

PRIMO PIANO

Insurance Europe, un nuovo dg

Thea Utoft Høj Jensen è il nuovo direttore generale di Insurance Europe. In carica dal 4 novembre 2024, Høj Jensen prende il posto di Michaela Koller, che ha ricoperto l'incarico negli ultimi 18 anni. "Ringrazio i vertici di Insurance Europe per la fiducia", ha commentato il nuovo direttore generale. "Sono ansiosa di poter lavorare in nome di tutti i membri della federazione – ha proseguito – per continuare a promuovere il ruolo centrale che l'assicurazione e la riassicurazione ricoprono nell'economia europea".

Høj Jensen arriva a Insurance Europe dalla multinazionale della consulenza Fti Consulting, dove ricopre al momento l'incarico di senior managing director ed head of financial services nell'ufficio della società a Bruxelles: vanta quasi vent'anni di esperienza nel mercato dei servizi finanziari e degli affari europei, con numerosi incarichi nel settore privato e pubblico, fra cui anche il governo danese.

Frédéric de Courtois, nominato recentemente presidente di Insurance Europe, ha voluto dare il suo benvenuto a Høj Jensen. "La sua lunga esperienza all'interno e all'esterno delle istituzioni europee, unita alla sua ampia conoscenza del settore finanziario, sarà una grande risorsa per la federazione", ha commentato.

Giacomo Corvi

COMPAGNIE

Sompo, un team di valore per crescere in Italia

Simona Fumagalli guida l'unità Commercial P&C della compagnia internazionale nel nostro paese: una squadra che, seguendo la filosofia del gruppo, è composta da esperti del mercato assicurativo che hanno la facoltà di prendere decisioni commerciali e di sviluppare le relazioni autonomamente, ma sempre con il supporto della casamadre

Sompo vuole farsi sentire sul mercato italiano e sta costruendo un team forte e ambizioso per lo sviluppo del business commercial e Pmi. La svolta è stata la nomina di **Simona Fumagalli** in qualità di country manager insurance per l'Italia, avvenuta nel giugno dell'anno scorso, cui è seguita la costruzione di una squadra dirigenziale composta da manager con esperienza e l'apertura di un nuovo e più ampio ufficio a Milano.

Fumagalli ha risposto alle domande di *Insurance Daily* e ha parlato dei progetti di crescita della compagnia in Italia, sottolineando la strategia della casamadre che, attraverso un approccio globale, lascia grandi responsabilità alle unità locali nella conduzione del business.



Simona Fumagalli

In poco più di un anno, dalla sua nomina nel giugno 2023, Sompo ha consolidato la sua presenza in Italia: quali sono state le tappe decisive di questo percorso?

La crescita commerciale di Sompo in Europa continentale è stata un vero e proprio obiettivo degli ultimi 18 mesi e l'Italia ne è un pilastro fondamentale. Dopo la mia nomina, abbiamo effettuato una serie di assunzioni senior per completare il mio team di leadership in Italia, tra cui i responsabili di property, casualty, financial lines, marine, accident & health, claims e distribution & client relationship management. Tutti i nuovi assunti sono figure molto rispettate nei loro settori, ben conosciute sia nel mercato assicurativo nazionale sia in quello internazionale e note per la loro esperienza e per le loro capacità manageriali.

Con un team in crescita, ci siamo recentemente trasferiti in un nuovo ufficio più grande, a Milano, che fornirà al team un fantastico spazio da cui condurre la crescente offerta commerciale di Sompo in tutta Italia.

Per lei è una nuova avventura, dopo tanti anni nel settore: cosa l'ha convinta di più del progetto di Sompo in Italia?

Mi hanno convinto due aspetti del progetto di Sompo: il piano di espansione coordinato per l'Europa continentale e l'impegno ad assumere talenti locali.

Per me era molto importante entrare a far parte di un'azienda che avesse sia ampiezza sia profondità, e questo è proprio l'approccio di Sompo. Siamo sostenuti dall'entità globale con la sua forza finanziaria, ma in ogni paese c'è un team di esperti del settore e del mercato che ha la facoltà di prendere decisioni commerciali quotidiane e di sviluppare le proprie relazioni.

La combinazione di forza globale e locale consente a Sompo di lavorare a stretto contatto con i broker su entrambi i livelli e di fornire copertura ai clienti sia nel settore delle multinazionali sia in quello delle Pmi. (continua a pagina 2)

(continua da pagina 1)

Qual è il modello distributivo di Sampo, in quali linee di business siete presenti (o vorrete esserlo) e perché l'Italia può essere un mercato strategico per l'assicuratore internazionale?

Sampo si concentra sui grandi rischi aziendali del mercato assicurativo italiano, con un potenziale per le attività più piccole quando corrispondono alle nostre aree chiave: casualty, financial lines & cyber, property & energy, marine & specialty e accident & health.

La nostra esperienza in un'ampia gamma di rami assicurativi, unita alla nostra solidità finanziaria, ci rende un partner commerciale interessante. Forniamo le giuste soluzioni assicurative ai clienti in un'ampia gamma di settori grazie a un team e a un'infrastruttura locale, pienamente responsabile.

Il mercato assicurativo italiano si trova in una fase molto interessante, pronto a espandersi in modo significativo nel prossimo futuro, anche considerando la novità rappresentata dall'obbligo di copertura catastrofale per le imprese. È quindi un momento ideale per lavorare in Italia e una vera opportunità per Sampo di fornire la sua capacità con rating A a un mercato in ascesa. In Italia c'è sempre più necessità di vettori globali con una presenza locale in grado di offrire il capitale, la propensione e le capacità di gestione del rischio di cui hanno bisogno per affrontare le sfide.

Quali sono le strategie e gli obiettivi a medio-lungo termine per Sampo nel nostro paese? In che modo pensate di attuare le strategie e raggiungere gli obiettivi?

In Sampo siamo molto ambiziosi e abbiamo grandi progetti per l'Italia. Il reclutamento è un obiettivo importante: mentre facciamo crescere la nostra offerta di assicurazioni commerciali, cerchiamo di assumere e trattenere i migliori talenti. Siamo molto interessati a investire nello sviluppo della prossima generazione di professionisti italiani del settore assicurativo.

Il nostro impegno a responsabilizzare i team locali è parte di ciò che rende Sampo un luogo di lavoro attraente: vogliamo che abbiano la possibilità di prendere decisioni, perché hanno le conoscenze e le competenze necessarie, quindi sono nella posizione migliore per guidare l'attività sul campo.

All'esterno, Sampo mira a instaurare relazioni solide e a lungo termine con partner e clienti intermediari. Ascolteremo attentamente le loro esigenze e creeremo soluzioni assicurative su misura, combinando la nostra vasta competenza ed esperienza globale con la conoscenza locale.

Per quanto riguarda gli obiettivi di sviluppo, Sampo prevede di crescere anche per linee esterne (acquisizioni, partnership ecc.)?

Sampo dispone di una forte rete globale e ha collaborazioni consolidate con broker internazionali. Mentre costruiamo il nostro team italiano di esperti del settore, cercheremo di diversificare la distribuzione nazionale attraverso broker e Mga (managing general agent) specializzati nel mercato italiano.

In parte, svilupperemo la nostra offerta di assicurazioni commerciali in tutta Italia accedendo ai mercati regionali in via di maturazione e in cui operano molte delle nostre Pmi clienti.

Tutto questo lavoro sta gettando le basi per la crescita e, man mano che il team e l'attività di Sampo in Italia aumenteranno di dimensioni, cercheremo di essere visti come un'alternativa credibile e interessante agli operatori già affermati.

Qual è il vostro giudizio rispetto all'obbligatorietà della polizza catastrofale per le imprese, che in Italia scatterà alla fine dell'anno? Quali i rischi, quali le opportunità? Avete qualche progetto in merito?

Le catastrofi naturali sono una priorità per molti assicuratori in Italia. Come noto, entro la fine del 2024, tutte le imprese domiciliate in Italia dovranno dotarsi di un'assicurazione contro sismi, alluvioni, frane, inondazioni ed esondazioni. Le compagnie di assicurazione hanno a loro volta l'obbligo di contrarre e di accettare i relativi rischi, fatte salve le precisazioni tecniche stabilite dal decreto ministeriale.

Per garantire l'adempimento degli obblighi delle compagnie assicurative, Sace si farà garante, agendo come riassicuratore, indennizzando le compagnie di assicurazione e riassicurazione fino al 50% degli indennizzi pagati, entro i cinque miliardi di euro. Inoltre, per mantenere la solvibilità complessiva, gli obblighi di Sace sono coperti da una garanzia esplicita, incondizionata e irrevocabile, che sarà fornita dallo Stato italiano a prima richiesta e senza rivalsa.

L'introduzione della copertura obbligatoria è quindi significativa. Sampo è ampiamente favorevole a questa politica, ma aspetteremo ulteriori chiarimenti tecnici da parte dei ministeri sulle modalità di attuazione e applicazione della legge prima di fare qualsiasi piano concreto al riguardo.



Fabrizio Aurilia

RICERCHE

Capgemini, pagamenti istantanei sempre più diffusi

Secondo il World Payments Report 2025, entro il 2028 questa forma potrebbe rappresentare il 22% delle transazioni non-cash a livello globale, minacciando il predominio delle carte tradizionali. L'Asia-Pacifico si conferma un'area di forte crescita in questo ambito

Il settore dei pagamenti sta attraversando una fase di riconfigurazione caratterizzata da pagamenti istantanei e account-to-account (A2A). Questi ultimi rappresentano un modo più rapido ed economico di effettuare transazioni, bypassando i circuiti bancari tradizionali. Secondo il *World Payments Report 2025* del **Capgemini Research Institute**, entro il 2028 i pagamenti istantanei rappresenteranno il 22% delle transazioni non-cash a livello globale, il che indica un passaggio verso un futuro di pagamenti aperti e in tempo reale.

Il volume delle transazioni non-cash ha raggiunto 1.411 miliardi nel 2023 ed è in costante aumento. Stando al report, dovrebbe arrivare a 1.650 miliardi alla fine di quest'anno e si prevede che possa raggiungere un volume di 2.838 miliardi entro il 2028. La regione Asia-Pacifico si distingue come una delle aree di maggiore crescita per le transazioni non-cash, con un aumento del 20% su base annua nel 2024 rispetto all'Europa (16%) e al Nord America (6%). A livello globale, la maggior parte dei dirigenti del settore (77%) identifica nella crescita dell'e-commerce il principale driver di accelerazione del passaggio a questo tipo di transazioni.

L'impatto dei pagamenti A2A sulle carte tradizionali

Le soluzioni di pagamento istantaneo account-to-ac-



count (A2A) rappresentano una minaccia per il predominio delle carte di pagamento tradizionali. Secondo il report Capgemini, l'aumento della loro popolarità potrebbe assorbire tra il 15 e il 25% della crescita del volume delle transazioni con carta. Poiché le commissioni interbancarie e gli interessi rappresentano una fonte di profitto importante per gli istituti finanziari, questo aspetto potrebbe costare miliardi di dollari in termini di mancati introiti agli operatori tradizionali del settore. (continua a pagina 4)

Insurance made
by Entrepreneurs
for Entrepreneurs.

Your Partner
in Mid-Market.



HDI

(continua da pagina 3)

Nonostante due dirigenti su tre ritengano che l'aumento dei pagamenti istantanei sia fondamentale per promuovere le transazioni non-cash, la maggior parte delle banche non sembra essere pronta ad affrontare questa transizione. Stando alla ricerca, solo il 5% degli istituti dimostra di essere altamente preparato dal punto di vista commerciale e tecnologico per consolidare la propria posizione di leadership nell'adozione dei pagamenti istantanei. In particolare, solo il 13% delle banche europee può contare su una solida base tecnologica per i pagamenti istantanei, un dato rilevante in vista della scadenza del regolamento sui pagamenti istantanei (Ipr) dell'ottobre 2025 nell'Ue.

L'open finance è ancora nelle fasi iniziali

La direttiva europea sui servizi di pagamento (Psd2) del 2018 è stata uno dei fattori chiave della trasformazione del settore negli ultimi due decenni. Promuovendo l'open banking, ha aperto la strada al crescente fenomeno dell'open finance. Il report sottolinea come un sistema finanziario aperto favorisca i consumatori e le imprese, catalizzando l'adozione di pagamenti istantanei. Nonostante il grande potenziale di ridefinizione del panorama finanziario, però, i suoi progressi sono ancora limitati a causa delle differenze nei quadri normativi e nelle strategie di mercato. Australia, Brasile, India e Singapore sono tra i pochi



© Obsahovka - pixabay

paesi che stanno portando avanti iniziative per rendere la condivisione dei dati più accessibile e vantaggiosa per gli individui e le aziende. Solo il 17% delle banche si trova in una fase avanzata di sperimentazione o lancio di prodotti di open finance, mentre il 39% è in fase di pianificazione e sta effettuando valutazioni d'impatto. Un altro 23%, infine, rimane ancora titubante in attesa di chiarezza normativa.

M.S.



Milano
27 novembre 2024
FABRIQUE

Per poter partecipare alla selezione è necessario inviare la candidatura compilando il form all'indirizzo:
<https://bit.ly/ICAwards24>

Per info: awards@insuranceconnect.it

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

INTERMEDIARI E CLIENTI, UNA RELAZIONE DI VALORE

3 OTTOBRE 2024 | 9:00 - 17:00

Hotel Meliá | Via Masaccio 19, 20149, Milano



Gestione dei dati, omnicanalità e approccio phygital. Ma anche conoscenza del mercato e di prodotti complessi, da gestire nel rispetto della normativa e affrontando quotidianamente tutti i problemi legati alla redditività. Sono queste le sfide più importanti che condizionano l'attività degli intermediari, chiamati anche a ripensare l'organizzazione operativa, gestionale e tecnologica in funzione delle strategie delle compagnie e delle peculiarità interne, senza mai perdere di vista quanto viene richiesto loro dalla clientela nonostante le politiche tariffarie a volte sfidanti. In questa complessità sta evolvendo la professione dell'intermediario, ogni giorno alla ricerca di opportunità per coltivare una relazione di valore con il cliente ibrido, ma al contempo un rapporto sempre più fondato sulla vicinanza, la prossimità, la consulenza, la personalizzazione. Affrontare il futuro significa pertanto per gli intermediari sviluppare competenze e capacità di cogliere il cambiamento per circoscrivere il perimetro in cui distinguersi dalla concorrenza. E per fare tutto questo servono investimenti, strumenti tecnologici, soluzioni assicurative adeguate e formazione continua.

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

Il convegno si propone di analizzare:

- *Agenti e broker: assetti di mercato e ruolo nella distribuzione assicurativa*
- *Le risposte del settore assicurativo all'evoluzione dei rischi e delle esigenze di protezione di cittadini e aziende*
- *New business e proattività commerciale: aree di crescita e strumenti disponibili*
- *Limiti e ostacoli allo sviluppo dell'offerta assicurativa e della redditività degli intermediari*
- *Il ruolo della tecnologia e il contributo dell'intelligenza artificiale*
- *Il dialogo con la compagnia: i risultati dei tavoli di lavoro tra intermediari e mandanti*
- *Gli investimenti necessari per guardare al futuro (tecnologia, formazione, riorganizzazione delle strutture aziendali)*

Main sponsor



Official sponsor



PROGRAMMA

09.00 – 09.30
09.30 – 09.50
09.50 – 10.30
10.30 – 10.40
10.40 – 11.00
11.00 – 11.30
11.30 – 13.00
13.00 – 14.00
14.00 – 14.30
14.30 – 14.50
14.50 – 15.30
15.30 – 17.00

- **REGISTRAZIONE**
- **INTERMEDIARI E CLIENTI, UNA RELAZIONE DI VALORE**
Presentazione dell'Osservatorio sulla Distribuzione Assicurativa 2024
- Giorgio Lolli, manager di Scs Consulting
- **TAVOLA ROTONDA – STRATEGIE, STRUMENTI E OFFERTA PER FAVORIRE LA PROATTIVITÀ COMMERCIALE**
- Roberto Anesin, director intermediaries & digital insurance business, member of Executive Committee Arag SE Branch Italy
- Giuseppe Barbatì, deputy chairman and managing director di Acrisure Italia
- Ezio Peroni, responsabile Distribution di Alleanza
- **INSURTECH: IL VALORE DI UNA NUOVA PIATTAFORMA DIGITALE PER GLI INTERMEDIARI**
- Matteo Fabiano, responsabile operativo di Italnext
- Alessandra Meli, amministratrice delegata di Plurima
- **OPERATIVITÀ E SVILUPPO: QUALI NUOVE RESPONSABILITÀ PER GLI INTERMEDIARI?**
- Lorenzo Sapigni, direttore generale per l'Italia di Cgpa Europe – Rappresentanza generale per l'Italia
- ◆ *Coffee break*
- **TAVOLA ROTONDA – ASSICURARE CITTADINI E AZIENDE: GLI INTERMEDIARI TRA PROBLEMATICHE E OPPORTUNITÀ**
- Claudio Belletti, chief commercial officer di UnipolSai
- Vincenzo Cirasola, presidente di Anapa
- Claudio Demozzi, presidente di Sna
- Umberto Guidoni, co-direttore generale di Ania
- Roberto Novelli, capo dell'ufficio Segreteria di Presidenza e del Consiglio di Ivass
- Flavio Sestilli, presidente di Aiba
- Luigi Viganotti, presidente di Acb
- ◆ *Lunch*
- **DIALOGO CON LA COMPAGNIA, TAVOLI DI LAVORO E RIORGANIZZAZIONE DELLA RETE AGENZIALE**
- Pierangelo Colombo, presidente del Gruppo Agenti Allianz Viva
- Mariagrazia Musto, presidente di Asap (Associazione Agenti Professionisti)
- Stefano Passerini, presidente del Gruppo Agenti Hdi
- **LA COMPONENTE DI SERVIZIO ED ASSISTENZA COME TRATTO DISTINTIVO DELL'AGENTE**
- Federico Bernabei, sales manager intermediari assicurativi di AXA Partners Italia
- Guido Dell'Omo, business leader retail di AXA Partners Italia
- **TAVOLA ROTONDA – EVOLUZIONE DEI RISCHI E RUOLO DEGLI INTERMEDIARI, RISPOSTE A VALORE AGGIUNTO PER IL MERCATO ITALIANO**
- Davide Anselmo, general manager per l'Italia di Qbe
- Mario Cipriano, presidente di Uea
- Emanuela Mantini, chief commercial officer del Gruppo Helvetia Italia
- **TAVOLA ROTONDA – OMNICANALITÀ E CENTRALITÀ DEGLI AGENTI: COME E DOVE INVESTIRE?**
- Alberto Bonomo, amministratore di X Consulting
- Ennio Busetto, presidente dell'Associazione Agenti Allianz
- Michele Colio, head of distribution marketing e customers di Zurich Italia
- Massimo Levati, direttore commerciale agenti di Axa Italia
- Laura Puppato, vice presidente di Agit – agenti Groupama Italia
- Federico Serrao, presidente del Gruppo Agenti Generali Italia
- Enzo Sivori, presidente di Agenti UnipolSai Associati (Aua)
- Simone Tarchiani, direttore rete agenziale di UnipolSai



CONVEGNO

3 OTTOBRE 2024 | 9:00 - 17:00

INTERMEDIARI E CLIENTI, UNA RELAZIONE DI VALORE

Main sponsor



Official sponsor



ISCRIVITI CLICCANDO QUI

SCARICA IL PROGRAMMA COMPLETO