INSURANCE Daily

GIOVEDÌ 14 OTTOBRE 2021 N. 2033

PRIMO PIANO

Fmi, pericolo tassi

Il Fondo Monetario Internazionale lancia l'allarme sul possibile impatto che un improvviso aumento dei tassi di interesse potrebbe avere sulle assicurazioni vita a livello globale. L'istituto guidato da Kristalina Georgieva, nel suo ultimo Global Financial Stability Report, ha ricordato che "l'industria assicurativa si trova al centro del mercato del reddito fisso", detenendo circa il 20% delle obbligazioni e il 30% dei corporate bond in tutto il mondo. In questo contesto, in un eventuale scenario di rapido rialzo dei tassi di interesse, dettato per esempio dalla crescita dell'inflazione, gli assicuratori vita si ritroverebbero a fronteggiare nuove sfide: le compagnie in Regno Unito e Stati Uniti risulterebbero particolarmente sensibili a un simile scenario, arrivando a perdere fino al 30% dei propri asset.

Lo scenario potrebbe poi generare un aumento delle richieste di riscatto e spingere le compagnie in Europa e Stati Uniti a liquidare investimenti per circa mille miliardi di dollari. Il rapporto sottolinea che, per quanto la cifra sia "meno del 2% della totalità dei mercati obbligazionari di Stati Uniti e Europa, l'impatto potrebbe comunque rivelarsi significativo se coincidesse con pressioni sulle vendite di altri investitori".

Giacomo Corvi

MERCATO

Serve immaginazione per le imprese di domani

Creatività e assicurazione non potranno più essere concetti lontani. Lo sforzo delle compagnie, ancor più di altre aziende, deve essere quello di guardare oltre l'oggi, di immaginare un nuovo ma prossimo futuro, al di là dei modelli matematici, per dare risposta ai nuovi bisogni

Le più grandi aziende del mondo iniziano tutte con un atto di immaginazione. Continuano a sperimentare nuove idee e modelli di business quando sono piccole e giovani, ma la fiamma dell'immaginazione e dell'innovazione può diventare più difficile da alimentare mano a mano che i prodotti maturano e le organizzazioni diventano più rigide.

Una ricerca di una importante società di consulenza ha scoperto che, mentre oltre il 90% dei leader aziendali senior vede l'immaginazione come fondamentale per il successo della propria azienda, l'80% afferma che è un attributo difficile da affinare.

È una risorsa considerata tale solo da poco tempo, ma oggi è ancor più fondamentale.

Proprio grazie a questa capacità prettamente umana, l'uomo è riuscito a sopravvivere ed evolversi nel corso della storia. Immaginare vuol dire vedere ciò che non si vede, crearsi una immagine di qualcosa che non c'è e, magari, non ci sarà mai.

Per immaginare è fondamentale avere una capacità di pensiero estremamente complessa che consenta di uscire dalla concretezza per arrivare all'astrazione.

È grazie al pensiero astratto che siamo passati dalle pietre per ammazzare le prede, alle lance, fino ad arrivare ai fucili.

È grazie al pensiero ipotetico che abbiamo capito che era meglio trovare un ambiente per ripararsi dalle intemperie e avere la schiena coperta dall'attacco dei predatori.

CREATIVITÀ È REALTÀ DA UN ALTRO PUNTO DI VISTA

È, quindi, questa capacità che consente all'essere umano di prendere decisioni, di risolvere problemi trovando soluzioni che si ritengono migliori in un dato momento e in una data condizione.

(continua a pag. 2)

INSURANCE Daily

GIOVEDÌ 14 OTTOBRE 2021 N. 2033

(continua da pag. 1)

Immaginazione e creatività sono estremamente collegati.

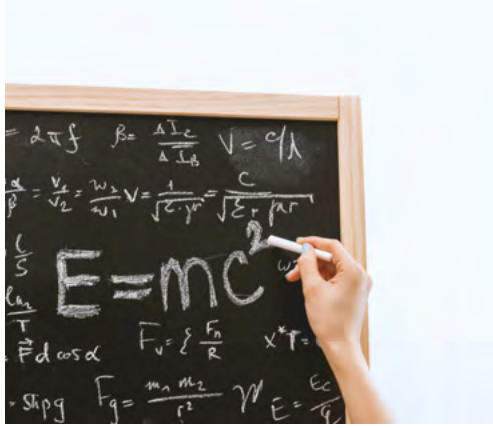
La logica della creatività consiste nel considerare un elemento, dislocare lateralmente un suo aspetto e colmare il gap che è stato così provocato. Il processo è simile a quello dello humor.

La creatività scaturisce da elementi concreti.

Thomas Edison affermò che una innovazione è solo un altro modo di osservare la medesima realtà. La teoria della relatività di **Albert Einstein** è il risultato dell'osservazione, da due diverse prospettive, degli stessi effetti prodotti da una persona che cammina in un treno in movimento.

Il pensiero creativo procede *dal basso verso l'alto*, dal particolare al generale, è induttivo e non deduttivo.

È vero che le organizzazioni mature potrebbero essere in grado di continuare a crescere per un po' sfruttando la strategia che originariamente ha portato loro successo, ma non possono percorrere la stessa strada costante per sempre.



RIORIENTARE LE PERSONE VERSO CIÒ CHE LE MACCHINE NON FANNO

Le grandi aziende devono essere in grado di ringiovanirsi, reinventando i loro prodotti e i loro modelli di business, per poi essere pronte a farlo di nuovo. Devono affrontare anche altre sfide più ampie, come i problemi urgenti e complessi del cambiamento climatico e della disuguaglianza. E poiché l'intelligenza artificiale assorbe sempre più il processo decisionale di routine, le organizzazioni devono essere in grado di riorientare i loro team sul pensiero più creativo, che le macchine non possono fare.

In altre parole, ogni azienda deve essere *una macchina dell'immaginazione* per prosperare, in grado di trovare sacche di opportunità tra le avversità, ripensare i modi in cui può lavorare e scoprire nuovi percorsi di crescita.

Penso che spesso guardiamo al concetto di immaginazione come qualcosa di misterioso: le persone lo hanno o non lo hanno, e non c'è modo di gestirlo sistematicamente. Ma sta emergendo una scienza su cos'è l'immaginazione e come sfruttarla.

(continua da pag. 3)

INSURANCE Daily

GIOVEDÌ 14 OTTOBRE 2021 N. 2033

(continua da pag. 2)

Troppe aziende hanno perso la loro capacità di immaginare. Ma per i leader che cercano di ringiovanire le loro attività, sfruttare tutto il potenziale dei loro dipendenti, trovare nuove strade per la crescita o guardare al mondo in modi nuovi e immaginare un futuro migliore, l'immaginazione è un ingrediente indispensabile.

L'ASSICURAZIONE SI DEVE REINVENTARE

E le assicurazioni?

Fino a qualche tempo fa era impensabile abbinare l'immaginazione alla industria assicurativa.

L'industria assicurativa pone le sue basi, la sua storia, sulle tabelle attuariali, sulle serie storiche, ed è quindi gestita da persone con abilità ben lontane da quelle necessarie per alimentare immaginazione e creatività.

Bene, non potrà più essere così.

La quarta rivoluzione industriale che stiamo vivendo e che pone le sue basi sulla tecnologia, su un nuovo modo di intendere il lavoro, sulla sostenibilità e su molti altri elementi fino a poco tempo fa ignorati, costringe le assicurazioni a reinventarsi e solo immaginazione e creatività, ossia caratteristiche prettamente umane, lo possono fare.

Un profondo stravolgimento delle competenze necessarie per sopravvivere è alle porte per l'industria assicurativa e solo i leader che saranno in grado di comprenderlo e gestirlo garantiranno prosperità alla propria azienda.

Ma saranno in grado di disimparare ciò che hanno appreso nel tempo e aprirsi alle nuove competenze? Dalla risposta a questa domanda scaturirà il successo o il fallimento.

Creatività e immaginazione, mai come oggi, sono caratteristiche fondamentali per costruire le imprese di assicurazione e la vita che verrà.

***Gianluca Zanini**,*
partner di Excellence Consulting

PRODOTTI

Groupama, nuova offerta sulla mobilità

La soluzione segue le persone in tutti gli spostamenti, sia come guidatori che come passeggeri, indipendentemente dal mezzo utilizzato (a piedi, con veicoli di proprietà o in sharing)

Groupama Assicurazioni ha presentato la sua nuova offerta *Mobilità*, disponibile da questo mese, che prevede nuove garanzie finalizzate a proteggere la persona in tutti i suoi spostamenti, per muoversi in completa sicurezza utilizzando car sharing, bici, monopattini e mezzi pubblici.

Le nuove garanzie riguardano, in particolare: la responsabilità civile (durante la circolazione in aree pubbliche, in caso di danni involontariamente causati per guida di veicoli, con o senza motore, non soggetti all'obbligo di assicurazione Rca; o in caso di circolazione a bordo di un'auto condivisa con altre persone, come passeggero); gli infortuni (che potrebbero verificarsi durante la guida di veicoli, con o senza motore, non soggetti all'obbligo di assicurazione Rca; durante la circolazione come passeggero su un'auto condivisa con altre persone; a bordo dei mezzi di trasporto pubblico o, infine, come pedone); l'assistenza (che prevede il servizio di soccorso stradale per mezzi di trasporto con o senza motore, ma non soggetti all'obbligo di assicurazione Rca e il rimborso del costo di servizio taxi). Ogni garanzia può essere estesa all'intero nucleo familiare.

Una pianificazione pubblicitaria integrata contribuirà a lanciare la nuova offerta, che sarà oggetto di un piano profilato sulle principali emittenti TV e di un piano di digital strategy fino alla fine di ottobre 2021.

Gli italiani si dicono pronti alla mobilità alternativa

Secondo una ricerca **Bva-Doxa** per l'osservatorio *Change Lab-Italia 2030*, realizzato da Groupama Assicurazioni, nei prossimi 10 anni un italiano su due (53%) si dice pronto a rivedere completamente le proprie abitudini in termini di mobilità. Più di sei italiani su dieci (62%) si dichiarano pronti alla shared mobility; quattro su dieci (40%) ad utilizzare mezzi diversificati in base alle esigenze di movimento; il 36% si mostra disposto ad avvalersi esclusivamente di mezzi ecologici, mentre nove su dieci sognano auto full electric.

Tre italiani su dieci sentono l'esigenza di un'assicurazione legata più alla persona che ai singoli mezzi di proprietà; una polizza in grado di coprire tutti gli spostamenti, compresi quelli realizzati attraverso i servizi di sharing.

Secondo **Pierre Cordier**, ad e dg di Groupama Assicurazioni, "cambiando il modo di muoversi degli italiani, stanno cambiando anche le loro esigenze, con una naturale ricaduta sul settore assicurativo a favore del concetto di mobilità multimodale, che si annuncia come uno dei trend dei prossimi anni". Groupama, ha aggiunto Cordier, "è pronta a sperimentare nuove strade per andare incontro alle mutevoli esigenze del consumatore moderno, con servizi sempre più diversificati e personalizzati: su misura. La nostra offerta di protezione della mobilità integrata, centrata sulla persona, si inserisce in modo sinergico nella nostra strategia di Csr, che la nostra compagnia persegue in tema di sostenibilità ambientale e sociale, impegnandosi a fondo per sostenere e favorire la transizione verso comportamenti più sostenibili per la nostra vita e per il nostro pianeta".

B.M.

INSURANCE Daily

GIOVEDÌ 14 OTTOBRE 2021 N. 2033

RICERCHE

Più ottimiste le imprese proattive verso i rischi

Essere stati in grado di organizzarsi per affrontare i rischi legati alla pandemia ha reso più fiduciose le imprese rispetto al futuro, chi invece si è fatto trovare impreparato sta faticando di più a ripartire. L'esperienza ha comunque insegnato a considerare più attentamente le proprie criticità

Più di un'azienda su due a livello mondiale, tra quelle che hanno affrontato in maniera proattiva il rischio pandemico, afferma di averne avuto un impatto inferiore alle attese; superata la fase più critica della pandemia, i timori delle imprese si spostano verso il rischio di un rallentamento dell'economia anche a livello globale.

Sono i principali focus emersi dal *Global Risk Landscape 2021*, realizzato dalla società internazionale di revisione e di consulenza aziendale **BDO** su un campione di 500 C-level a livello mondiale, per capire come le imprese hanno gestito la prolungata situazione di incertezza e quali adattamenti sono stati consolidati per affrontare il prossimo futuro.

Le imprese che sono riuscite con successo a gestire i fattori di incertezza legati al Covid-19 guardano al futuro con maggiore ottimismo e il 51% di queste ritiene di poter superare i rischi legati al Covid-19 nei prossimi sei mesi. Al contrario, il 52% delle imprese avverse al rischio ha affermato di aver subito un impatto della pandemia peggiore rispetto alle attese, il 25% afferma di aver avuto difficoltà nel riconoscere la situazione di crisi e solo il 16% si definisce ottimista.

Del resto, secondo quanto rilevato, il rischio di una crisi sanitaria globale era stato preso in considerazione solo dal 53% delle imprese intervistate, e di questa quota quasi sei imprese su 10 hanno affermato che aver contemplato il rischio è stato di aiuto nel gestire la criticità della situazione. Uno degli effetti dell'avverarsi di un rischio comunque inatteso è che il 90% dei partecipanti alla rilevazione ha condotto l'azienda a una rivalutazione complessiva dei fattori di rischio.

La pandemia ha accelerato alcuni trend presenti nelle organizzazioni. Tra le principali conseguenze c'è l'accelerazione della trasformazione digitale (57%) e l'aumento degli investimenti nel digitale (36%); altra voce che ha assunto un peso maggiore riguarda le componenti Esg, con il 24% dei rispondenti che ha migliorato le proprie performance di sostenibilità ambientale, e il 20% che ha ridefinito l'impatto sulla comunità del proprio business, con un maggiore focus sulla responsabilità sociale.

Guardando al futuro, le principali preoccupazioni riguardano l'ambito della ripresa economica, il cui rallentamento è temuto dal 41% del campione intervistato, i rischi legati all'andamento macroeconomico sono citati dal 30%, mentre si pone in evidenza il rischio di danno alla reputazione (35%).

Maria Moro

10 Insurance Connect

INSURANCE CONNECT compie 10 anni e festeggia questa ricorrenza istituendo gli

INSURANCE CONNECT AWARDS

MILANO, 30 NOVEMBRE 2021

SCARICA IL REGOLAMENTO COMPLETO

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

INSURANCE Daily

GIOVEDÌ 14 OTTOBRE 2021 N. 2033

XIX Convegno Benpower

LA SFIDA OLTRE L'EMERGENZA

Dalla pandemia ai cambiamenti climatici, i nuovi scenari dell'assicurazione property

10.30–10.35 **BENVENUTO**
Maria Carolina Balbusso, Responsabile Marketing e Comunicazione Benpower

10.35–11.35 **TAVOLA ROTONDA: NUOVE EMERGENZE PROPERTY, SOLUZIONI E PROGETTI INTEGRATI**
Modera: *Maria Rosa Alaggio, Direttore Responsabile Insurance Review*

Ellen Bertolo, Head of Claims Aon Italia
Giuseppe Degradi, Consigliere Aipai
Michele Grilli, Responsabile Sinistri Sara
Andrea Gualtirolo, Head of Large Property Claims AXA Italia
Nicola Mancino, Responsabile Allianz Global Corporate & Specialty
Renato Vecchio, Direttore Assicurativo e Risk Management Benpower

11.35–11.45 **INTERMEZZO: INSURTECH 2021: TREND E VISIONI D'INSIEME**
Gerardo Di Francesco, Founder & General Secretary Italian Insurtech Association

11.45–12.45 **TAVOLA ROTONDA: IL PARADIGMA DEL CLIENTE OLTRE L'EMERGENZA, SFIDE E OPPORTUNITÀ**
Modera: *Maria Rosa Alaggio, Direttore Responsabile Insurance Review*

Marcella Accoto, Southern Region Cluster Claims Manager Chubb Italy
Lucio Silvio Casati, Country Head of Risk Engineering Zurich
Dario Cincotti, Presidente Cincotti & Company
Sergio Ginocchietti, Dirigente Responsabile Liquidazione Property Unipolsai
Paolo Iurasek, Vice Presidente Nazionale Anapa Rete ImpresAgenzia
Luigi Viganotti, Presidente Acb

12.45–12.55 **CONCLUSIONI: L'EVOLUZIONE NELL'APPROCCIO ALLA MITIGAZIONE DEL RISCHIO**
Massimo Michaud, Presidente Cineas

12.55–13.00 **SALUTI**

ISCRIVITI GRATUITAMENTE ALL'EVENTO CLICCANDO QUI

ACB · ANAPA · CINEAS PER UNA CULTURA DEL RISCHIO · ICMQ · CERSA · INSURANCE CONNECT TV

INSURANCE Daily

GIOVEDÌ 14 OTTOBRE 2021 N. 2033

Insurance Connect

RC AUTO, TUTELA E MODERNITÀ PER IL CLIENTE

4 NOVEMBRE 2021 | 9:00 - 16:15

Palazzo delle Stelline - Corso Magenta, 61 - Milano

Se la pandemia ha solo accelerato il percorso di revisione della gestione tecnica e del rinnovamento dell'Rc auto, il settore assicurativo dovrà dimostrare, in prospettiva, una sempre maggiore vicinanza al cliente e capacità di generare profitto in questo ambito. L'andamento del comparto auto risulta pertanto condizionato da alcuni pilastri su cui strutturare strategie e politiche commerciali: capacità di gestire i rischi, di operare in un'ottica di mutualità e crescente tutela del consumatore, di personalizzare l'offerta assicurativa. Il contributo della tecnologia resta fondamentale per il settore, che punta alla qualità delle informazioni, all'evoluzione del servizio, all'agilità dell'interazione con il cliente, a partire dalla fase di sottoscrizione fino alla liquidazione del sinistro. L'obiettivo è costruire nuovi scenari per l'Rc auto, una nuova era della centralità del cliente che per le compagnie, impegnate a ricercare fonti di modernità e risposte alla mobilità in evoluzione, dovrà comunque continuare a fare i conti con le criticità normative, la richiesta di convenienza tariffaria da parte del cliente e, soprattutto, la necessità di distinguersi dal resto del mercato.

Il convegno si propone di analizzare:

- *I trend innovativi dell'Rc auto*
- *Le leve per competere: informazioni, efficienza tecnica, customer experience*
- *Il concetto di tutela e mutualità, tra prezzo, innovazione, integrazione dei servizi*
- *L'Rc auto nella percezione del cliente*
- *Il ruolo della tecnologia nelle fasi di controllo dei rischi, contrasto alle frodi, gestione dei sinistri, centralità del servizio*
- *Gli sviluppi della telematica e dell'intelligenza artificiale per la gestione del Ramo auto*
- *Il valore aggiunto dell'Insurtech*
- *Nuova mobilità e connected car: cosa cambia per compagnie e clienti?*
- *Personalizzazione e pricing nell'Rc auto*
- *Iniziative per coniugare rigore tecnico e modernità*

ISCRIVITI ALL'EVENTO CLICCANDO QUI

Main sponsor CAMBRIDGE MOBILE TELEMATICS · CRIF Together to the next level · Solera Italia

Official sponsor Facileripara® www.facileripara.it · GENESYS

INSURANCE Daily

GIOVEDÌ 14 OTTOBRE 2021 N. 2033

CONVEGNO

4 NOVEMBRE 2021 | 9:00 - 16:15

RC AUTO, TUTELA E MODERNITÀ PER IL CLIENTE

PROGRAMMA

09.00 – 09. 30	**REGISTRAZIONE**
09.30 – 10. 00	**VERSO UNA NUOVA ERA PER IL RAMO AUTO?** *- Giuseppe Franco, partner di Boston Consulting Group* *- Roberto Serena, responsabile flotte auto di Generali Italia* *- Andrea Tracogna, dean Mib Trieste School of Management*
10.00 – 10. 20	**DALLA DIGITALIZZAZIONE ALLA CENTRALITÀ DEL CLIENTE** *- Fernando Pernigo, regional vice president for Western Europe, the Middle East, North Africa and Turkey di Solera*
10.20 – 10. 40	**SCENARI E PROPOSTE PER LA NUOVA MOBILITÀ** *- Gian Franco Baldinotti, direttore marketing e sviluppo danni di Vittoria Assicurazioni* *- Davide Cervellin, chief insurance & data officer di Telepass e ceo di Infoblu*
10. 40 – 11.00	**QUANDO IL PREVENTIVO È BASATO SULLO STILE DI VITA** *- Federico Anastasia, responsabile marketing di Linear* *- Sergio Tusa, sales director di Cambridge Mobile Telematics*
11.00 – 11.30	*Coffee break*
11. 30 – 12.45	**Tavola Rotonda – CONCILIARE EFFICIENZA TECNICA, INNOVAZIONE, MUTUALITÀ: QUALI CAMBIAMENTI VENGONO PERCEPITI DALLA CLIENTELA?** *- Antonio De Pascalis, capo del servizio studi e gestione dati di Ivass* *- Umberto Guidoni, co-direttore generale di Ania* *- Maurizio Hazan, avvocato di THMR* *- Francesco La Gioia, ceo del Gruppo Helvetia Italia* *- Alberto Tosti, direttore generale di Sara Assicurazioni*
12.45 – 13.00	*Q&A*
13.00 – 14.00	*Pausa pranzo*
14.00 – 14.20	**INSURTECH, L'INNOVAZIONE PER L'RC AUTO** *- Laura Grassi, direttore dell'Osservatorio fintech & insurtech del Politecnico di Milano*
14.20 – 14.40	**PRICING EVOLUTO PER UN MONDO CHE CAMBIA: L'INDICATORE CLIMATE HAZARDS DI CRIF** *- Filippo Sirotti, senior director - offering development - Insurance Market Crif-Italy*
14.40 – 15.00	**PROBLEMATICHE E SOLUZIONI PER LA GESTIONE DEL PRICING NELL'RC AUTO** *- Mariangela Grieco, head of actuary di Axa Assicurazioni* *- Roberto Landi, direttore tecnico auto di Sara Assicurazioni*
15.00 – 15.20	**COME MIGLIORARE L'EFFICIENZA NELLA LIQUIDAZIONE DEL SINISTRO**
15.20 – 16.20	**Tavola Rotonda – LA COMPETITIVITÀ NELLA GESTIONE DEI SINISTRI: DALLE INFORMAZIONI ALLA QUALITÀ PER COMPAGNIE E CLIENTI** *- Giuliano Basile, responsabile claims di Generali Italia* *- Barbara Buralli, responsabile sinistri e contenzioso di Intesa Sanpaolo Assicura* *- Norberto Odorico chief claims officer di UnipolSai* *- Paolo Rozzi, direttore sinistri di ConTe.it*
16.20 – 16.30	*Q&A*