

PRIMO PIANO

Generali, risultati record

Il gruppo Generali nel 2019 ha segnato un risultato operativo record a 5,19 miliardi di euro (+6,9%), un utile di 2,67 miliardi (+15,7%) e un utile netto normalizzato, che non include plusvalenze e minusvalenze da dismissioni per 475 milioni, di 2,19 miliardi. Il dividendo aumenta del 6,7% a 0,96 euro. I premi complessivi del gruppo ammontano a 69.785 milioni, in crescita del 4,3% per effetto del positivo sviluppo in entrambi i segmenti di business

Coerentemente con gli obiettivi della strategia Generali 2021, 15.225 milioni dei premi totali sono costituiti da prodotti a valenza sociale e ambientale.

La raccolta netta vita cresce a 13.632 milioni (+19,6%) e i premi del segmento, pari a 48.260 milioni, registrano un aumento del 4,5%. I premi dei danni, pari a 21.526 milioni, crescono del 3,9%. Gli asset under management del gruppo nel 2019 sono pari a 630,1 miliardi (+29%).

Il patrimonio netto di Generali si attesta a 28.360 milioni (+20,2%) e il gruppo conferma un'ottima posizione di capitale con il solvency ratio che a 2019 era al 224%, in aumento di 8 punti base nonostante il perdurare dei bassi tassi di interesse.

Per leggere la news completa, clicca qui.

B.M.

MERCATO

Coronavirus, implicazioni legali e assicurative

Grazie ai piani di business continuity il settore assicurativo è riuscito a organizzarsi e restare pienamente operativo anche in questa difficile situazione. Quali sono le priorità da considerare in questo momento, e quali risolti nella relazione con le risorse umane? Ne hanno parlato Vittorio Scala, capo dei Lloyd's in Italia, e l'avvocato Antonio Vicoli, nel corso di un webinar online organizzato da JK Underwriting

L'Italia, suo malgrado sotto i riflettori del mondo, sta conoscendo uno scenario inedito. Una situazione in cui ci sono pochissime certezze, nonostante ci sia una grande voglia di risposte per allontanare il panico. Una situazione disruptive che chiama in causa, anche coloro che operano nella gestione dei rischi. Lo stesso presidente del Consiglio, **Giuseppe Conte**, nel suo ultimo messaggio alla nazione ha citato gli assicuratori tra i principali attori del sistema che devono offrire risposte. In che modo è possibile gestire un'emergenza di questa portata? Quali implicazioni legali sta portando la situazione di isolamento forzato per coloro che hanno un'impresa con dei dipendenti? Se ne è parlato nel corso di un webinar online, organizzato da **JK Underwriting**, a cui hanno partecipato il chairman della società, **Luca Davoli**, **Vittorio Scala** country manager per l'Italia dei **Lloyd's** e l'avvocato **Antonio Luigi Vicoli**, dello studio legale **Baker McKenzie**.



Vittorio Scala country manager per l'Italia dei Lloyd's

L'IMPORTANZA DI UN BUSINESS CONTINUITY PLAN

Il 23 febbraio 2020 è stata la data che ha segnato un punto di svolta nel nostro Paese. Vittorio Scala ha ripercorso i difficili momenti in cui andavano prese decisioni importanti, rapide, e capaci di fare chiarezza. La sede di Milano è la branch italiana dei Lloyd's di Londra e della Lloyd's Insurance company di Bruxelles, in cui lavorano circa una trentina di persone. "Il 23 febbraio, quando è iniziata la crisi – racconta – ho dovuto in primis stabilire gli obiettivi prioritari, che sono tre: la salvaguardia della salute dei nostri collaboratori, il rispetto delle ordinanze imposte dall'autorità, e il mantenimento della nostra operatività". Una volta fissati questi tre paletti all'interno dell'organizzazione, è stato attivato il business continuity plan. "Lo dico ai miei colleghi: il business continuity plan non è una banalità, non è un obbligo burocratico che qualcuno ci impone", ha avvertito Scala. "Spesso – ha aggiunto – non gli viene dato il giusto valore, ma sono situazioni come questa che dimostrano come esso sia fondamentale. Soprattutto il business continuity plan deve essere aggiornato, perché le dinamiche di business cambiano in continuazione". Da questo punto di vista Lloyd's di Milano sono arrivati preparati a questa emergenza perché il piano di continuità del business era stato appena aggiornato, nel novembre 2019.

COME SI COSTRUISCE UN BUON PIANO

Scala ha quindi sottolineato quelli che a suo parere sono i tre aspetti più importanti di un buon business continuity plan. Il primo punto importante riguarda la condivisione del piano. Non deve essere un documento che giace nel cassetto di un manager o di un responsabile IT: ciascun collega deve sapere cosa fare in caso di emergenza. (continua a pag. 2)

(continua da pag. 1)

In secondo luogo occorre definire bene la catena decisionale, in situazioni come queste bisogna sapere chi deve prendere ogni decisione, senza lasciare ambiguità. Infine, il terzo aspetto riguarda l'aggiornamento continuo del piano, cosa non scontata visto che, a differenza di quanto fatto dai Lloyd's, molte organizzazioni non aggiornano il piano da anni.

"La situazione attuale – ha commentato Luca Davoli – ha permesso a tutti gli operatori di capire la validità di tante pratiche talvolta percepite come l'ennesima incombenza burocratica a cui mettere mano, mentre gli ambiti compliance tutti questi risolti li avevano ben considerati". Scala ha poi sottolineato che come Lloyd's "da sempre chiediamo a tutti i nostri coverholder di avere un business continuity plan".

COSA FARE NELL'EMERGENZA

Vittorio Scala ha raccontato come sono state affrontate le prime fasi dell'emergenza, il 23 febbraio. "La prima cosa da fare – ha detto – era quella di comunicare immediatamente ai miei colleghi e al mio staff cosa avremmo fatto e cosa sarebbe successo l'indomani mattina, lunedì". L'attivazione del business continuity plan è stata comunicata anche agli headquarter di Londra e Bruxelles. "In questa primissima fase è stato importantissimo – ha sottolineato Scala – comunicare con tutti in modo veloce, pertanto abbiamo immediatamente instaurato un gruppo whatsapp interno. Abbiamo inoltre ricevuto il supporto dei nostri colleghi di Londra, i quali avevano già dovuto gestire l'emergenza coronavirus per le sedi Lloyd's in Cina". Il primo aspetto del business continuity plan a essere attivato è stato lo smart working, Anche in questo caso è stata utile l'esperienza pregressa, perché già da un anno e mezzo i Lloyd's avevano avviato forme di lavoro agile una volta alla settimana. "Era una pratica roduta che nel momento dell'emergenza ci è servita moltissimo". L'altro aspetto fondamentale che Scala ha sottolineato riguarda la comunicazione. "È molto importante mantenere un rapporto costante con tutti i colleghi per evitare ogni fraintendimento. Pertanto deve essere chiarito immediatamente da chi è che devono partire le comunicazioni. Ci deve essere una fonte certa che comunica costantemente. In questa crisi stiamo vedendo quanto in fretta cambiano le cose, pertanto le comunicazioni impartite devono essere ufficiali, non informali: le persone – ha detto – devono avere direttive certe".

LE RICADUTE NORMATIVE

L'analisi dei primi impatti normativi di questa emergenza è stata affidata all'intervento dell'avvocato Antonio Luigi Vicoli che si è concentrato su uno degli ambiti più colpiti da questa crisi: le risorse umane. "Le aziende – ha spiegato – si sono trovate da un giorno all'altro a far fronte a una situazione inedita. Appena decretata l'emergenza, il 23 febbraio, c'erano pochi presupposti giuridici su cui lavorare". Oggi, alla luce dell'ultimo decreto entrato in vigore il 12 marzo, siamo arrivati al massimo livello di allerta, "oltre il quale, francamente, credo ci sia soltanto il coprifuoco". L'ultimo decreto ha introdotto direttive piuttosto stringenti anche per le attività che producono beni materiali. "Il governo – ha spiegato Vicoli – non ha imposto un blocco alla produzione, ma ha indicato espressamente che tutte le unità che all'interno dell'azienda fanno cose non essenziali, devono essere sospese. Il datore di lavoro deve far rispettare le regole, ad esempio far mantenere la distanza di sicurezza di un metro e contingentare gli accessi, ed evitare quanto più possibile il contatto". Cosa avviene se, sentendosi comunque in pericolo, i dipendenti rifiutano di andare al lavoro? "A oggi – ha risposto l'avvocato – il rifiuto non è possibile, sarebbe un'assenza ingiustificata. Esistono però modalità alternative alla presenza fisica. Occorre in prima battuta verificare se la persona può svolgere il telelavoro, oppure se può stare a casa utilizzando le ferie maturate, la qual cosa, per altro, può anche essere imposta dal datore di lavoro. Fermo restando che è sempre possibile concordare assieme al lavoratore periodi di assenza giustificata, al di fuori delle ferie".

PROTEGGERE L'INCOLUMITÀ DEI LAVORATORI

Se da un lato l'evidente necessità principale è quella di proteggere l'incolumità dei lavoratori, dall'altro ci sono le implicazioni sulla privacy. Cosa accade, ad esempio, se un datore di lavoro chiede di poter misurare la febbre al dipendente? "Qui siamo in una situazione di evoluzione continua – ha ammesso Vicoli – anche alla luce delle forti restrizioni. Noi non possiamo fare controlli, non possiamo misurare la temperatura, per motivi di tutela della privacy. Quello che però possiamo fare è coinvolgere il medico della società per concordare con lui una registrazione volontaria di sottoporsi a un check veloce con il termometro". Detto questo, ha sottolineato l'avvocato, "chiunque presenti sintomi anche banali come un raffreddore deve stare a casa". È quanto stabilito dalla norma. Quindi se il dipendente è a casa in malattia l'assenza è giustificata. Il datore di lavoro deve informare i dipendenti nel caso in cui il lavoratore risulti contagiato, perché diventa una questione di ordine pubblico.



Beniamino Musto

MERCATO

Erik Somaschini: “Assicuratori, insieme contro il Covid-19”

L'agente è tra i promotori di una campagna di raccolta fondi per donare cinque postazioni di terapia intensiva all'Ospedale Niguarda: in questa intervista, chiede all'intera categoria di fare la propria parte per sensibilizzare la clientela e sostenere l'impegno delle strutture ospedaliere nella lotta al coronavirus

L'11 marzo l'Organizzazione mondiale della sanità (Oms) ha rotto tutti gli indugi. “Il Covid-19 può essere caratterizzato come una pandemia”, ha detto il direttore **Tedros Adhanom Ghebreyesus** nel tradizionale punto stampa di Ginevra. È la prima volta che un coronavirus viene elevato al rango di pandemia. E non potrebbe essere altrimenti, visto che l'agente patogeno si è ormai diffuso in 120 Paesi del mondo, provocando più di 134mila casi di contagio e causando la morte di oltre 4.700 persone. “Siamo profondamente preoccupati per la diffusione e la severità della malattia, nonché per l'allarmante livello di inazione”, ha aggiunto in quell'occasione Ghebreyesus, forse nella speranza che la nuova classificazione della patologia possa spingere le diverse amministrazioni nazionali a fare qualcosa in più per contenere il virus.

Il passaggio da epidemia a pandemia avviene in sei fasi. Una di queste, secondo i criteri dell'Oms, è la presenza di un'area in cui il numero di infezioni è paragonabile a quella in cui sono cominciati i contagi. Il pensiero non può che correre all'Italia, attualmente secondo Paese al mondo per numero di contagi e morti: dall'inizio della pandemia si sono contate oltre 15mila infezioni e 1.016 vittime. Numeri che fanno ben comprendere la portata della crisi che sta attraversando il nostro Paese. E che danno l'idea della pressione esercitata sul sistema sanitario chiamato a rispondere all'emergenza. A preoccupare è soprattutto la scarsità di postazioni di terapia intensiva, indispensabili per assistere i contagiati particolarmente vulnerabili o che soffrono di patologie pregresse. Attualmente si contano in Italia poco più di 5mila posti letto adibiti per la terapia intensiva. Il timore è che, nonostante le misure di contenimento adottate recentemente dal Governo, le infezioni possano aumentare, limitando il numero di postazioni disponibili e provocando gravi disagi anche a chi, seppur immune dal coronavirus, necessita di interventi ospedalieri d'urgenza. Proprio per venire incontro a questa necessità è stata recentemente lanciata sul sito GoFundMe la campagna di raccolta fondi #NonLasciamoIndietroNessuno (<https://www.gofundme.com/ff/nonlasciamoindietronessuno>).



Erik Somaschini e Francesco Facchinetti

zioni disponibili e provocando gravi disagi anche a chi, seppur immune dal coronavirus, necessita di interventi ospedalieri d'urgenza. Proprio per venire incontro a questa necessità è stata recentemente lanciata sul sito GoFundMe la campagna di raccolta fondi #NonLasciamoIndietroNessuno (<https://www.gofundme.com/ff/nonlasciamoindietronessuno>).

Cinque posti letto per il Niguarda

L'iniziativa è stata presentata lo scorso 10 marzo. E nasce, come si legge nella pagina di presentazione, “dal desiderio di importanti player dell'economia italiana e personaggi dello sport e dello spettacolo di sostenere concretamente lo sforzo del Paese per garantire a tutti l'accesso a cure adeguate”. La campagna punta a raccogliere 350mila euro per fornire all'ospedale Niguarda di Milano cinque postazioni complete di terapia intensiva, comprensive di posto letto, respiratore, pompe infusionali e monitor di controllo: ogni postazione ha un costo medio stimato di 70mila euro. Attualmente la raccolta fondi ha raggiunto 171mila euro.

Tante le realtà coinvolte nell'iniziativa: Gruppo Giovani Assolombarda, Newco Management Srl, Alfio Bardolla Training Group Spa, Spartan Tech Srl, Pop Sports, Smart Srl, Agam, Forum Economia Innovazione, Asseimpredil Ance Milano, Junior Enterprise Italy, Elsa Milano, Aidp Lombardia, Starting Finance Srl, Garage Erasums, Aiesec Italia, Agenzia Yes e Lifegate. Alle aziende e alle sigle si sono poi aggiunti tanti volti noti del mondo dello spettacolo e dello sport, come Andrea Petagna, Josip Ilicic, Cesc Fàbregas, Alessia Marcuzzi, J-Ax, Simone Rugiati e Giulia De Lellis, che hanno prestato il loro volto alla diffusione della campagna sui mass media e sui social network. (continua a pag. 4)



(continua da pag. 3)

Raccolta fondi e informazione

Fra i promotori dell'iniziativa, insieme al conduttore **Francesco Facchinetti** e **Paul Renda**, presidente del **Gruppo Giovani Imprenditori di Assolombarda Milano Monza Lodi Pavia**, c'è anche **Erik Somaschini**. Assicuratore, titolare dell'agenzia **Brianza Assicurazioni** a Seregno (MB), membro del **Gruppo Giovani Imprenditori di Assolombarda**, Somaschini ha diffuso negli ultimi giorni un video in cui, con la sua faccia e le sue parole, promuove l'iniziativa di raccolta fondi: illustra i dettagli dell'iniziativa, chiede di donare per sostenere il sistema sanitario, rimarca a più riprese la necessità di garantire a tutti adeguati livelli di assistenza, invita tutti quanti, bottiglia di disinfettante alla mano, a seguire comportamenti virtuosi per prevenire il contagio.

"Stiamo facendo tutti una forte attività di comunicazione e sensibilizzazione", dice al telefono con *Insurance Daily*. "Tutti i promotori della raccolta fondi – prosegue – si sono messi a disposizione per calare l'iniziativa nelle loro realtà associative o imprenditoriali per favorire l'arrivo di donazioni e chiedere l'adozione di buone norme di comportamento per evitare tutti i rischi di contagio".

Assicuratori, facciamo la nostra parte

La categoria di Somaschini, che ricopre anche la carica di presidente regionale di **Anapa Rete ImpresAgenzia** in Lombardia, è ovviamente quella degli assicuratori. Ed è proprio a loro che rivolge un appello per sostenere l'iniziativa. "Voglio indirizzare, a titolo individuale, un appello ad associazioni, gruppi agenti e singoli intermediari perché tutti sostengano il sistema sanitario in questa situazione di crisi", afferma. "La nostra professione – prosegue – ha un ruolo etico e sociale: dobbiamo fare la nostra parte per garantire a tutti il diritto alla salute e sensibilizzare la nostra clientela, che è enorme, per uscire il prima possibile da questa emergenza".

Ogni iniziativa, in questo senso, è ben voluta. "Io sono



pronto a sostenere personalmente qualsiasi altro progetto di raccolta fondi che la categoria vorrà promuovere per fermare la pandemia di coronavirus", dice Somaschini. "La nostra iniziativa è già disponibile per chiunque voglia contribuire: abbiamo scelto una piattaforma seria e certificata, in grado di garantire ottime performance, e abbiamo ricevuto il riconoscimento della regione Lombardia e dell'ospedale Niguarda: in poco tempo – aggiunge – ci siamo imposti come una delle iniziative più rilevanti del panorama nazionale".

Assicuratori in prima linea

La scelta è ricaduta sull'ospedale Niguarda perché la Lombardia, come noto, è la regione che più di ogni altra sta affrontando l'emergenza del coronavirus. Ma sono già in cantiere altre iniziative di sostegno che vedranno la luce una volta chiusa questa campagna di raccolta fondi. "Adesso vogliamo raggiungere il prima possibile il nostro obiettivo per poi supportare, anche grazie alla visibilità e alla credibilità che ci siamo guadagnati con questa iniziativa, altre strutture che si trovano in crisi", dice Somaschini.

La cosa più importante, pertanto, è raggiungere adesso l'obiettivo della campagna. E per Somaschini sarà fondamentale il contributo che potrà arrivare dalla categoria degli assicuratori. "La nostra categoria è in prima linea: dopo medici, infermieri e farmacisti, che stanno facendo un lavoro straordinario, veniamo noi. Siamo noi quelli a cui si rivolgono i clienti quando vogliono proteggere la propria salute", afferma Somaschini. "Siamo oltre 250mila – prosegue – siamo una realtà importantissima dell'economia italiana: potremmo fare tantissime cose se ognuno di noi, compatibilmente con le proprie capacità, donasse anche soltanto 1, 2 o 5 euro". Anche un piccolo gesto può fare la differenza. "Cinque postazioni di terapia intensiva – conclude Somaschini – vogliono dire tantissimo: vogliono dire salvare la vita a una persona, perché non devono esistere pazienti di serie A e di serie B".

Giacomo Corvi



Erik Somaschini e Paul Renda, presidente del Gruppo Giovani Imprenditori di Assolombarda Milano Monza Lodi Pavia

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 13 marzo di www.insurancetrade.it – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577