

## PRIMO PIANO

# Un nuovo ceo per Aig

Importanti cambiamenti in Aig. Il consiglio di amministrazione della società ha annunciato la nomina di Peter Zaffino quale nuovo ceo del gruppo assicurativo. La nomina, spiega un comunicato, sarà effettiva a partire dal primo marzo 2021, e l'incarico si aggiungerà all'attuale ruolo di presidente della compagnia. Zaffino è stato anche nominato membro del cda, con effetto immediato. L'attuale ceo, Brian Duperreault, diventerà presidente esecutivo, e Douglas Steenland, che attualmente ricopre il ruolo di independent chairman of the board, diventerà lead independent director. Anche in questo caso, le cariche saranno effettive a partire dal primo marzo 2021.

Oltre all'annuncio riguardante il nuovo ceo, la società ha annunciato anche la sua intenzione di scorporare le attività vita e previdenza dal resto di Aig. Secondo Zaffino, lo scorporo delle attività vita "consentirà a ciascuna entità di ottenere una valutazione più appropriata e sostenibile". Nel 2019 i ricavi ottenuti dal business vita e previdenza hanno rappresentato il 34% dei 49 miliardi di dollari complessivi registrati dal gruppo assicurativo. Aig ha sottolineato che "non è stata presa alcuna decisione su come ottenere una separazione completa", ma si prevede di farlo "in un modo che massimizzi il valore per gli azionisti e crei due società indipendenti e leader di mercato".

**Beniamino Musto**

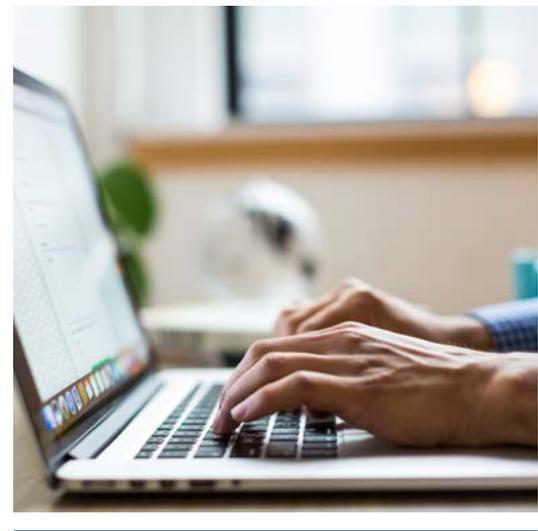
## MERCATO

# Polizze, dopo il lockdown vince l'online

**L'osservatorio curato da Nomisma e Crif analizza l'impatto della pandemia di Covid-19 sulle vite dei cittadini: lo studio ha confermato che l'accelerazione data al processo di digitalizzazione coinvolge sempre di più anche il settore assicurativo**

Oltre sei italiani su dieci preferiscono reperire su internet le informazioni sulle polizze assicurative, consultando il sito o l'app della compagnia (canali preferiti rispettivamente dal 35% e dall'11% degli italiani). O guardano i punteggi e le recensioni sui siti che mettono a confronto diverse soluzioni (13%). La quota di chi preferisce informarsi di persona, affidandosi ad agenti o broker è del 26%, mentre il 14% segue il passaparola, scegliendo in base ai consigli di amici o familiari.

È un quadro di una realtà leggermente diversa, quello che emerge dall'osservatorio *The world after lockdown*, curato da **Nomisma** e **Crif**, che ormai da oltre sette mesi analizza in maniera continuativa l'impatto della pandemia di Covid-19 sulle vite dei cittadini, grazie al coinvolgimento di un panel omnibus di 1.000 italiani (18-65 anni). La ricerca si è concentrata sul settore assicurativo, rivelando che l'accelerazione impressa dalla pandemia al processo di digitalizzazione della società coinvolge sempre di più questo mercato. L'utilizzo del canale online è un trend sempre più consolidato e nuove esigenze emergono riguardo le coperture assicurative: per esempio, il 15% degli italiani non è soddisfatto delle polizze individuali che trova sul mercato e il 9% vorrebbe prodotti a oggi non offerti dalle compagnie.



### IL FATTORE TEMPO

Ma cosa spinge gli italiani a preferire il canale online per informarsi sulle soluzioni assicurative? Il tempo sembra essere la risposta. La possibilità di poter dedicare alla ricerca tutto il tempo che si desidera è indicata come prima motivazione dal 29% di chi utilizza l'online. Ma tempo vuol dire anche risparmio di tempo: il 28% preferisce il digital proprio perché riesce ad accedere alle informazioni rapidamente. Informarsi online è, per alcuni, più facile (15%) e persino più affidabile (7%). (continua a pag. 2)

INSURANCE REVIEW  
È SU LINKEDIN

Segui la pagina

INSURANCE  
REVIEW

in

(continua da pag. 1)

In tempo di pandemia, però, un ruolo primario lo gioca anche la paura: il 6% evita di recarsi fisicamente in agenzia perché ha timore dei contagi o persino perché non è più abituato a fare la fila (5%).

Però, per sottoscrivere una nuova polizza, il 52% degli intervistati preferisce ancora affidarsi ai canali tradizionali: il 48% la acquisterebbe recandosi fisicamente in agenzia e il 4% anche chiamando un call center.

### UN'AGENZIA A PORTATA DI SMARTPHONE

L'utilizzo delle app, sia per raccogliere informazioni sia per acquistare una nuova polizza, sembra ancora poco diffuso rispetto a quello dei siti web. Tuttavia, oltre otto italiani su dieci sarebbero interessati a interagire via app con la propria compagnia assicurativa in caso di incidente stradale. C'è un elevato interesse potenziale a ricevere un'assistenza immediata "a portata di smartphone da parte dell'agenzia minimizzando così i tempi per la gestione delle pratiche in caso di sinistro, dalla rilevazione dei danni alla compilazione della denuncia", scrivono gli analisti.

Per quanto riguarda i nuovi prodotti e le innovazioni proposte dal settore, le assicurazioni on demand/instant/pay-per-use "si apprestano a conquistare una grande fetta di clientela sempre più incuriosita dai modelli di assicurazione digitale smart e time-saving". Nonostante solo il 7% sappia perfettamente di cosa si tratta, ben il 75% degli intervistati è interessata al nuovo modello on demand che, riducendo al minimo tempi e passaggi burocratici, offre la possibilità di acquistare rapidamente una polizza nel momento in cui si presenta la necessità.

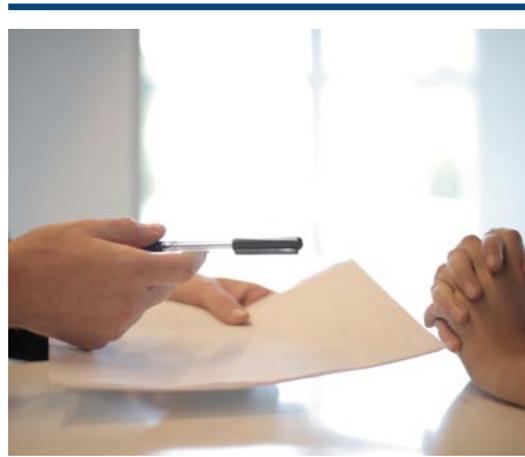
### INFORMAZIONI IN CAMBIO DI SCONTI

Queste polizze sono possibili grazie alle enormi potenzialità dell'insurtech in termini di personalizzazione e parcellizzazione dell'offerta, ma contemporaneamente è sempre più stringente la necessità da parte delle agenzie assicurative di avere un accesso più ampio alle informazioni personali dei clienti, proprio al fine di proporre soluzioni adatte alle singole esigenze. Di fronte alla prospettiva di condividere informazioni personali per ottenere dei vantaggi, la disponibilità è ampia: il 58% del campione sarebbe disposto a condividere con la sua compagnia parametri legati alla propria salute, ad esempio tramite i device indossabili, in cambio di sconti sulla polizza.

Ma d'altra parte, la pandemia in corso sembra aver alzato il livello di attenzione sul tema della sicurezza, "facendo emergere nuove esigenze di copertura e dando alle compagnie la possibilità di mettere alla prova la propria resilienza, spingendole a innovare e a pensare nuovi prodotti", dicono da Nomisma e Crif.

### MA LE POLIZZE CI SONO

Alla domanda del sondaggio se in questo momento ci sono altre coperture assicurative che a oggi non sono offerte dalle compagnie ma che si vorrebbe trovare sul mercato, il 52% non sa bene cosa rispondere, mentre il 9% manifesta nuove concrete esigenze. Gli italiani vorrebbero trovare sul mercato, in primis, una polizza che copre la perdita del posto di lavoro, un desiderio indicato dal 67% di chi ha manifestato nuove esigenze di copertura; seguita dalla polizza cyber risk (47%), tutela legale (45%), dalla copertura per le pandemie e per il lockdown (rispettivamente 41% e 40%). Molte di queste coperture evidentemente ci sono già, ed è significativo che i più non le conoscano, o che comunque non le riescano a reperire sul mercato.



Fabrizio Aurilia



INSURANCE REVIEW  
È SU TWITTER

Seguici cliccando qui



## RICERCHE

# Cresce in qualità il risk management italiano

**Un confronto tra i gestori del rischio dei diversi Paesi europei, che emerge da una survey di Ferma e Pwc, evidenzia un alto livello qualitativo dei professionisti del Belpaese e del ruolo della funzione nelle imprese**

È cresciuta rapidamente la professione di risk manager in Italia, oltre che in numeri assoluti anche in consapevolezza del ruolo e maturità della disciplina. L'evidenza emerge dall'analisi dei risultati dello *European Risk Manager Report*, realizzato da **Ferma** (la Federazione delle associazioni europee di risk management) e **Pwc**, che raccoglie le testimonianze dei risk manager europei per capire il livello di evoluzione di una professione che cambia con il crescere delle imprese e il mutare dei rischi.

L'Italia appare come un Paese in cui la gestione del rischio è vista sempre di più come approccio sistemico che coinvolge tutti i settori dell'azienda e sempre meno come pura gestione delle coperture assicurative. Secondo il report, il 42% dei risk manager italiani è responsabile del processo di *Enterprise risk management* aziendale, curando attività quali lo sviluppo delle *risk map* (91%), l'implementazione e la diffusione della *risk culture* aziendale (82%), il disegno e lo sviluppo di misure di *risk control* e *prevention* (75%). I risk manager italiani sono inoltre i più qualificati, dal punto di vista accademico, a livello europeo: il 74% (44% la media europea) oltre ad avere una qualifica specifica in *risk* o *insurance management* possiede anche una certificazione professionale o è in procinto di conseguirla.

“Da quando nel 1974 **Anra** e altri rappresentanti europei del comparto hanno fondato **Ferma**, la nostra community in Italia non ha fatto che crescere, sia a livello numerico che di attività, e oggi ci troviamo addirittura ad essere innovatori rispetto a quei



Paesi in cui la cultura del rischio era molto più consolidata”, ha commentato **Alessandro De Felice**, presidente dell'associazione nazionale dei responsabili assicurativi e risk manager.

I risk manager italiani si mostrano più attenti pure sulle tematiche *Esg*, che sono oggi in evidenza anche nel settore produttivo: il 46% ricopre un ruolo specifico nel presidio di tali temi e nella gestione dei rischi correlati, contro il 27% del resto d'Europa.

### Attenzione a cyber e crescita economica

L'indagine è stata svolta a febbraio di quest'anno, ma l'emergenza Covid non può che aver accresciuto la consapevolezza del ruolo dei risk manager, chiamati a gestire un panorama dei rischi che è repentinamente cambiato. Prima dell'avvento della pandemia le minacce più temute dai risk manager italiani riguardavano il cyber (39%), le incertezze relative alla crescita economica (32%) e il furto o frode di dati (32%); con un'ottica a tre anni, e al netto degli esiti della pandemia, le incertezze sulla crescita economica salgono al primo posto (26%), seguite dalla iper-regolamentazione (23%) e dalla velocità dei cambiamenti tecnologici (21%). Meno nette le percentuali per i rischi a dieci anni, con il 16% preoccupato soprattutto per il rischio di cambiamento nelle abitudini dei consumatori, e di seguito i timori per le conseguenze del cambiamento climatico, con il 14% che pone l'accento su eventi meteo estremi e l'11% sui cambiamenti climatici e i danni ambientali (11%).

Maria Moro



### 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)

Supplemento al 28 ottobre di [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it) – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577



## CONVEGNO ON LINE

IN DIRETTA WEB

# RC AUTO, L'EVOLUZIONE DELLA TRASPARENZA

5 NOVEMBRE 2020 | 9:30 - 16:15



## Il convegno si propone di analizzare:

- *Scenari, problematiche e nuove soluzioni per l'assicurazione Rc auto nel nostro Paese*
- *Ricerca di sconti e qualità dell'offerta: come cambia il rapporto tra assicurazione e popolazione*
- *Analisi del livello di concorrenza nel settore assicurativo*
- *L'importanza della comparazione dell'offerta*
- *L'evoluzione della mobilità e dell'auto connessa: cosa aspettarsi nel prossimo futuro?*
- *Il valore del contratto base*
- *Le partnership per crescere*
- *L'informazione come analisi del rischio, dalla sottoscrizione della polizza al servizio personalizzato*
- *Le prospettive introdotte dalla tecnologia, dalla telematica, e dall'intelligenza artificiale.*

Main sponsor



## Il convegno si rivolge a:

- *Direttori e responsabili sinistri*
- *Responsabili organizzazione*
- *Responsabili Audit e Compliance*
- *Direttori marketing e commerciale*

**La partecipazione all'evento è gratuita**





## CONVEGNO ON LINE

5 NOVEMBRE 2020 | 9:30 - 16:15

## RC AUTO, L'EVOLUZIONE DELLA TRASPARENZA

## PROGRAMMA

09.30 – 10.00

- **NUOVA MOBILITÀ: QUALI OPPORTUNITÀ PER IL NOSTRO PAESE?**  
- Luigi Onorato, insurance sector leader e Fsi innovation leader di Deloitte Italia  
- Lorenzo Tavazzi, partner di The European House Ambrosetti

10.00 – 10.20

- **TELEMATICA E INTELLIGENZA ARTIFICIALE PER CRESCERE NELL'RC AUTO**  
William Marenaci, research manager di CeTIF

10.20 – 11.00

- **CONTRATTO BASE: QUALI CAMBIAMENTI NELLA RELAZIONE TRA CITTADINI E ASSICURAZIONE?**  
- Fabrizio Premuti, presidente di Konsumer  
- Alessandro Santoliquido, amministratore delegato di Amissima  
- Mise \*

11.00 – 11.30

PAUSA

11.30 – 12.45

- **Tavola rotonda – RC AUTO: PROBLEMATICHE, CAPACITÀ CONCORRENZIALI E NUOVE SOLUZIONI PER LA TUTELA DEGLI ITALIANI**  
- Antonio De Pascalis, capo del servizio studi e gestione dati di Ivass  
- Umberto Guidoni, responsabile della direzione business di Ania e segretario generale della Fondazione Ania  
- Maurizio Hazan, studio legale Taurini-Hazan  
- Flavio Menichetti, responsabile auto di UnipolSai  
- Roberto Serena, responsabile flotte auto di Generali Italia  
- Alberto Tosti, direttore generale di Sara Assicurazioni

12.45 – 14.30

PAUSA

14.30 – 15.15

- **PARTNERSHIP A VALORE AGGIUNTO**  
- Marco Buccigrossi, direttore business di Verti  
- Alberto Busetto, responsabile Connected Business di Generali Jeniot  
- Michele Lomazzi, head of protection di Ing Italia  
- Ivan Pivrotto, head of business & operations di Quixa Assicurazioni

15.15 – 16.15

- **Tavola rotonda – EFFICIENZA E TRASPARENZA, IL BINOMIO PER MIGLIORARE LA GESTIONE DEI SINISTRI**  
- Luigi Barone, direttore sinistri di Reale Mutua  
- Gianluca Lorenzi, head of Reale Lab 1828  
- Maurizio Rainò, direttore claims di Axa Italia  
- Ferdinando Scoa, direttore sinistri di Assimoco  
- Massimo Toselli, direttore sinistri di Groupama  
- Sergio Tusa, sales director di Cambridge Mobile Telematics

ISCRIVITI CLICCANDO QUI

SCARICA IL PROGRAMMA COMPLETO



(\*) invitato a partecipare