



## AGENTI NEL FUTURO

### PRIMO PIANO

## Munich Re, l'utile raddoppia

Munich Re apre il 2024 con risultati molto solidi. La società, come si legge in una nota stampa diffusa questa mattina, ha archiviato il primo trimestre dell'anno con un utile netto di 2,14 miliardi di euro, praticamente raddoppiato rispetto agli 1,27 miliardi dello stesso periodo del 2023. Alla base della performance, illustra la nota, ci sono "le spese sotto la media per sinistri di grandi dimensioni, il maggiore ritorno degli investimenti e la positiva performance di tutti i segmenti di business". Il cfo Christoph Jurecka ha affermato che "tutte le linee di business hanno giocato un ruolo fondamentale nel raggiungimento di questa impressionante performance". L'indice di solvibilità si attesta al 273%, in aumento rispetto al 267% di fine 2023 e al di sopra di un range ottimale stimato in 175-220%. La società ha inoltre approvato un piano di buyback da 1,5 miliardi di euro.

La compagnia punta adesso a un utile netto di cinque miliardi di euro per il 2024, specificando che "la possibilità di generare profitti superiori alla guidance per l'intero anno è aumentata grazie ai positivi risultati registrati nel primo trimestre". Invariati infine i target per il 2024 che erano stati forniti con la pubblicazione dei risultati finanziari del 2023.

Giacomo Corvi

## Polizze property: dalla parte dell'assicurato

**Intensità e frequenza delle catastrofi naturali stanno creando effetti a catena sul mercato assicurativo, con le capacità che si assottigliano proprio quando dovrebbero invece aumentare. Gli intermediari si trovano a dover spiegare ai clienti questo nuovo mondo, sempre più incerto**

Il cambiamento climatico ha determinato uno stravolgimento epocale del sistema assicurativo mondiale. Per avere contezza delle proporzioni, non sono sufficienti le raffigurazioni che ognuno di noi può immaginare per rappresentare le conseguenze dell'innalzamento degli oceani, delle alluvioni devastanti, dei tornado e delle grandinate. È chiaro che la sensibilità verso il tema è massima. Tuttavia, il riscaldamento globale prosegue inesorabile e invertirne la rotta è compito arduo. Gli effetti positivi delle azioni correttive intraprese si manifesteranno fra decenni ed è verosimile sostenere che ciò determinerà scenari di profonda sofferenza per le popolazioni più povere, nonché grande complessità di gestione in termini di danni ai beni e di continuità aziendale per i paesi industrializzati.

In questo contesto, il compito dell'assicuratore si complica considerando che i dati essenziali per misurare il rischio mutano di anno in anno, determinando valori di frequenza, intensità e calcolo attuariale del tutto nuovi e in aumento esponenziale rispetto alla storia assicurativa conosciuta.

### UNA FRAGILITÀ SISTEMICA

Fin dalle prime forme di assicurazioni, si è cercato di trovare soluzioni che proteggessero l'assicurato dai casi avversi della vita. È interessante ricordare le origini del mestiere, quando l'armatore assoldava l'assicuratore per proteggere la nave col suo carico per i rischi di terra, mare e fuoco. Qui, però, la questione è profondamente diversa. Un evento catastrofico che colpisca su vasta scala regioni con tassi di industrializzazione importanti determinerebbe danni tali da mettere in ginocchio qualsiasi compagnia assicurativa non opportunamente riassicurata.

Quanto accaduto negli ultimi anni ha messo in evidenza una fragilità sistemica che ne ha rilevato, al di là dei risarcimenti, l'inadeguatezza a far fronte in tempi accettabili all'esigenza degli assicurati, così come l'incapacità di ripristinare i rispettivi danni con provviste economiche derivanti dalle polizze. In molti casi, il dover anticipare di tasca propria somme cospicue ha fatto la differenza fra ricostruire in tempi brevi o attendere indennizzi infiniti. Tutta la filiera del sinistro, dalla denuncia per arrivare alla perizia, ha determinato un impatto considerevole attraverso una mole di lavoro non compatibile con l'esigenza dei clienti che, in molti casi, hanno dovuto fare i conti con automezzi fermi, aziende improduttive o, peggio ancora, case distrutte. (continua a pagina 2)



Mario Cipriano, presidente di Uea

(continua da pagina 1) Non è dunque un problema circoscritto solo al mero calcolo attuariale di quanto fabbisogno tecnico occorre per far quadrare i conti, ma si estende sul grado di resilienza dell'intero sistema a eventi dannosi massivi e di intensità così importante. L'esperienza ci insegna che occorre prepararsi con modelli di servizio diversi e appropriati anche a calamità di tale portata.

## IL DIFFICILE COMPITO DEL DISTRIBUTORE

Altro aspetto da non trascurare è la questione della riassicurazione. Ogni compagnia o gruppo assicurativo ha dovuto fare i conti con un incremento importante del costo della riassicurazione e con l'aumento delle franchigie a loro carico. Tutto ciò con la necessaria conseguenza di equilibrare il conto economico del business assicurativo. In altre parole, di fronte a maggiori costi di copertura riassicurativa e di remunerazione del rischio con franchigie più alte, vi è stato un ricalcolo esponenziale delle tariffe sulle aree geografiche più a rischio sul territorio nazionale.

Tutto perfetto dal punto di vista matematico, ma con quale impatto sul cliente? Il distributore, figura che si pone a contatto con l'assicurato, deve trovare le motivazioni a tutto questo, cosa per nulla facile, non solo per i rapporti commerciali, ma per gli aspetti giuridici cui deve sottostare. In alcuni passaggi contenuti nel regolamento Ivass n. 40 del 2 agosto 2018, si stabilisce che "i distributori devono comportarsi con equità, onestà, professionalità, correttezza e trasparenza nel miglior interesse dei contraenti e degli assicurati e in modo da non recare pregiudizio", "i distributori sono tenuti a proporre contratti coerenti con le richieste ed esigenze di copertura assicurativa e previdenziale del contraente o dell'assicurato", "sulla base delle informazioni raccolte, i distributori, forniscono al contraente in forma chiara e comprensibile, informazioni oggettive sul prodotto, illustrandone le caratteristiche, la durata, i costi, i limiti della copertura ed ogni altro elemento utile a consentirgli di prendere una decisione informata".

## LA PROFILAZIONE ESTREMA PORTA ALLA DESERTIFICAZIONE ASSICURATIVA

Ripercorrendo il tema con la declinazione degli articoli di riferimento, è evidente che esiste una profonda differenza fra le esigenze degli assicurati in tema di eventi atmosferici e la realtà assicurativa. Osserviamo il proliferare di rinnovi contrattuali con penalizzazioni rispetto alle garanzie in corso che colpiscono proprio quelle coperture per le quali l'assicurato ha esigenze di essere tutelato. Sia ben chiaro, non sto dicendo che le compagnie stiano agendo in modo scorretto; è loro compito garantire le prestazioni assicurate, diversamente verrebbe meno lo scopo di assicurarsi. Sto evidenziando che i distributori devono sottostare a norme che li obbligano ad assumere un ruolo di protezione degli interessi dell'assicurato, come ultimo presidio a tutela dei suoi diritti riconosciuti dal regolatore attraverso i flussi informativi previsti dalla normativa Pog. Un ruolo che stride con la pratica avviata dai principali gruppi di segmentare sempre più i clienti, profilando i rischi attraverso sofisticati algoritmi dipendenti da modelli di calcolo, addestrati per ottenere il massimo profitto, facendo venir meno il principio di mutualità.

Mutualità, sussidiarietà e solidarietà sono gli ingredienti per far fronte ai grossi casi avversi della vita e sono alla base della professione assicurativa. Ce lo insegna la storia. Non è possibile pensare di non ripartire rischi così grandi in un'ottica mutualistica. La profilazione estrema porterà alla desertificazione assicurativa nelle zone a rischio maggiore per incapacità economica degli assicurati di far fronte ai costi assicurativi.

## UNA CRISI DI MUTUALITÀ

Oggi il rischio è la somma di venti, tornadi, alluvioni e grandine. Permettetemi una provocazione: e se domani il rischio fosse il fuoco, cosa dovremmo fare? Non fare più polizze incendio? Sia ben chiaro, non è uno scenario troppo lontano dalla realtà: in California è in atto una profonda crisi, chiamata *crisi assicurativa degli incendi boschivi*, per la quale ci sono ampie zone prive di copertura assicurativa, tant'è che il governo e le autorità locali stanno adottando misure per affrontare la crisi degli incendi e migliorare la gestione del rischio per influenzare le politiche assicurative future.

A questo punto, la domanda: meglio non assicurati o pagare un po' tutti di più per far fronte a una problematica che oggi riguarda solo una parte degli assicurati, ma che domani potrebbe riguardare anche altre zone? A voi la risposta.



Mario Cipriano,  
presidente di Uea



## CARRIERE

### Generali GC&C annuncia l'ingresso di Patricia Puerta

Dal 2 maggio è a capo dell'area mediterranea e latinoamericana della compagnia del gruppo

Generali Global Corporate & Commercial (GC&C) ha annunciato l'ingresso di **Patricia Puerta** come nuova head of GC&C Mediterranean & Latin America. Operativa a partire dallo scorso 2 maggio Puerta ha preso il posto di **Carlos Gomez**, alla guida della regione dal 2013 e recentemente trasferitosi nella posizione di responsabile assicurazioni di GC&C.

Nel suo nuovo ruolo, Puerta supervisionerà le operazioni aziendali e commerciali nella regione del Mediterraneo (escluse Italia e Grecia), nonché in America Latina, concentrandosi sulla promozione di iniziative di crescita sostenibile, tra cui "l'identificazione di opportunità per lo sviluppo del business e il miglioramento dell'efficienza operativa, nonché l'ulteriore rafforzamento della presenza e dell'impatto di GC&C in tutta la regione", spiega una nota del gruppo **Generali**.

Puerta lavora nel settore assicurativo da più di due decenni, in diverse aree tra cui sinistri, controllo del credito, operations e underwriting, in particolare nel settore multinazionale dei grandi rischi. Prima del suo approdo in GC&C, Puerta ha ricoperto il ruolo di direttore generale presso **Qbe Iberia** ed è stata membro del Comitato di gestione europeo, guidando una serie di iniziative strategiche in Europa e oltre. Inoltre, ha co-promosso un progetto di collaborazione che ha unito team in varie regioni tra cui Europa, Regno Unito e Canada. Puerta ha studiato giurisprudenza e ha conseguito un master in assicurazioni e gestione dei rischi presso l'Universidad Pontificia de Salamanca.



© Gruppo Generali

Patricia Puerta

Beniamino Musto

## COMPAGNIE

### Il forum di Assago diventa Unipol Forum

Accordo pluriennale tra il gruppo assicurativo-finanziario e Forumnet, che si sviluppa da maggio 2024 a dicembre 2026 (con opzione fino a fine 2027)



© Gruppo Unipol

Il forum di Assago (Milano) diventa **Unipol Forum**. Il gruppo presieduto da **Carlo Cimbri** ha ufficializzato la partnership con **Forumnet** (proprietario e gestore dell'impianto) che vede **Unipol** acquisire, in qualità di title sponsor, i naming rights dell'impianto.

L'iconica arena milanese assume la nuova denominazione sulla base di un accordo pluriennale che si sviluppa da maggio 2024 a dicembre 2026, con opzione per un ulteriore anno di contratto, fino alla fine del 2027.

Questa title sponsorship con una delle venue più rilevanti in Italia nell'ambito dell'entertainment musicale e sportivo (parte della **Eaa - European Arenas Association**) permette a Unipol "di consolidare sia il proprio posizionamento di marca sia la presenza attiva su Milano e si affianca alla pluriennale sponsorship di **Unipol Arena** a Casalecchio di Reno - Bologna", spiega una nota di Unipol.

L'attivazione dei diritti di immagine e di hospitality, derivanti dall'accordo, prevede che il marchio Unipol Forum, nell'arco dei mesi di maggio e giugno, andrà a brandizzare progressivamente l'impianto milanese in tutti i suoi spazi esterni e interni.

B.M.

#### 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 8 maggio di [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it) - Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 - ISSN 2385-2577

## INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2024

11 GIUGNO 2024 | 9:00 - 17:00

Hotel Melià | Via Masaccio 19, 20149 Milano



### OPENING SESSION

#### BUSINESS TRANSFORMATION: INTELLIGENZA ARTIFICIALE E DIGITALIZZAZIONE PER LA NUOVA ASSICURAZIONE

Intelligenza artificiale, machine learning, big data, blockchain, IoT, cloud computing e digitalizzazione sono le leve che il settore assicurativo sta utilizzando per ricercare spazi di innovazione distintivi che consentano di potenziare il valore dell'assicurazione nel nostro paese, la diversificazione dei servizi e la relazione con il cliente. Il legame tra Business e Tecnologia si stringe in percorsi sempre più sfidanti, tracciati da scenari difficili e caratterizzati da crisi permanenti, effetti dei cambiamenti climatici, criteri di mutualità e ricerca di profitabilità. Il ripensamento del business assicurativo è sostenuto da modelli evoluti di valutazione e mitigazione del rischio, interpretazione dello strumento tecnologico a favore delle strategie identitarie, commerciali e di sostenibilità delle compagnie.

Modera Maria Rosa Alaggio, direttore di Insurance Review e Insurance Trade

Sponsor opening session

- 9.00 – 9.30 ► **REGISTRAZIONE**
- 9.30 – 10.30 ► **TAVOLA ROTONDA – BUSINESS TRANSFORMATION: INTELLIGENZA ARTIFICIALE E DIGITALIZZAZIONE PER LA NUOVA ASSICURAZIONE**
  - Marco Amendolagine, head of product management, Europe and Apac di Cambridge Mobile Telematics
  - Renzo Avesani, chief executive officer di Leithà (gruppo Unipol)
  - Irene Di Deo, ricercatrice senior dell'Osservatorio artificial intelligence Polimi
  - Enzo Di Puma, chief operating officer di Axa Italia
  - Sergio Miedico, chief operating officer di Reale Ites
  - Vanessa Perciballi, head of data products and BI tools di Generali Italia
- 10.30 – 10.40 ► **SCENARIO DI MERCATO E INNOVAZIONE PER CITTADINI E IMPRESE**
  - Intervista a Umberto Guidoni, co-direttore generale di Ania
- 10.40 – 11.00 ► **CONFIGURAZIONE ZERO-CODE ATTRAVERSO L'INTERA CATENA DEL VALORE**
  - Sara Zavarise, head of pre-sales di Rgi
- 11.00 – 11.30 ► **COFFEE BREAK**
- 11.30 – 12.20 ► **TAVOLA ROTONDA – OMNICHANNEL, COSÌ CAMBIA L'INTERAZIONE CON IL CLIENTE**

Strategie, tecnologie, progetti per l'evoluzione del servizio (nel mondo salute, auto, danni) e della centralità del cliente

  - Marco Brachini, direttore marketing, brand and customer relationship di Sara Assicurazioni
  - Mirella Maffei, direttore business development & finance di Assimoco e direttore generale di Bcc Assicurazioni
  - Lorenzo Maselli, head of go to market di Doxee
  - Marco Mazzucco, direttore vita e welfare di Reale Group e ad di Blue Assistance
  - Eddy Piedepalumbo, responsabile agenzie, affinity e broker di Helvetia Italia
- 12.20 – 12.50 ► **TAVOLA ROTONDA – INSURTECH: IDEE, TECNOLOGIE E AREE DI APPLICAZIONE**

Il contributo di insurtech e start up all'innovazione del settore assicurativo: scenario di mercato, azioni intraprese, risultati e opportunità da cogliere

  - Massimiliano Caradonna, senior vice president di Dekra Group
  - Simone Ranucci Brandimarte, presidente dell'Italian Insurtech Association
  - Nicolò Soresina, ceo e chief executive officer e chief operating officer di Vittoria hub
  - Esponente di Generali Italia\*
- 12.50 – 13.00 ► **Q&A**
- 13.00 – 14.00 ► **LUNCH**



Sponsor sessione tematica



Official sponsor



## INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2024

11 GIUGNO 2024 | 9:00 - 17:00

[WWW.INSURANCECONNECT.TV](http://WWW.INSURANCECONNECT.TV)

## SESSIONE TEMATICA INTERMEDIARI

14.00 - 15.30

I trend di mercato, le strategie delle compagnie e gli orientamenti del cliente stanno accelerando le azioni degli intermediari in un quadro fatto di ricerca di stabilità, competitività, efficienza e valore aggiunto per il cliente. A caratterizzare il cambiamento sono digitalizzazione, piattaforme tecnologiche, specializzazione, accordi commerciali e società di servizi.

14.00 – 14.20 – **MODELLI ORGANIZZATIVI E GESTIONALI, UNA LEVA DI SUCCESSO PER GLI INTERMEDIARI**  
- Fabio Orsi, partner di Innovation Team - Mbs Consulting (gruppo Cerved)

14.20 – 15.30 – **TAVOLA ROTONDA – TECNOLOGIE, ORGANIZZAZIONE E PARTNERSHIP: DALLE ESIGENZE DELLA CLIENTELA AL NUOVO BUSINESS**  
modera Fabio Orsi, Innovation Team  
- Alberto Bonomo, amministratore di X Consulting  
- Alessandro Lazzaro, presidente dell'Unione Agenti Axa  
- Enzo Sivori, presidente di Agenti UnipolSai Associati  
- Giuseppe Sutera, presidente del Gruppo Agenti Italiana Assicurazioni  
- Enrico Olivieri, presidente del Gruppo Agenti Zurich  
- Luigi Viganotti, presidente di Acb

## SESSIONE TEMATICA INNOVATION LAB

14.00 – 15.30

Interpretare il cambiamento, anticipare l'evoluzione del mercato e della clientela, amplificare le possibilità di offrire soluzioni e servizi. Con questo obiettivo sono nati centri di competenza e importanti iniziative capaci di prevedere il futuro, favorire nuove opportunità, fornire risposte concrete al cliente.

14.00 - 14.20 – **AI ACT IN ACTION: SFIDE E OPPORTUNITÀ DI INNOVAZIONE PER IL SETTORE ASSICURATIVO**  
- Stefania Salmi, manager di Scs Consulting

14.20 - 15.30 – **TAVOLA ROTONDA – STRATEGIE E PROGETTI PER L'INNOVAZIONE**  
- Enkeleida Bitri, responsabile focal point Insurance di Intesa Sanpaolo Vita  
- Andrea Cavallero, chief operations & IT officer di Generali Italia  
- Giacomo Lovati, chief beyond insurance officer di UnipolSai  
- Maurizio Rainò, chief claims officer di Axa Italia  
- Davide Ricci, senior manager di Scs Consulting  
- Esponente di Reale Group

Sponsor opening session



Sponsor sessione tematica



Official sponsor



## SESSIONE TEMATICA COMUNICAZIONE

15.30 – 17.00

La comunicazione, attraverso i social, sul territorio o coinvolgendo dipendenti e reti di vendita, è un pilastro per trasmettere i valori identitari delle compagnie, sensibilizzare la clientela verso l'importanza dell'educazione finanziaria, l'inclusione, la partecipazione. E far emergere, con strumenti e iniziative innovative, il ruolo economico e sociale dell'assicurazione.

### 15.30 – 16.45 – TAVOLA ROTONDA – INIZIATIVE PHYGITAL, EDUCATIVE E INCLUSIVE

modera Gianluca Zanini, partner di Excellence Consulting

- Carla Bellavia, direttore risorse umane, organizzazione e comunicazione di Groupama Assicurazioni
- Luciano Chillemi, responsabile comunicazione istituzionale e customer care di Vittoria Assicurazioni
- Letizia D'Abbondanza, responsabile customer & external communication di Axa Italia
- Chiara Pastorino, responsabile personale e organizzazione di Intesa Sanpaolo Vita
- Luca Petermaier, responsabile comunicazione di gruppo, relazioni esterne e corporate identity del gruppo Itas

16.45 – 17.00 – Q&A

## SESSIONE TEMATICA DISTRIBUZIONE E MODELLI DI OFFERTA

15.30 – 17.00

La pluralità di modelli distributivi è espressione della ricerca di innovazione da parte degli operatori del settore, tra nuove strategie basate sulla tecnologia e sulle partnership, capacità di comporre e valorizzare prodotti e servizi (anche in ottica embedded insurance o polizze parametriche), e di interagire con i clienti.

### 15.30 – 16.45 – TAVOLA ROTONDA – STRATEGIE PER L'EVOLUZIONE DEI MODELLI DISTRIBUTIVI

- Leonardo Felician, ceo BeRebel (gruppo Unipol)
- Simone Lazzaro, chief underwriting officer di Revo Insurance
- Gianfilippo Lena, ad di Telepass Assicura
- Jean-François Mossino, presidente della Commissione Agenti Bipar
- Antonio Valitutti, ad di Isybank

16.45 – 17.00 – Q&A

Sponsor opening session



Sponsor sessione tematica



Official sponsor



**ISCRIVITI CLICCANDO QUI**  
**SCARICA IL PROGRAMMA COMPLETO**