fondamentali come l'analisi dei sinistri, è tuttavia assente nella formazione professionale di chi opera nel settore.

CREAZIONE DI MODELLI PIÙ EFFICACI

Passando dallo studio di ciò che è accaduto a quello di ciò che sarebbe potuto accadere, l'analisi dei rischi di controfattualità copre una lacuna nella scienza della modellazione del rischio. A questo proposito **Gordon Woo** *catastrophist* presso Rms, ha spiegato: "gli assicuratori trarranno beneficio dal poter esaminare il passato anche solo per realizzare ciò che sarebbe potuto accadere. Qualsiasi sia il passato, la comprensione dei rischi si origina dalla possibilità di esplorare come le cose avrebbero potuto voltare al peggio. Adottando una prospettiva controfattuale ed esplorando come gli eventi nella storia avrebbero potuto svolgersi diversamente, è possibile ottenere ulteriori informazioni rispetto a perdite estreme rare, che altrimenti potrebbero arrivare come una sorpresa". Normalmente, la costruzione di scenari per un modello catastrofale avviene con un processo sequenziale lineare, che di per sé esclude ulteriori eventualità che possono interferire. Partendo invece da un'ampia casistica di eventi calamitosi, i modelli catastrofali possono valutare le implicazioni di ogni scenario potenziale, e quindi calcolare la relativa perdita assicurata. Gli estensori del report fanno notare che un'ampia analisi di avvenimenti storicamente avvenuti fornisce un fondamento empirico sia all'analisi attuariale sia alla valutazione del rischio catastrofale. "L'analisi del rischio controfattuale aiuta a evitare i pregiudizi che possono far parte di alcuni modelli basati sugli stessi gruppi di dati storici", ha spiegato Woo. "Se si espandono i dati a disposizione includendo ciò che sarebbe potuto accadere, questi modelli possono essere costruiti affidandosi meno su singole fonti di dati, andando così a migliorare la loro accuratezza. L'analisi è inoltre uno strumento utile per le autorità di controllo al fine di testare i modelli di rischio catastrofali".



INIZIATIVE

Nuovi modi per vivere il museo

La start up Deed reinventa l'esperienza culturale e si aggiudica i 5.000 euro messi in palio nel concorso organizzato dal Maxxi e Groupama Assicurazioni

Il gruppo **Deed** ha vinto la prima edizione di *Museum Booster*, l'hackathon ideato e promosso dal **Maxxi** di Roma in collaborazione con **Groupama Assicurazioni**. I ragazzi di Deed, che sono **Luca Gianfreda**, **Edoardo Parini**, **Emiliano Parini** e **Guido Porcaro**, riceveranno 5.000 euro per sviluppare il progetto, con il sostegno del Maxxi che diventerà il loro laboratorio per un anno.

Il gruppo Deed ha vinto presentando *get*, il prototipo di un bracciale a trasmissione sonora che permette al visitatore di un museo di accedere a contenuti audio di approfondimento avvicinando il dito al proprio orecchio e sfruttando quindi la tecnologia *bone conduction*, cioè la trasmissione sonora attraverso le ossa.

L'hackathon chiedeva proprio questo: "pensare e proporre prototipi di prodotti digitali che possano rinnovare l'esperienza del museo rendendolo più aperto, accessibile e accogliente". Il progetto è stato scelto da una giuria composta da **Barbara Gasperini**, giornalista; **Andrea Manieri**, capo progetto direzione ricerca e innovazione di **Engineering**; **Alfredo Valeri**, direttore ricerca di **Associazione Civita**; **Prisca Cupellini** ed **Elena Pelosi**, rispettivamente responsabile digital e responsabile formazione di Maxxi.

Alla maratona digitale di 34 ore hanno partecipato 11 gruppi, ovvero 56 persone, tra sviluppatori, programmatori, designer, maker, esperti di comunicazione e marketing, copywriter, data analyst, art director.

"È stata una soddisfazione immensa - ha sottolineato il gruppo

Deed - aver vinto Museum Booster. Abbiamo partecipato perché con la nostra start up stiamo lavorando a differenti tipi di soluzioni nel campo *wearable*, e volevamo approfondire il tema museale per studiarne le possibilità".

Dal punto di vista del Maxxi, sperimentare per un anno il progetto vincitore contribuirà a cambiare la percezione dell'offerta culturale del museo e anche il modo in cui le proposte dei curatori saranno elaborate.

L'iniziativa di Museum Booster è stata inserita da Groupama nell'ambito del progetto *Born2Code*, lanciato a settembre con l'intenzione di dare a giovani talenti l'opportunità di essere formati sulle nuove professioni. "Supportare lo sviluppo di nuove tecnologie e sostenere la formazione attraverso l'innovazione - ha commentato **Giorgia Freddi**, direttore comunicazione e relazioni esterne di Groupama Assicurazioni - è nel dna del gruppo: il successo di questa prima edizione aprirà la strada a progetti e iniziative sempre più all'avanguardia".

Al secondo e terzo posto si sono classificati **4Our** (Giulia Centonze, Michele Cirillo, Francesco Di Girolamo, Anna Tatananni) con il progetto *Flâneur*, ed **Examuse** (Silvia Falabella, Enzo Masci, Maria Vittoria Sorgi, Vittoria Rosati Tarulli) con l'idea omonima. Ai due gruppi sono andati rispettivamente 1.500 e 800 euro.

F.A.



Meet the leaders, share the experience

Il Sole **24 ORE**

ANNUAL CONFERENCE

19° Annual Assicurazioni

Strategie, regole e digital transformation: l'evoluzione dei modelli di business

Milano, 6 e 7 novembre 2017

Sede Gruppo 24 ORE - Via Monte Rosa, 91

#Assicurazioni2017

LUNEDÌ 6 NOVEMBRE 14.00 - 18.00

CONFERENZA INAUGURALE

- Outlook sul mercato assicurativo 2017
- Il contributo delle imprese di assicurazione alla crescita economica: il ruolo della regolamentazione
- Quali sono le nuove sfide del mercato assicurativo: strategie e nuovi competitor

RELATORI

Natalia Antoniovanni Business Development Officer ICG
Camillo Candia Country Ceo Zurich Italia
Maurizio Cappiello Direttore Generale Poste Vita e Amministratore Delegato Poste Assicura
Fabio Carniol Amministratore Delegato Helvetia Vita e Chiara Assicurazioni Gruppo Helvetia
Patrick Cohen Ceo Gruppo AXA Italia
Cheo Condina Giornalista Radiocor
David Corrad Senior Partner e Managing Director The Boston Consulting Group
Massimiliano Danusso Partner BonelliErede
Giulio Dell'Amico Partner KPMG
Antonio De Pascalis Capo del Servizio Studi e Gestione Dati IVASS
Ugo Di Iorio Presales & Business Innovation Director RGI
Maria Bianca Farina Presidente ANIA
Leonardo Felician Amministratore Delegato Genialloyd
Luca Filippone Direttore Generale Reale Mutua
Pasquale Frescura Data Quality Manager Gruppo Cattolica Assicurazioni
Laura Galvagni Giornalista Il Sole 24 ORE

MARTEDÌ 7 NOVEMBRE 09.30 - 15.30

SESSIONE PLENARIA

- La digital transformation vista dalle Compagnie Assicuratrici
- Innovation nei modelli di business
- Come rispondere alle nuove sfide attraverso soluzioni tecnologiche all'avanguardia
- Mercato Auto

Roberta Lucchetti Genesys Sr. Account Executive Genesys
Alberto Minali Amministratore Delegato Cattolica Assicurazioni
Massimo Monacelli Chief P&C and Claims Officer Generali Italia
Yuri Narozniak Direttore Generale Groupama Assicurazioni
Fabrizio Pessina Partner e Managing Director di The Boston Consulting Group
Federica Pezzatti Giornalista Il Sole 24 ORE
Alessandro Piatrotti Vice Direttore Il Sole 24 ORE
Vito Rocca Amministratore Delegato RGI
Salvatore Rossi Presidente IVASS
Andrea Sabia Amministratore Delegato Bene Assicurazioni
Enrico San Pietro Deputy General Manager General Insurance UnipolSai Assicurazioni
Alessandro Santoliquido Amministratore Delegato e Direttore Generale Amissima
Alberto Scavino Ceo Iriom
Marco Sesana Country Manager per l'Italia e Amministratore Delegato Generali Italia
Pierangelo Soldavini Giornalista Nòva Il Sole 24 ORE
Alberto Tosti Direttore Generale Sara Assicurazioni

Per diventare partner: eventi.bs24@ilssole24ore.com • tel. 02 3022.3709 - 02 3022.3362/3380 | Per informazioni e iscrizioni: eventi.ilssole24ore.com/annual-assicurazioni-2017

GRUPPO 24 ORE

seguici su:
   
Business School 24 s.p.a.
Milano - via Monte Rosa, 91
Milano - via Tortona, 58 - Music Academy
Roma - piazza dell'Indipendenza, 23 b/c
Organizzazione con sistema di qualità certificato ISO 9001:2008

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

Supplemento al 27 ottobre di www.insurancetrade.it - Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 - ISSN 2385-2577

L'RC AUTO VERSO NUOVI VALORI COMPETITIVI

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

09.00 - 09.30 - Registrazione

09.30 - 09.50 - **Rc auto, scenario di mercato e centralità della tecnologia**

*Roberto Carbone, senior manager Hspi
Marco Lanzoni, responsabile mercato finance di Scs Consulting*

09.50 - 10.10 - **Legge concorrenza: quale competitività per il settore assicurativo?**

Maurizio Hazan, studio legale Taurini-Hazan

10.10 - 10.30 - **Il Ramo auto nell'era del multiaccess, tra sconti e servizio**

Diego Palano, responsabile assicurazioni di Facile.it

10.30 - 10.50 - **Tecnologia dell'auto ed evoluzione normativa: il cliente al centro della trasformazione**

Marco Lovisetto, general manager di Doctor Glass

10.50 - 11.30 - Coffee break

11.30 - 11.50 - **Luci e ombre della Riforma dell'Rc auto**

*Umberto Guidoni, responsabile servizio auto Ania
Alessandro Santoliquido, amministratore delegato e direttore generale di Amissima Assicurazioni*

11.50 - 12.10 - **Rc auto, sostenibilità e valore per il cliente**

*Nino D'Onghia, direttore tecnico di Tua Assicurazioni
Roberto Serena, responsabile flotte auto di Generali Italia*

12.10 - 12.30 - **Il Ramo auto nel nostro Paese secondo Sara Assicurazioni**

Alberto Tosti, direttore generale di Sara Assicurazioni

12.30 - 13.00 - Q&A

13.00 - 14.00 - Pranzo

14.00 - 14.20 - **Soluzioni per la riduzione dei costi e il contrasto alle frodi**

a cura di Sogesa

14.20 - 14.40 - **L'auto autonoma, una rivoluzione sociale**

*Andrea Cerroni, associate professor of sociology and communication of knowledge,
head of master in science communication and sustainable innovation dpt. of Sociology
and social research, Università degli studi Milano-Bicocca*

14.40 - 15.00 - **La tecnologia al servizio della customer experience: l'evoluzione della Digital Insurance**

Roberto Polli, Global Head of telematics sales di Vodafone Automotive

15.00 - 15.20 - **Operazione Mercurio Eye Insurance, collaborazione per la sicurezza**

*Carlotta Gallo, dirigente sezione Milano della Polizia di Stato
Umberto Guidoni, responsabile servizio auto Ania*

15.20 - 15.40 - **Modello gestionale sinistri: evidenze numeriche e aree di innovazione**

*Giovanni Campus, direttore generale di Msa Multiserass
Fabio Piras, claims operations manager di Msa Multiserass*

15.40 - 17.00 - **TAVOLA ROTONDA. Antifrode: dalla legge alle attività di contrasto quotidiano**

*Giovanni Cannavò, presidente dell'associazione Melchiorre Gioia
Lorenzo Fiori, responsabile unità antifrode di Reale Group
Paolo Masini, direttore sinistri di Cattolica Assicurazioni
Gaetano Occorsio, direttore sinistri di Sara Assicurazioni
Mirella Restelli, chief claims officer di Zurich Italia
Massimo Toselli, direttore sinistri di Amissima Assicurazioni
Massimo Treffiletti, dirigente responsabile servizio Card accordi associativi antifrode di Ania*

17.00 - Chiusura lavori

Main sponsor:



Official sponsor:



Iscriviti su www.insurancetrade.it

Scarica il programma completo