

PRIMO PIANO

Fitch, 2022 anno dell'insurtech

Fitch prevede per quest'anno un aumento del numero di partnership tra compagnie assicurative tradizionali e player insurtech. L'agenzia di rating, in una nota, sottolinea i numerosi vantaggi di una collaborazione di successo tra start up e compagnie assicurative, cosa che consentirebbe a quest'ultime di adottare più rapidamente le tecnologie più recenti, di ridurre le spese operative, di migliorare la portata della distribuzione e di aumentare la fidelizzazione dei clienti. "Riteniamo – scrivono gli analisti di Fitch – che il successo di queste partnership giocherà un ruolo importante nella futura posizione di mercato delle compagnie assicurative". Fitch prevede che l'innovazione basata sulla tecnologia e le soluzioni digital-first nel settore assicurativo aumenteranno il numero di competitor, aprendo il campo a player non assicurativi come le società tecnologiche, soprattutto nei settori in cui queste ultime hanno accesso a quote di mercato concentrate. Inoltre, a causa dei cambiamenti tecnologici che facilitano un accesso costante e onnipresente alle informazioni, l'agenzia prevede che "la domanda del mercato si sposterà verso la qualità del prodotto piuttosto che verso la familiarità di noti marchi assicurativi". Per leggere la news completa, clicca qui.

Beniamino Musto

MERCATO

Climate change, assicurare la sostenibilità

In un webinar organizzato da Dla Piper e Marsh, si è discusso di ambiente quale fattore di rischio. Dagli eventi atmosferici estremi al fallimento delle strategie per limitare il global warming, fino alle nuove minacce legali, nel mondo del business occorre creare coalizioni intersettoriali, con allineamento tra strategie e dati disponibili

Il rischio principale legato al riscaldamento globale è il riscaldamento globale stesso. O meglio, il fallimento delle politiche, degli impegni e delle azioni per contenerlo. E in questo caso non si intendono solo le misure messe in atto dai singoli governi, come le convenzioni firmate o i documenti licenziati al termine dei summit sul clima: il successo nella lotta al cambiamento climatico passa anche e soprattutto attraverso le strategie dei grandi gruppi industriali, principali responsabili della CO2 presente nell'atmosfera, della loro capacità di fare alleanze, di cambiare i modelli di business, e ancora dei modi di produzione più o meno sostenibili, delle abitudini di consumo.

Dal punto di vista del settore assicurativo, lo si ripete da tempo, il tema è centrale e il ruolo delle compagnie può essere decisivo, facendosi carico dei rischi, fornendo protezione, ma anche (soprattutto?) come investitori istituzionali qualificati. Di questo tema, vasto e dibattuto, si è parlato in un webinar organizzato da **Dla Piper** e **Marsh**, dal titolo *Sostenibilità assicurata*. L'incontro di ieri, a cui seguiranno altri due, è stato incentrato quindi sull'ambiente quale fattore di rischio.

DA BUONE INTENZIONI A IMPEGNI VINCOLANTI

Come ha detto **Andrea Bono**, chief executive officer di **Marsh Italy & Eastern Mediterranean Region**, dal punto di vista del settore assicurativo e dei gestori del rischio, le minacce più concrete legate al cambiamento climatico sono "gli eventi atmosferici estremi e, appunto, il fallimento delle strategie per limitare il global warming". Bono ha ricordato che dal 2017 a oggi, la media dei danni assicurati da catastrofi naturali ha toccato i 100 miliardi di dollari, tra uragani negli Stati Uniti, incendi in Australia e inondazioni in Europa.

Ma, come ha ricordato **Bruno Giuffrè**, responsabile sector insurance di Dla Piper, i rischi per aziende e per i governi sono anche legali: negli ultimi anni c'è stata una transizione verso una vincolatività degli impegni presi per il rispetto dell'ambiente. Le buone intenzioni si sono trasformate in una piena assunzione di responsabilità, con tutti i risvolti giuridici che comporta questa transizione.

SPAZIO A ELETTRICITÀ E RINNOVABILI

Giulia Genuardi, head of sustainability planning, performance mgmt and human rights, Gssb-Gri member, **Enel Americas** board member di Enel, ha parlato dell'approccio d'impresa al cambiamento climatico, raccontando come sta cambiando il modello di business dell'utilità dell'energia. (continua a pag. 2)



(continua da pag. 1)

“Nel 2040 – ha spiegato – Enel dovrà fornire energia al 100% da fonti rinnovabili, ciò significa uscire totalmente da carbone e gas: questo per noi è un cambio di business enorme, non solo un tema di Esg”. Ma i piani e gli impegni delle aziende possono anche mutare (in meglio o in peggio): in Enel, ha raccontato Genuardi, c’è stata un’accelerazione di 10 anni perché prima l’obiettivo del 100% di rinnovabili era fissato al 2050: “possiamo farlo – ha detto – grazie all’impegno di tutti in azienda, ma anche attraverso la tecnologia che evolve”.

Il piano strategico di Enel punta al net zero entro il 2030, attraverso un modello di business sostenibile, incrementando anche l’efficienza delle infrastrutture per le rinnovabili. “Dobbiamo spingere sull’elettrificazione dei consumi”, ha chiosato Genuardi, sottolineando che “l’elettricità dev’essere la fonte primaria”.

SPUNTA LA RESPONSABILITÀ MORALE DELLA CAPOGRUPPO

Dal punto di vista giuridico, invece, stanno emergendo nuove criticità, come ha spiegato nel suo intervento **Marta Cenini**, legate di Dla Piper e professoressa associata di Diritto civile all’Università dell’Insubria. La giurisprudenza internazionale in tema di responsabilità ambientale delle imprese e dei gruppi sta mutando: Cenini ha trattato due casi che hanno coinvolto **Shell**. La prima sentenza è al momento “unica nel panorama giuridico internazionale” e si è basata su fonti di diritto internazionale, ma anche sul codice civile olandese nell’ambito della responsabilità extracontrattuale. La corte dell’Aja ha imposto a Shell di ridurre le emissioni di CO2 del 45% entro il 2030 e di allinearsi agli accordi di Parigi, “anche se non vincolanti giuridicamente”, ha ricordato Cenini. “La condanna – ha spiegato – è arrivata senza un illecito e senza un danno ambientale o a un bene, ma in ottica preventiva: è stata riconosciuta alla compagnia una responsabilità che mira alla prevenzione dell’illecito”.

Nel secondo caso, invece, il danno ambientale c’è stato, cioè uno sversamento in Nigeria, ma la novità sta nel fatto che è stata una società controllata di Shell a commetterlo. Gli appellanti, in questo caso, hanno mosso l’azione contro la capogruppo e hanno vinto perché è stata riconosciuta la *duty of care* della controllante sulla controllata. “Emerge qui la volontà di andare oltre le apparenze e gli schermi societari per colpire le vere responsabilità, anche morali”, ha spiegato Cenini.

UN NUOVO FRAMEWORK DI SOTTOSCRIZIONE

Queste nuove evoluzioni della responsabilità societaria investono ovviamente anche il settore assicurativo. Ne hanno parlato ampiamente **Maria Arana**, Phd, energy and power practice leader Continental Europe di **Marsh Specialty**, e **Veronica Scotti**, chairperson public sector solutions di **Swiss Re**.

Arana ha ricordato quanto impattano e impatteranno in futuro i cosiddetti *transition risk*, che insistono sulle policy, sull’area legale (come abbiamo visto), sulla tecnologia e sul mercato. “Abbiamo anche un nuovo focus sulla responsabilità D&O legata alle tematiche Esg”, ha sottolineato Arana, “oppure su soluzioni innovative che riguardano i rischi parametrici”. La sfida è sviluppare in modo omogeneo un nuovo framework di sottoscrizione dei rischi che tenga sempre conto dei principi Esg e della transizione energetica. “Le nuove soluzioni assicurative – ha concluso Arana – devono essere guidate da nuove analisi dei rischi, quantitative e qualitative”.

A questo punto viene da chiedersi a che punto siamo. “Rispetto all’accordo di Parigi siamo fuori target”, ha affermato Veronica Scotti di Swiss Re. “Siamo di fronte a un bivio e dobbiamo fare scelte definitive”, ha aggiunto. Il rischio climatico è antropogenico e anche le soluzioni non possono che provenire dalle persone.

IL COSTO DELLE TRANSIZIONE? 100 TRILIONI DI DOLLARI

Ma non basta, come detto, solo l’impegno delle aziende: “occorre creare gli incentivi giusti, tutta la transizione deve diventare subito più profittevole, rilanciare la trasparenza e lavorare a chiudere i gap di conoscenza”, ha elencato Scotti. Swiss Re è partita nel 1979 e già nel 2003 era neutrale rispetto ai gas serra. “Non saranno anni facili – ha continuato – ma è l’unica opzione possibile”.

Un altro elemento essenziale è sviluppare l’industria *carbon removal*, cioè quelle modalità per sottrarre CO2 dall’atmosfera. “Il rischio di litigation – ha confermato Scotti – sarà uno tra i più incisivi: cambiano le aspettative della società, delle persone. Dobbiamo trovare un sistema di *derisking*, e non abbassare la capacità di sottoscrizione”.

Serviranno 100 trilioni di dollari per la transizione, ma già oggi le masse disponibili superano i 130 trilioni: “è vitale – ha detto Scotti – creare le condizioni per sbloccare questi fondi”. In ultima analisi, occorre creare coalizioni intersettoriali con allineamento tra strategie e dati, e capire dove e perché il costo del finanziamento non funziona ancora.



COMPAGNIE

Il Gruppo Helvetia Italia accelera sul digitale

Nel 2022 la compagnia punta sullo sviluppo e sull'impiego delle tecnologie emergenti: robotic process automation, machine learning, natural language processing e firma Otp

L'offerta digitale già disponibile di **Helvetia** in Italia si arricchirà ancora nel corso del 2022 con l'introduzione di nuovi prodotti come *Helvetia Protezione Device* per la sicurezza di tutti i digital device, che garantirà una protezione sia per i potenziali danni fisici subiti, sia per il cyber risk.

Un'ulteriore novità sarà inoltre la possibilità di dilazionare il pagamento del premio in rate mensili grazie alla collaborazione con **Sia**.

Inoltre, Helvetia ha messo a disposizione dei suoi intermediari, in abbinamento alla firma Otp, una piattaforma per pagamenti digitali (**Payment hub**) totalmente integrata con i sistemi di compagnia, con l'obiettivo di garantire un processo di incasso end to end smart e veloce.

"Il nostro modo di fare business – spiega **Roberto Lecciso**, ceo del Gruppo Helvetia Italia – da sempre si differenzia per la qualità del servizio e il rapporto fortemente sinergico con i nostri partner. La digitalizzazione intesa come la capacità di sfruttare le innumerevoli possibilità offerte dalle tecnologie emergenti è sicuramente un tema fondamentale nell'ambito del piano strategico 20.25 di Helvetia". Secondo Lecciso, sono diversi i progetti in cui fisico e digitale "combinano le loro peculiarità anche grazie alle nostre partnership e agli ecosistemi che ruotano intorno a Helvetia. Il nostro obiettivo è riuscire a integrare in modo armonico queste componenti aggiungendovi il tocco umano, valore tipico del nostro Dna".

Helvetia, spiega una nota della compagnia "ha già da tempo identificato nell'innovazione e nell'utilizzo delle tecnologie digitali degli abilitatori fondamentali a un modello di business sempre più efficiente e più vicino alle necessità e ai bisogni dei clienti e dei propri intermediari". Questa strategia viene portata avanti da un lato attraverso lo sviluppo dell'offerta di prodotti specifici per i canali digitali, con una piattaforma dedicata (*Selly*), e dall'altro investendo nell'applicazione di tecnologie emergenti (come ad esempio la robotic process automation, il machine learning, il natural language processing e i servizi di firma digitale) per il miglioramento dei propri processi interni e per aumentare la qualità del servizio offerto.

B.M.

INTERMEDIARI

Scontro in Generali, agenti preoccupati

Il presidente del Ga-Gi, Vincenzo Cirasola, in una nota chiede alla compagnia maggiore chiarezza sul ruolo e sul futuro della rete: "da evitare il clima di incertezza"

La battaglia tra i grandi azionisti di **Generali** per il controllo della compagnia, in vista della nomina del nuovo board (il 29 aprile) è ormai nel vivo. Dei giorni scorsi la notizia delle rumorose dimissioni di **Francesco Gaetano Caltagirone** e di **Romolo Bardin** dal cda del gruppo, accompagnate da accuse pesanti che il board, riunito ieri, ha respinto giudicandole "offensive".

Vincenzo Cirasola, presidente del **Gruppo Agenti Generali Italia** (Ga-Gi) ha espresso preoccupazione in merito alle notizie che si sono susseguite in questi giorni.

"Non è la prima volta – ha detto Cirasola – che assistiamo a tali avvicendamenti all'interno della compagnia. Già nel 2016 scrivemmo al presidente Galateri per avere rassicurazioni sull'eco mediatico che aveva caratterizzato il cambio del group ceo. E anche successivamente nel 2017 quando si parlò dell'interesse manifestato da **Intesa Sanpaolo** su un possibile matrimonio con Generali, fummo in prima linea per chiedere chiarimenti. In entrambi i casi intervenimmo tempestivamente per far sentire la nostra voce. E anche oggi come allora chiediamo maggiore chiarezza sul nostro ruolo e sul nostro futuro" precisa Cirasola.

Il presidente del Ga-Gi sottolinea "il valore indispensabile e insostituibile della rete agenziale, sul piano professionale e relazionale, nello sviluppo della compagnia", nonché il contributo degli agenti ai risultati di bilancio, "visto che la maggior parte dei premi di Generali è intermediata proprio dal canale agenziale". Secondo Cirasola, la centralità degli agenti come partner primario della compagnia resta anche come uno dei cardini del nuovo piano industriale che il top management di Generali ha presentato recentemente al mondo finanziario.

"Se ci sono dei cambiamenti – ha concluso Cirasola – è giusto che siano resi noti, in modo da evitare un clima di incertezza che non fa bene né a noi agenti, ma nemmeno ai nostri clienti". Il Ga-Gi si adopererà per quanto in proprio potere "affinché gli agenti delle Generali continuino a rivestire un ruolo fondamentale e strategico, per la compagnia e per i clienti, anche con le nuove tecnologie e modalità di comunicazione che abbiano iniziato a utilizzare in questi anni".

B.M.

#90
dicembre 2021

INSURANCE REVIEW

Strategie e innovazione per
il settore assicurativo

Insurance Review

Strategie e innovazione per il settore assicurativo

La rivista che rende l'informazione specialistica
dinamica e immediata.
Uno strumento di aggiornamento e approfondimento
dedicato ai professionisti del settore.

Abbonati su www.insurancereview.it
Abbonamento annuale € 80,00 (10 numeri)

oppure scarica l'app Insurance Review



Puoi sottoscrivere l'abbonamento annuale nelle seguenti modalità:

- Compilando il form on line all'indirizzo www.insurancetrade.it/abbonamenti
- Inviando un'email a abbonamenti@insuranceconnect.it

Modalità di pagamento:

- On line con Carta di Credito all'indirizzo www.insurancetrade.it/abbonamenti
- Bonifico bancario Antonveneta IBAN IT 94 U 01030 12301 0000 0158 0865

C AUTO: LA T
E IL FUTUR

INFORMATIVA

14 ATTUALI

Illo della
zia nelle
ve

Il mercato
assicurativo:
sostenibile ed

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