

PRIMO PIANO

Previdenza, la svolta trentina

È stata approvata dal consiglio regionale del Trentino-Alto Adige il disegno di legge firmato dall'assessore Carlo Daldoss (Svp), che prevede un contributo automatico fino a 1.100 euro da versare su un fondo pensione destinato ai nuovi nati. È il primo incentivo pubblico di questo tipo a livello nazionale, ricorda il presidente della regione Arno Kompastcher (Svp).

I neonati (o nuovi adottati) che saranno iscritti a un fondo pensione riconosciuto dalla Covip riceveranno dalla regione 300 euro all'iscrizione e poi 200 euro ogni anno per i quattro anni successivi, a fronte di versamenti deducibili da parte della famiglia di almeno 100 euro all'anno. L'agevolazione sarà per tutti, non prevede quindi limiti di reddito, avverrà con versamenti automatici sul fondo pensione. Il bonus conta su uno stanziamento iniziale di 3,2 milioni di euro, che a regime scenderanno a due milioni annui.

L'obiettivo, dicono dalla regione a statuto speciale, è di "creare un'abitudine al versamento" e quindi spingere la previdenza complementare. Per l'assessore alla previdenza sociale Daldoss, firmatario della legge, il bonus "nasce dalla consapevolezza che, con il passaggio ormai consolidato al sistema contributivo, le pensioni future saranno sensibilmente inferiori rispetto a quelle del passato". Si tratta di una "spinta culturale che coinvolge le famiglie con un intervento di welfare per costruire un futuro ai ragazzi", ha chiosato l'assessore.

Fabrizio Aurilia

RICERCHE

Specialty, un mercato in salute che fronteggia nuove tensioni globali

L'ultima edizione del Global Specialties 2025 Market Update, report annuale di Guy Carpenter, fotografa uno stato dell'arte positivo per il settore, sostenuto da capitali crescenti e da un pricing adeguato, ma attraversato da sfide geopolitiche, inflazione e sinistri sempre più complessi

L'industria globale delle assicurazioni e specialties poggia su dei solidi fondamentali grazie a un contesto di mercato positivo per i clienti, con opportunità di crescita per i riassicuratori. Tuttavia siamo in una fase complessa e in evoluzione, segnala l'ultimo *Global Specialties 2025 Market Update*, studio realizzato annualmente da **Guy Carpenter**. Pressioni legate all'inflazione, dinamiche geopolitiche e complessità dei sinistri fanno da contraltare ai fondamentali solidi che sostengono la redditività e attraggono nuova capacità.

L'impressione lasciata dal report, comunque, è di un settore che nell'anno in corso si sta muovendo su basi robuste, grazie alla convergenza di più fattori: consenso diffuso sull'adeguatezza dei prezzi, capitali rafforzati dai maggiori utili non distribuiti, ingresso di nuovi player e rinnovata propensione alla crescita da parte dei riassicuratori. Per i clienti, questa congiuntura apre margini di azione per strategie di trasferimento del rischio più mirate, strappando migliori termini e condizioni nei contratti. Per chi assicura i rischi, invece, la sfida è bilanciare disciplina tecnica e pragmatismo, puntando su flessibilità e innovazione come leve competitive.

NON-MARINE, IL RITORNO DEI RISCHI NON NATURALI

Il report analizza una ad una le principali nicchie che compongono il complesso quadro delle specialties. Si parte dal comparto non-marine che mostra una relativa stabilità nei programmi retrocessionali. Le perdite legate agli incendi di Los Angeles hanno temporaneamente frenato ulteriori ammorbidimenti, mentre gli strati colpiti oscillano tra -5% e +5%. Si registra un ritorno nei contratti riassicurativi di rischi non naturali, come terrorismo, scioperi e disordini civili, mentre cresce l'appetito per coperture aggregate, in particolare sui pericoli secondari. Capacità aggiuntiva arriva sia dal mercato titoli obbligazionari collegati alle polizze assicurative (insurance-linked securities, ILS) sia da carrier tradizionali.

MARINE & ENERGY IN FASE DI RIASSESTAMENTO

Dopo anni complessi, il settore marine & energy vive una fase di riassetamento. Le tariffe su hull e cargo segnano cali anche a doppia cifra, effetto di una forte



© Vesna - Pixabay

disponibilità di capacità e risultati positivi per i carrier. Tuttavia, le tensioni geopolitiche in aree sensibili (il report cita il Mar Rosso, lo Stretto di Hormuz e il Golfo Persico) mantengono alta l'attenzione sulle esposizioni war-risk. Il mercato riassicurativo mostra un eccesso di capacità su quasi tutte le linee, spingendo i buyer a privilegiare soluzioni con maggior valore aggiunto. Gli occhi restano puntati anche sugli effetti della sentenza dell'Alta Corte britannica relativa alle perdite da leasing russo, che potrebbe incidere sulle clausole di "loss occurrence".

GUERRA, TERRORISMO E VIOLENZA POLITICA

Il settore Wtpv (acronimo di war, terrorism and political violence, ossia guerra, terrorismo e violenza politica) "è caratterizzato da abbondanza di capacità e forte concorrenza tra operatori", si legge nel report. Le attese di disordini diffusi nel 2024, anno in cui si sono tenute un numero record di chiamate alle urne in vari paesi, non si sono concretizzate, ma le tensioni restano potenziali. La redditività storica e il ruolo di diversificazione del capitale spiegano l'interesse crescente dei riassicuratori. Sempre più clienti, inoltre, "tendono a concentrare più linee di specialty in programmi compositi, ottenendo economie di scala nelle trattative", prosegue il documento.

CONSTRUCTION & ENGINEERING, UN SETTORE IN ESPANSIONE

Il settore costruzioni si conferma in forte espansione, trainato da una robusta catena di progetti. La capacità perdita media massima (probable maximum loss, Pml) diretta è salita a 3,4 miliardi di dollari, in aumento rispetto ai 3,1 miliardi dell'anno precedente. La fame di rischi construction da parte dei riassicuratori non è mai stata così forte negli ultimi cinque anni: il Pml treaty ha raggiunto i 270 milioni di dollari. Alla tradizionale centralità dei mercati di Zurigo e Londra si aggiunge un interesse crescente da parte di player non specialistici, soprattutto bermudiani.

AVIATION & AEROSPACE, È PASSATA LA TEMPESTA

Il comparto aviation ha interrotto il trend ribassista dei premi che durava dal post-pandemia, complice una serie di eventi di perdita di alto profilo e crescenti sinistri attrizionali (i sinistri ricorrenti di piccola o media entità). Negli Stati Uniti, il segmento general aviation è sotto pressione tariffaria, pur con riduzioni selettive. Dall'altro lato dell'Atlantico una sentenza britannica ha parzialmente chiarito le incertezze legate agli aeromobili bloccati per il conflitto russo-ucraino, ma il dialogo con i riassicuratori proseguirà.

CREDITO, OBBLIGAZIONI E RISCHIO POLITICO

In un contesto di volatilità geopolitica ed economica, il segmento Credit, bond & political risk mostra una resilienza notevole, "dimostrando una notevole capacità di adattare le proprie strategie in risposta all'evoluzione delle richieste del mercato e dei



D4X
digital4next

**È COMINCIATA L'ERA
DELLA MODERNIZZAZIONE
DEI LEGACY**



profili di rischio". Gli assicuratori mantengono un forte appetito, sostenuto da redditività superiore alle attese e da una bassa correlazione con i rischi catastrofali tradizionali. Molti cedenti nell'attuale mercato riassicurativo si stanno concentrando sulla gestione delle spese di riassicurazione piuttosto che sull'ampliamento della portata o della copertura dei loro trattati.

CYBER E MERCATO DEI LLOYD'S

Il mercato cyber continua la sua corsa, pur con pressioni sui tassi. Guy Carpenter osserva una crescita sia nella domanda, sia nell'offerta. I riassicuratori vedono diminuire le cessioni in quota share (circa 40% dei premi contro il 50% del 2022), ma aumentano le commissioni di cessione. Nel contesto in evoluzione del mercato cyber, sottolinea il report, gli intermediari svolgono un ruolo centrale nel favorire l'innovazione, soprattutto su coperture multi-peril per rischi estremi, e il sostegno dei riassicuratori alle loro iniziative rappresenta secondo Guy Carpenter "un segnale incoraggiante per lo sviluppo futuro".

Per quanto riguarda infine il mondo Lloyd's, il marketplace londinese beneficia di quattro anni consecutivi di utili, con fondamentali rafforzati da una disciplina di sottoscrizione che negli ultimi otto anni ha migliorato margini e ratio. La domanda di capitale esterno da parte dei sindacati resta vivace, con una crescente offerta sia da parte di investitori industriali che finanziari. Grazie a strumenti come London Bridge 2, l'accesso al mercato si è semplificato, aumentando l'appeal per nuovi membri. "La combinazione di redditività, governance più solida e fiducia degli investitori – conclude il documento – consolida il ruolo di Lloyd's come hub globale di riferimento per le specialty".

Beniamino Musto

Per approfondire su www.insurancereview.it:

- [L'importanza delle specialty lines](#)
- [Specialty lines, in cammino verso polizze ad hoc](#)

MANAGEMENT

Assicurazioni e intelligenza artificiale? Sì, ma serve l'umanità

Nell'epoca di grandi cambiamenti che stiamo vivendo, la costruzione di organizzazioni pronte a utilizzare i vantaggi dell'AI sarà importante per garantire un futuro alle nuove generazioni. Sarà però l'insieme delle capacità che distinguono le persone dagli animali a fare la differenza per la sostenibilità di domani

È sempre più evidente che stiamo vivendo in un'epoca di transizione, sia del mondo del lavoro sia del business assicurativo.

Quando parliamo di un'epoca di transizione, intendiamo dire un momento che, a distanza di anni, sarà ricordato come uno spartiacque dell'evoluzione del contesto sociale in cui viviamo. Ci sarà insomma una prima e una dopo l'epoca in cui siamo immersi, per quel che attiene agli impatti della demografia sul nostro modo di vivere, per il significato di alcuni elementi fondanti le nostre società, come il lavoro, per i cambiamenti politici in atto e per il livello di pervasività e di impatto del fattore tecnologico.

Negli ultimi decenni, il panorama del business è stato profondamente trasformato proprio da questo fattore tecnologico. Tra le rivoluzioni più significative c'è senza dubbio l'avvento dell'intelligenza artificiale (AI), una forza motrice che sta ridefinendo il modo in cui le aziende operano e interagiscono con i loro clienti.

Il business assicurativo per le sue peculiari caratteristiche ne sarà profondamente cambiato, non nei valori di base ma nelle modalità operative e relazionali che lo contraddistinguono.

Dalla pandemia alle guerre

Gli ultimi anni sono stati contraddistinti da una molteplicità di eventi, per la maggior parte nefasti, primo fra tutti la pandemia di Covid-19, e poi le guerre che stiamo ora vivendo: nei confronti di questi fatti, le leadership di riferimento si sono dimostrate largamente impreparate.

La pandemia ha creato grandi preoccupazioni per la nostra sicurezza, per il nostro lavoro, per il destino dei nostri datori di lavoro, naturalmente per la nostra salute e, cosa estremamente importante, per l'educazione dei nostri figli. Le guerre, così come l'inflazione scatenata dalla crisi energetica conseguente all'invasione russa dell'Ucraina, hanno rappresentato sostanzialmente una novità per i governi del

mondo, abituati a prendere decisioni in un contesto globalizzato e di pace. Non sorprende quindi l'accresciuta e sempre più evidente divisione e inadeguatezza dei rappresentanti politici più o meno in qualsiasi paese del mondo.

Molto è stato scritto su come condurre le aziende, le organizzazioni attraverso momenti avversi estremamente difficili e incerti come quello attuale, ma ora più che mai un elemento critico, anzi vitale, è condurre le aziende con umanità.

Ma cos'è l'umanità?

Umanità è l'insieme delle caratteristiche distintive, compresi i modi di pensare, di sentire e di agire, che gli esseri umani tendono naturalmente ad avere, indipendentemente dall'influenza della cultura. È prerogativa dell'essere umano, intesa come complesso di doti e sentimenti solitamente positivi che si ritengono propri della persona e la distinguono dagli animali.

Ma attenzione: condurre con umanità non deve essere solo un proposito, deve essere seguito da azioni chiare e soprattutto concrete. Ascoltare le persone, chiedendo delle loro vite, non solo del loro lavoro. Condividere le preoccupazioni, le sfide che si devono affrontare e come pensare di farlo. Ascoltare le risorse, essere flessibile nell'adeguare le scelte e le decisioni al cambiamento dei bisogni. Comunicare frequentemente ed autenticamente con la squadra. Rinforzare e agevolare la *cultura del caring*, del prendersi cura uno dell'altro, soprattutto in questo momento in cui i disagi mentali sono in aumento esponenziale e le insicurezze e le paure condizionano pesantemente la vita di molte persone. Enfatizzare il proposito (il *purpose* per usare un termine più noto in letteratura), il fine di quanto richiesto alle persone che lavorano con noi.

Chi ha più potere ha più responsabilità

È facile pensare di perdere il controllo in questi giorni di grande incertezza, davanti ai problemi legati alla guerra, al cambiamento del clima, al terrorismo, alla politica inefficiente, ed altro ancora. Enfatizzando lo scopo, il *purpose* dell'azienda, i suoi valori, la sua missione, sottolineando come le azioni, i prodotti e i servizi che l'azienda eroga rispondano ai bisogni delle persone, così che coloro che in quell'azienda ci lavorano possano trovare un proprio scopo e sentirsi appagati. E tutto questo va fatto adesso.

Durante la pandemia le imprese hanno iniziato a fare un grande lavoro di connessione autentica con i loro dipendenti, fornendo loro un grande supporto. Sotto il peso di molti altri accadimenti, spesso negativi, quel lavoro sembra stia pas-

sando in secondo piano. Ma non è il momento di sollevare il piede dall'acceleratore.

Guidare, condurre con umanità è ora più importante che mai poiché abbiamo ancora davanti a noi un tempo governato da grande incertezza: un'epoca di transizione è un fondamentale punto di partenza per il dopo, che a sua volta è il luogo in cui vivranno i nostri figli.

Le persone hanno bisogno di una pietra di paragone a cui affidarsi, ed è il lavoro dei leader provvedere a questa esigenza; elargire un senso di fiducia e instaurare un senso di certezza in un domani migliore; e mai come ora è vero che chi ha più potere ha più responsabilità. Responsabilità non è una parola scelta a caso, ma piuttosto una *North Star* cui tendere per guidare con umanità le azioni dei nostri leader, oltre a costituire un fondamento della disciplina assicurativa.

Futuro, persone, tecnologia

Agli occhi di chi scrive, le assicurazioni rivestono un ruolo di primaria importanza in questo contesto, essendo in prima linea in diversi dei nodi che stanno venendo al pettine.

In tale contesto, il business assicurativo deve concentrarsi mettendo in luce i pilastri di trasformazione attorno ai quali strutturare l'evoluzione dell'industria: il *futuro*, il luogo che in un'epoca di transizione è in discussione e deve essere costruito; le *persone*, le protagoniste della nuova umanità; la *tecnologia*, sempre più centrale nelle nostre vite. Si tratta di tre pilastri tanto rilevanti quanto in bilico, sotto pressione, posti alla frontiera del cambiamento in corso.

Il ruolo cruciale che l'intelligenza artificiale sta giocando e giocherà nel futuro delle assicurazioni è ogni giorno più evidente (nei prossimi tre anni è previsto un aumento dei ricavi dal 20% al 25% e la riduzione dei loss ratio da due a tre punti percentuali, grazie al miglioramento della sottoscrizione dei rischi e dell'eccellenza nella gestione dei sinistri), ma è altresì sempre più chiaro che in siffatto contesto l'umanità sia il vero fattore differenziante per orientare il futuro nella direzione di un progresso equo, sostenibile e armonioso.

Gianluca Zanini

Per approfondire su www.insuranceconnect.tv:

- [La dimensione collettiva e morale dell'intelligenza artificiale](#)

INSURANCE DAILY

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio alaggio@insuranceconnect.it

Editore e redazione: Insurance Connect Srl – Via Montepulciano, 21 – 20124 Milano

T: 02.36768000 email: redazione@insuranceconnect.it

Per inserzioni pubblicitarie contattare: info@insuranceconnect.it

Supplemento al 18 settembre di www.insurancetrade.it – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577

INTERMEDIARI, COME REINVENTARE I MODELLI COMMERCIALI


2 OTTOBRE 2025 | 9:00 - 17:00

Hotel Meliá – Via Masaccio, 19 – Milano



PROGRAMMA MATTINA

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

09:00 – 09:30	● REGISTRAZIONE
09:30 – 09:50	● IL PRESIDIO DEI RISULTATI ECONOMICI, UN PERCORSO DA CONDIVIDERE <i>Presentazione dei risultati della survey condotta da Scs Consulting</i> - Giorgio Lolli, manager di Scs Consulting
09:50 – 10:30	● INIZIATIVE PER IL CONTROLLO DELLA REDDITIVITÀ - Paolo Beltrami, titolare dello Studio Beltrami - Laura Puppato, vice presidente di Agit - Enzo Sivori, presidente di Aua
10:30 – 10:50	● OPPORTUNITÀ E RESPONSABILITÀ DI UNA RELAZIONE OMNICANALE CON IL CLIENTE - Lorenzo Sapigni, direttore generale per l'Italia di Cgpa Europe – Rappresentanza generale per l'Italia
10:50 – 11:10	● PMI, PROTEZIONE PERSONALIZZATA GRAZIE ALL'AI
11:10 – 11:30	● COFFEE BREAK
11:30 – 12:45	● TAVOLA ROTONDA – CLIENTI E INTERMEDIARI, UN LEGAME PER LA PROTEZIONE DEL PAESE - Vincenzo Cirasola, presidente di Anapa Rete ImpresAgenzia - Claudio Demozzi, presidente di Sna* - Robert Gaudi, ceo del Gruppo Helvetia Italia - 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 - Simone Tarchiani, chief commercial officer di Unipol - Luigi Viganotti, presidente di Acb
12:45 – 13:00	● Q&A 

Main sponsor



Official sponsor



* Invitato a partecipare

INTERMEDIARI, COME REINVENTARE I MODELLI COMMERCIALI

2 OTTOBRE 2025 | 9:00 - 17:00



PROGRAMMA POMERIGGIO

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

13:00 – 14:00

● **LUNCH**

14:00 – 14:30

● **COMPONENTE DI SERVIZIO, QUANDO LA QUALITÀ È PERCEPITA DAL CLIENTE**

- *Lamberto Ingrà, digital & service delivery director di Belron Italia*
- *Mariagrazia Musto, presidente di Asap*
- *Giuseppe Suter, presidente del gruppo agenti Italiana Assicurazioni*
- *Gaetano Vicinanza, presidente del gruppo agenti Sara Assicurazioni*

14:30 – 15:30

● **BROKER: STRUMENTI E SOLUZIONI PER L'UNIONE TRA DOMANDA E OFFERTA ASSICURATIVA**

- *Stefano Agnesi, partner e principal broker di Wide Group*
- *Davide Anselmo, general manager di Qbe Italia*
- *Pietro Pipitone, direttore generale di Roland Italia*
- *Nicola Raimondi, chief operating & business management officer di Pib Italy*

15:30 – 15:50

● **NUOVE SOLUZIONI PER L'ASSISTENZA AL CLIENTE**

- *Vincenzo Ferrante, training & partnership, sales executive BL insurtech di Viasat*
- *Luigi Viganotti, presidente di Acb*

15:50 – 17:00

● **TAVOLA ROTONDA – INTERMEDIARI, COME REINVENTARE I MODELLI COMMERCIALI**

- *Ennio Busetto, presidente dell'Aaa*
- *Mario Cipriano, presidente di Uea*
- *Pierguido Durini, presidente del gruppo agenti Helvetia*
- *Federico Serrao, presidente del gruppo agenti Generali Italia*
- *Domenico Siciliano, head of agency network di Unipol*
- *Enrico Olivieri, presidente del gruppo agenti Zurich*

Main sponsor



Official sponsor



ISCRIVITI AL CONVEGNO

SCARICA IL PROGRAMMA