

PRIMO PIANO

Il patto tra Caltagirone e Delfin

Publicati i dettagli dell'accordo parasociale siglato lo scorso 10 settembre fra Leonardo Del Vecchio e Francesco Gaetano Caltagirone in vista dell'assemblea degli azionisti di Generali. Su richiesta della Consob, i due azionisti (insieme detengono un partecipazione di poco superiore all'11%) hanno fatto avere a Generali l'integrazione del documento contenente "le informazioni essenziali" del patto tra le società del gruppo Caltagirone e la Delfin di Del Vecchio.

La comunicazione spiega che l'integrazione di queste informazioni è stata richiesta per sintetizzare anche il contenuto delle clausole (pure quelle di natura non interamente parasociale) "disciplinanti l'obbligo di reciproca informazione in ordine ad ulteriori acquisti azionari e la facoltà di terze parti di aderire al patto". La comunicazione precisa che le informazioni essenziali recano l'indicazione di un maggior numero di azioni sindacate "per effetto di acquisti compiuti medio tempore da taluni dei paciscenti".

Il patto ha efficacia immediata, e decadrà alla fine dell'assemblea degli azionisti di Generali (nella primavera 2022) chiamata a scegliere un nuovo cda: Mediobanca punta a confermare l'attuale ceo Philippe Donnet, mentre Caltagirone e Del Vecchio vorrebbero un cambio al vertice.

B.M.

INNOVAZIONE

L'insurtech italiana deve ancora crescere tanto

Con la prospettiva di investimenti pari a 110 milioni di euro a fine 2021, l'industry tricolore è ampiamente al di sotto dei valori europei. L'obiettivo (minimo) è riuscire a raggiungere il miliardo entro il 2023, cioè quanto la Francia faceva nel 2020. Serve più impegno da parte delle compagnie tradizionali: il rischio è diventare terreno di caccia

Lo stato dell'insurtech italiana, oggi, è ancora embrionale: gli altri corrono, noi ci muoviamo come lumache assonnate. Ma se dagli Stati Uniti il ritmo sostenuto è atteso, ora anche l'Europa, con una decisa accelerazione nell'ultimo anno, corre veloce. L'Italia, spiace dirlo, è al palo. Con i nostri 60 milioni di euro investiti in insurtech nel primo semestre 2021, siamo solo una piccolissima fetta degli investimenti europei. Regno Unito, Germania e Francia, negli ultimi 18 mesi, hanno investito rispettivamente 2,8, 2,5 e 2,2 miliardi di euro: l'Italia solo 110 milioni.

"Il gap in termini di investimento si sta ampliando tra l'Italia e gli altri Paesi europei: il rischio è un ridimensionamento delle quote di mercato, ecco perché i prossimi 12 mesi saranno decisivi", ha detto **Simone Ranucci Brandimarte**, in occasione della presentazione dei dati dell'Insurtech investment index al 30 giugno 2021, l'indice ideato dall'**Italian insurtech association** ed elaborato dall'Osservatorio fintech & insurtech del **Politecnico di Milano**.

L'ARRETRATEZZA ITALIANA, NONOSTANTE LE BUONE BASI

"Bisogna investire in start up, progetti interni alle compagnie e partnership", ha suggerito Ranucci Brandimarte, fissando l'obiettivo di un miliardo di euro di investimenti in insurtech nel 2023: "cioè quello che la Francia aveva realizzato già nel 2020", ha chiosato.

Scorrendo la ricerca, sono tanti e interessanti i dati e gli spunti che permettono anche di guardare con un po' di fiducia al futuro, pur partendo da una situazione attuale di arretratezza. Si diceva, quindi, dei 60 milioni di investimenti in insurtech nel primo semestre 2021, un dato comunque in forte crescita rispetto al 2020, primo anno della pandemia, dove si erano registrati appena 50 milioni in totale. La previsione è di arrivare a quota 100/120 milioni di euro entro la fine del 2021.

(continua a pag. 2)



© NicoEInno - iStock



INSURANCE REVIEW È SU FACEBOOK

Segui la nostra pagina



INSURANCE
REVIEW

(continua da pag. 1)

Il ritardo italiano è ancora più sorprendente se si considerano tre dati che invece costituirebbero ottime basi per lo sviluppo: l'Italia è il primo Paese al mondo per auto connesse (tra black box e smart car); ha un'amplissima penetrazione dell'identità digitale tra la popolazione (lo Spid) ed è tra i primi tre Paesi europei per utilizzo di telefoni cellulari e smartphone.

CHI INVESTE, CHI DOVREBBE INVESTIRE

Ma chi investe, o dovrebbe investire, in insurtech? Uno dei principali volani per lo sviluppo è la quota d'investimento delle compagnie tradizionali. Dai dati dell'*Insurtech global outlook*, si scopre che tra il 2016 e il 2021, i fondi di venture capital statunitensi sono stati i principali investitori in start up insurtech, con 11,2 miliardi di dollari; seguono gli assicuratori con 8,3 miliardi (**Allianz, Axa, Zurich e Aviva** cubano il 75% della quota delle compagnie, i fondi asiatici (6,7), quelli europei (2,5), le banche d'investimento (2,1) e altri soggetti (1,7), per un totale di 33 miliardi di dollari in circa cinque anni.

Nel nostro Paese le aziende assicurative sono effettivamente aperte alla collaborazione ma, sottolineano gli analisti della ricerca, "prediligono ancora sviluppare internamente la maggior parte delle soluzioni, ricorrendo solo in maniera marginale all'investimento in start up insurtech". Solo il 22% delle compagnie ha effettuato almeno un investimento nei primi sei mesi del 2021 (19% a fine 2020), mentre il 66% ha avviato almeno un progetto interno (in linea con l'anno scorso) e l'80% ha realizzato almeno una partnership con start up o altri player dell'innovazione (75% nel 2020).

NON ESISTONO DIGITAL UNIT

Ma il dato più sorprendente, per certi versi, è che il 58% delle compagnie ha dichiarato di non aver effettuato alcun investimento in start up e che non lo farà almeno fino alla fine del 2021.

C'è poco da stupirsi, però, se si guarda alle competenze: appena il 34% delle compagnie intervistate ritiene gli asset tecnologici interni adeguati per far fronte alle sfide del mercato, rispetto al 66% della media europea. Solo nel 34% dei casi, esiste una struttura dedicata all'innovazione, contro il 77% del dato europeo.

(continua a pag. 3)



© Kwanchaif - Fotolia

QBE. Siamo pronti.

Il rischio climatico in Italia e gli sviluppi nel mercato assicurativo

Webinar, 21 Settembre, 11.00 - 12.00 (CET)

Se sei un intermediario registrati qui

Made possible
 **QBE**

(continua da pag. 2)

Imbarazzante è poi la percentuale di compagnie italiane che dichiarano di avere al loro interno una *digital unit*: appena il 2%, contro l'85% della media europea. Questo gap impressionante "limita la capacità di sviluppare nuovi prodotti e servizi che siano in linea con le nuove esigenze di un consumatore sempre più digitale", dicono dal Politecnico.

LE INSURTECH STRANIERE SI MANGERANNO IL MERCATO

"Solo il 5% dell'industry assicurativa italiana – ha commentato **Filippo Maria Renga**, direttore dell'Osservatorio fintech & insurtech del Politecnico di Milano – ha intrapreso il percorso della digitalizzazione. Mediamente sul mercato si trovano due collaborazioni per compagnia, troppo poche, vuol dire che le start up trovano un muro all'ingresso. Ma ci sono anche questioni normative, come l'iscrizione all'albo fornitori: non si può chiedere a una start up di avere 10 anni di esperienza. Le partnership non possono essere solo sperimentazioni. I dati lasciano pensare che nei prossimi anni non potrà che esserci uno sviluppo". Pena, aggiungiamo noi, la perdita consistente di quote di mercato a favore proprio di quelle insurtech straniere che rapidamente diventano abbastanza grandi e forti da acquisire le compagnie tradizionali. È già successo. Succederà ancora.

LE POLIZZE SONO GIÀ DIGITALI

Infine, il consumatore digitale (oggi il 32% del target assicurativo) entro 10 anni sarà l'82%. Da qui al 2030, l'offerta di polizze totalmente digitali crescerà in Europa del 30/40%: i segnali sono sotto gli occhi di tutti, giacché sono state circa 400mila le persone che hanno acquistato polizze digitali nei primi sei mesi del 2021, con una crescita del 114% rispetto al 2020. **Efma** stima che le polizze digitali in ambito automotive, esclusa l'Rc auto obbligatoria, saranno il 31% sul totale nel 2030; nel settore viaggio peseranno per il 43%, per il 36% per quanto riguarda la mobilità, il 28% per le polizze casa, il 24% per le assicurazioni su infortuni, stessa percentuale per la pet insurance.

Per tutti questi motivi, concludono i relatori della ricerca, l'obiettivo è di aumentare gli investimenti in insurtech da 50 milioni del 2020 a un miliardo di euro nel 2023, attraverso "creazione e acquisizione di competenze digitali da parte di tutti gli operatori della filiera, maggiori sperimentazioni e collaborazioni, creazione di poli insurtech, sviluppo di un modello open".

Fabrizio Aurilia

PARTNERSHIP

Microsoft e Reale Group si alleano per l'evoluzione digitale delle Pmi

I due gruppi industriali hanno firmato un'intesa per creare un ecosistema aperto alla collaborazione di molteplici partner e mettere a fattor comune servizi e competenze

Microsoft e Reale Group si alleano per sostenere la transizione in chiave digitale delle piccole e medie imprese italiane. Il gigante tecnologico e la mutua assicuratrice torinese hanno annunciato ieri la firma di un protocollo d'intesa volto a creare un ecosistema di servizi aperto alla collaborazione di partner per spingere sulla trasformazione digitale del Paese, puntando in particolare, come accennato, sulle Pmi. Portando in dote il rispettivo know how in ambito tecnologico e finanziario assicurativo, i due player si impegnano a mettere a fattor comune expertise, tecnologie e servizi utili ad accompagnare le piccole e medie realtà italiane nel proprio percorso di digitalizzazione. L'obiettivo è quello di favorire "l'adozione di servizi digitali che possano migliorare l'efficienza, la sostenibilità, la produttività, la resilienza e la prevenzione dei rischi aziendali usando il digitale come value driver tra imprese, partner e istituzioni, creando un impatto positivo sull'ecosistema italiano", spiega una nota congiunta.

Nei prossimi mesi Microsoft e Reale Group co-progetteranno il framework complessivo entro cui verranno gradualmente sviluppati e messi a disposizione delle Pmi pacchetti di servizi, che beneficeranno di comuni risorse tecniche e sforzi congiunti dei due player. L'offerta sarà personalizzata in base al settore industriale e alle filiere in cui operano le Pmi e, per alcuni settori di riferimento, potrà essere supportata da piattaforme digitali dedicate, spaziando a coprire temi chiave per il business, dalla produttività all'accesso agli strumenti IoT, dalla prevenzione dei rischi aziendali alla digitalizzazione dei processi al supporto nelle relazioni con clienti e stakeholder.

L'accordo, sottolinea la nota congiunta, "capitalizza il comune impegno di Microsoft e di Reale Group per promuovere l'innovazione del Paese anche in una logica di sostenibilità". Ciò si tradurrà, per quanto riguarda Microsoft, nella creazione di sinergie con le attività di formazione parte del piano quinquennale di investimenti in tecnologie e competenze *Ambizione Italia #DigitalRestart* che vede tra i suoi focus, sia training e iniziative di reskilling rivolte alle Pmi, sia *l'Alleanza per la sostenibilità* per promuovere una crescita sostenibile dell'Italia attraverso il digitale; mentre per quanto riguarda Reale Group l'impegno è quello di integrare le progettualità innovative e i core asset del gruppo, "al fine di promuovere nuovi modelli di business in grado di generare e valorizzare il tema della sostenibilità e di accelerare la transizione digitale delle Pmi attraverso un nuovo ecosistema digitale aperto alla collaborazione di partner".

Beniamino Musto

RICERCHE

Attività illecite, i rischi per le grandi aziende

Un'indagine internazionale di Kroll ha evidenziato la correlazione fra dimensioni d'impresa e possibile impatto di fenomeni come frode, corruzione e riciclaggio di denaro

Le grandi imprese globali sono anche quelle più esposte all'impatto di attività illecite. Il 57% delle società con un fatturato superiore a 15 miliardi di dollari, secondo il *Global Fraud and Risk Report* di **Kroll**, ha dichiarato di aver subito nell'ultimo anno un impatto molto significativo da episodi di frode, corruzione e riciclaggio di denaro: la media globale, giusto per avere un'idea, si ferma al 36%. Per il 25% delle grandi imprese l'impatto è stato significativo.

"Le aziende si trovano a operare in uno scenario molto complesso e nell'ultimo anno, come mai prima, hanno dovuto affrontare minacce, sia interne sia esterne, su diversi fronti, legate ad esempio alla sempre maggiore complessità delle catene di approvvigionamento e all'impatto delle misure per contenere l'emergenza Covid-19", ha commentato **Marco De Bernardin**, country manager della practice *Forensic Investigation and Intelligence* di Kroll per l'Italia.

Grandi imprese a rischio

Le dimensioni contano quando si parla del possibile impatto delle attività illecite. Il 48% delle aziende con fatturato compreso fra 10 e 15 miliardi di dollari, per esempio, ha affermato di aver registrato un impatto molto significativo, attestandosi sopra a una media globale che, come visto, non va oltre il 36%.

Il rapporto, realizzato sulla base di una serie di interviste a dirigenti aziendali di società operative in 17 Paesi del mondo, sembra dunque delineare una correlazione fra dimensioni d'impresa ed entità dell'impatto derivante da attività illecite. Insomma, all'aumentare delle dimensioni aziendali, aumenta anche il rischio di subire impatti significativi da episodi di frode, corruzione e riciclaggio di denaro. Ciò potrebbe essere dovuto, secondo la ricerca, alla maggiore complessità della struttura e della supply chain, cosa che renderebbe più difficile il monitoraggio di tutte le possibili fonti di rischio. Il risultato è che l'82% degli intervistati ritiene che la concussione, la corruzione e, più in generale, tutte le attività illecite possano avere un impatto significativo sulla propria organizzazione.

Le fonti di rischio

Il controllo dell'intera filiera è dunque fondamentale nella gestione del rischio. A tal proposito, quasi la metà degli intervistati (46%) ha indicato come prima fonte di rischio la scarsa visibilità

sull'attività di terze parti, come fornitori, clienti o distributori; in Italia il dato sale al 47%. I dati riportati evidenziano come la gestione della minaccia esterna ricopra un ruolo fondamentale nel mitigare il possibile rischio di concussione e corruzione.

I rischi, tuttavia, non arrivano soltanto dall'esterno: anche all'interno del perimetro aziendale, secondo l'indagine, è necessario effettuare puntuali azioni di monitoraggio per prevenire qualsiasi tipo di minaccia. Al secondo posto, nella classifica delle fonti di rischio, si piazzano per esempio le carenze relative ai sistemi di archiviazione della documentazione (31% a livello globale, addirittura il 39% in Italia). Chiudono infine il podio di questa triste classifica le azioni dei dipendenti, viste come potenziale fonte di rischio dal 23% degli intervistati a livello internazionale.

Le attività di mitigazione

Le imprese, secondo i risultati della ricerca, sono da tempo impegnate nella mitigazione di questo genere di rischio. Le attività si sono concentrate soprattutto sulla predisposizione di misure proattive volte a individuare e gestire i rischi di concussione e corruzione, quali la valutazione del rischio per l'intera azienda (82%) e l'utilizzo di data analytics (86%). Quasi tre quarti del campione globale (72%) ha inoltre dichiarato che i problemi di concussione e corruzione sono stati oggetto di adeguati investimenti e attenzioni da parte del consiglio di amministrazione. In Italia quest'ultimo dato sale all'84%, ben al di sopra della media di Paesi come Germania (60%), Francia (70%) e Svizzera (63%).

"Il nostro studio ha rilevato un aspetto positivo, ovvero il rafforzamento da parte di molte organizzazioni in tutto il mondo delle misure di difesa, quali il crescente utilizzo di data analytics, e la maggiore attenzione del board alla gestione del rischio, tema di assoluta rilevanza nella fase della ripresa economica post pandemia, mettendo in luce una particolare proattività delle aziende italiane", ha osservato De Bernardin. Tuttavia, ha aggiunto, "il report evidenzia il persistere dei rischi legati alla concussione e alla corruzione, che continuano ad avere un impatto significativo sulle aziende di tutto il mondo e del nostro Paese".

Giacomo Corvi

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



LA FORZA DEGLI INTERMEDIARI

7 OTTOBRE 2021 | 9:00 - 17:00

Palazzo delle Stelline - Corso Magenta, 61 - Milano



Nella ricerca di nuovi modelli di business da parte delle compagnie, gli intermediari si confermano come referente centrale per una relazione di qualità con il cliente e per la proposizione di un'offerta assicurativa evoluta.

Il convegno ha l'obiettivo di definire il valore di un canale distributivo che, tra bisogno di efficienza, di semplificazione, di maggiori competenze e proattività commerciale, è condotto a fare leva su tutti i suoi punti di forza per distinguersi in uno scenario competitivo sempre più complesso.

Il convegno si propone di analizzare:

- I punti di forza degli intermediari
- Problematiche e nodi da sciogliere per l'evoluzione della categoria
- Lo scenario competitivo e il contributo dei diversi canali distributivi
- La nuova fisionomia del cliente
- Normativa e tutela del cliente: l'importanza della semplificazione
- La collaborazione (o competizione) tra canale fisico e canale digitale
- Compagnie assicurative e capacità distributiva: quale contributo dagli intermediari?
- L'evoluzione del modello distributivo, dalla gestione dei dati alla proattività commerciale
- I nuovi parametri del rapporto tra compagnie e intermediari
- Formazione e iniziative per l'evoluzione del concetto di consulenza
- Tecnologia, servizio e competenze: come distinguersi dal resto del mercato

ISCRIVITI ALL'EVENTO CLICCANDO QUI



Main sponsor



Official sponsor



PROGRAMMA

09.00 – 09.30	■	REGISTRAZIONE
09.30 – 09.50	■	QUALE RILEVANZA PER LE RETI AGENZIALI? - Giorgio Loli, manager mercato finanza di Scs Consulting
09.50 – 10.10	■	TECNOLOGIA E INTERMEDIARI: COME VINCERE LA SFIDA DEL FUTURO - Andrea Balestrino, direttore commerciale di Prima Assicurazioni
10.10 – 10.30	■	STRATEGIE PER LO SVILUPPO DELLA CAPACITÀ DISTRIBUTIVA - Luca Filippone, direttore generale di Reale Mutua - Alberto Tosti, direttore generale di Sara Assicurazioni
10.30 – 10.50	■	LA CENTRALITÀ DEGLI INTERMEDIARI NEL MODELLO DI SERVIZIO AL CLIENTE - Lorenzo Sapigni, direttore generale per l'Italia di Cgpa Europe rappresentanza generale per l'Italia
10.50 – 11.10	■	CLIENTI E INTERMEDIARI ALLA RICERCA DI UN'OFFERTA ADEGUATA E COERENTE - Antonio Pinto, dirigente di Confconsumatori
11.10 – 11.30	◆	Coffee break
11.30 – 12.45	■	Tavola Rotonda – LA TUTELA DEL CLIENTE TRA NORMATIVA E NUOVI SCENARI COMPETITIVI - Vincenzo Cirasola, presidente di Anapa Rete ImpresAgenzia - Luca Franzi De Luca, presidente di Aiba - Claudio Demozzi, presidente di Sna - Umberto Guidoni, co-direttore generale di Ania - Roberto Novelli, responsabile ufficio segreteria di presidenza e del consiglio di Ivass - Luigi Viganotti, presidente di Acb
12.45 – 13.00	◆	Q&A
13.00 – 14.00	◆	Pausa pranzo
14.00 – 14.20	■	L'EVOLUZIONE DELLA COOPERAZIONE TRA COMPAGNIA E RETE AGENZIALE - Michele Colio, head of retail distribution di Zurich Italia - Enrico Olivieri, presidente del gruppo agenti Zurich
14.20 – 14.40	■	SOLUZIONI PER NUOVI BISOGNI DI PROTEZIONE - Vincenzo Latorraca, amministratore delegato di Global Assistance
14.40 – 15.20	■	Tavola Rotonda – OPERATIVITÀ, GESTIONE DEI DATI, COMPETENZE: COME SONO CAMBIATI GLI INTERMEDIARI? - Massimo Agrò, direttore rete agenti di Axa Italia - Ennio Busetto, presidente dell'Associazione agenti Allianz - Laura Puppato, vice presidente di Agit - Enzo Sivori, comitato dei presidenti di Aua
15.20 – 15.40	■	PREVENDITA E RAPPORTO CON IL CLIENTE, IL SUPPORTO DELLA TECNOLOGIA INNOVATIVA - Matteo Tagliabracci, amministratore di Netlevel
15.40 – 16.00	■	LA GESTIONE DELLA RETE SECONDARIA - Dario Piana, presidente del Comitato dei gruppi agenti di Sna - Sebastiano Spada, presidente di Ulias
16.00 – 16.30	■	LA CONSULENZA DI VALORE - Michele Anzalone, direttore generale di Area Broker & QZ - Roberto Conforti, presidente di Uea - Ezio Peroni, responsabile distribution di Alleanza Assicurazioni - Angela Rebecchi, general manager, QBE SA/NV, Rappresentanza Generale per l'Italia
16.30 – 16.50	■	SOCIAL SELLING PER ASSICURATORI - Gianluigi Bonanomi, formatore
16.50 – 17.00	◆	Q&A
17.00	◆	Chiusura lavori