

## PRIMO PIANO

## Aggiornamenti su Fwu Life Lux

L'lvass ha fornito nuove informazioni in merito alla nota vicenda della compagnia lussemburghese Fwu Life Insurance Lux Sa. Nel sito della procedura di liquidazione <https://fwu-lifelux.com/> è stata data notizia del completamento dell'invio ai creditori privilegiati dei moduli di insinuazione al passivo precompilati e delle note informative, fatta eccezione per alcuni casi particolari. L'lvass ricorda che la dichiarazione di credito "andrà sottoscritta e restituita entro e non oltre il 31 gennaio 2028, a pena di decadenza". Nell'eventualità di mancata ricezione del modulo di richiesta di insinuazione al passivo e della nota informativa, l'istituto di vigilanza invita i creditori a contattare la liquidazione ([info.it@fwulifelux.com](mailto:info.it@fwulifelux.com)) oppure a richiederne l'invio tramite il portale clienti (<https://cp.fwulifelux.com/welcome>), divenuto operativo. Le istruzioni per la corretta registrazione, l'accesso e l'utilizzo sono disponibili nella home page del sito della liquidazione <https://fwulifelux.com/>.

La procedura di liquidazione invita a prendere visione delle Faq ([https://fwulifelux.com/assets/pdf/faq\\_it.pdf](https://fwulifelux.com/assets/pdf/faq_it.pdf)) aggiornate con nuove e più dettagliate informazioni sul processo di liquidazione.

Lo scioglimento e la liquidazione della compagnia erano stati annunciati tra la fine di gennaio e l'inizio di febbraio di quest'anno dal Commissariat aux Assurances (Caa), l'autorità di vigilanza e supervisione del mercato assicurativo del Lussemburgo. Secondo alcune stime, la compagnia conterebbe circa 120mila clienti in Italia, con contratti per un valore complessivo di 300 milioni di euro.

**Beniamino Musto**

## MERCATO

## 2025, un anno ancora sottoassicurato

**È un mondo poco protetto quello messo in evidenza da Gfia nel suo ultimo report: in materia di salute e previdenza, gestione delle catastrofi naturali e minaccia cyber, i gap di protezione lasciano milioni di persone senza un ombrello adeguato alla pervasività dei rischi**

L'assicurazione fornisce la stabilità finanziaria che consente a famiglie e imprese di gestire l'incertezza, assorbire gli shock e riprendersi dopo le crisi. Tuttavia, l'accesso a questa stabilità è disomogeneo a livello globale. L'ultimo rapporto di Gfia, la federazione mondiale delle associazioni assicurative, conferma che le lacune sono profonde e, nonostante gli sforzi, in crescita. "Senza un'azione decisa, continueranno ad aumentare con il moltiplicarsi dei rischi", ha precisato **Stephen Frank**, presidente di Gfia.

Ma dove sono queste lacune? In primis, in materia di salute e previdenza, poi c'è la questione delle catastrofi naturali e, ovviamente, la minaccia cyber. La sottoassicurazione in questi settori lascia milioni di persone senza una protezione adeguata, espone gli individui a difficoltà finanziarie, le aziende a crisi e le società a una maggiore vulnerabilità di fronte agli scenari economici e geopolitici.

Il 2025 è ancora un anno segnato da catastrofi naturali su larga scala. Dall'inizio dell'anno, le calamità naturali hanno causato 110 miliardi di dollari di perdite economiche, l'89% delle quali era assicurato, una realtà tragicamente sottolineata dagli incendi in California meridionale, a gennaio, e dai risvolti assicurativi dalle alluvioni di Valencia, dell'ottobre 2024. Sebbene questa cifra sia solo del 4% superiore alla media decennale delle perdite economiche, è del 55% superiore alla media delle perdite assicurate. Nella prima metà di quest'anno, non meno di 67 miliardi di dollari di perdite legate a catastrofi naturali tuttavia non erano assicurate.

### QUATTRO "A" PER UN'ASSICURAZIONE MIGLIORE

Lo studio mette in evidenza le barriere d'accesso, che vanno da una comprensione ancora limitata del valore della copertura assicurativa alle difficoltà nella distribuzione dei prodotti, passando per l'accessibilità economica delle polizze e, in alcuni mercati, la mancanza di prodotti adeguati. "Affrontare queste sfide è più che mai essenziale, affinché i benefici dell'assicurazione raggiungano un numero maggiore di persone in tutto il mondo", dicono da Gfia.

Per inquadrare queste barriere, il rapporto valuta le quattro A: awareness, accessibility, affordability e availability, cioè consapevolezza, accessibilità, convenienza e disponibilità. Migliorare l'alfabetizzazione finanziaria crea consapevolezza, ampliare i canali di distribuzione migliora l'accessibilità, una progettazione



© Pixabay

inclusiva dei prodotti aumenta la convenienza e una regolamentazione proporzionata incoraggia l'innovazione garantendo così la disponibilità di nuovi prodotti.

## DALLE POLIZZE PARAMETRICHE ALLA MICROASSICURAZIONE

Alcune compagnie assicurative, spiegano gli analisti di Gfia, stanno già adottando misure di questo tipo. In tutto il mondo, ad esempio, le piattaforme digitali stanno riducendo i costi e ampliando l'offerta. Per quanto riguarda i prodotti, le polizze che coprono i rischi parametrici sono sempre più diffuse (anche se restano una nicchia di mercato) e offrono risarcimenti rapidi dopo le catastrofi naturali. Un'altra arma per la diffusione del settore insurance è la microassicurazione, che sta rendendo la protection accessibile alle famiglie a basso reddito nelle zone più difficili del mondo; mentre le partnership con governi e Ong, in quei territori, stanno aumentando l'alfabetizzazione finanziaria e rafforzando così la resilienza delle comunità.

"Queste iniziative dimostrano la capacità del settore di adattarsi e innovare", ha commentato Frank. "La sfida – ha aggiunto – è estenderle in modo che abbiano un impatto sempre più significativo sulle possibilità di accesso a livello globale". Sono molti i casi di successo che si possono riscontrare nei mercati di ogni continente, a dimostrazione che il progresso è possibile quando c'è la collaborazione di tutti gli stakeholder.

## LE SOLUZIONI SONO CHIARE

In questo scenario, il legislatore e la regolamentazione sono decisivi. Come noto, norme pensate per migliorare il funzionamento del mercato e la tutela dei consumatori, cosiddette "ben intenzionate", possono talvolta aumentare i costi o ridurre la disponibilità dei prodotti assicurativi, aggravando i gap di protezione. Al contrario, fa notare la federazione, "una regolamentazione ben progettata e proporzionata può ampliare l'accesso, sostenere l'innovazione e migliorare i risultati per tutti i consumatori".

Ma cosa possono fare concretamente i governi e le autorità? Ad esempio, propone Gfia, possono agevolare l'apertura dei mercati, supportando una politica tariffaria basata sul rischio, e possono investire in infrastrutture, essenziali per mantenere la protezione disponibile e sostenibile. I partenariati pubblico-privato, in particolare, sono giudicati "molto efficaci", poiché combinano le competenze degli assicuratori con la portata e le risorse degli Stati.

Guardando al futuro, scrive Gfia, "i rischi per le società sono in aumento". Il cambiamento climatico, come noto, contribuisce all'aggravamento dei fenomeni naturali; l'invecchiamento della popolazione sta mettendo a dura prova i sistemi sanitari e pensionistici; l'intelligenza artificiale e le altre nuove tecnologie stanno rimodellando i rischi a un ritmo che mette alla prova sia le autorità di regolamentazione sia i governi: "in questo contesto – ribadisce la federazione –, l'accesso all'assicurazione è più importante che mai".

Colmare i gap di protezione non sarà semplice, e tuttavia "le soluzioni sono chiare", a patto che ci sia "un'azione coordinata e la determinazione a raggiungere i risultati".



Fabrizio Aurilia

Per approfondire su [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it):

- [La crescente difficoltà nella sottoscrizione dei rischi](#)
- [Invecchiamento, va cambiato l'approccio alla protezione](#)



è su Facebook

Segui la nostra pagina



## RICERCHE

## Intelligenza artificiale e tocco umano, ecco la chiave per la crescita delle imprese

**La via intrapresa dai vertici delle aziende per superare un contesto economico e geopolitico complesso passa per l'adozione di soluzioni tecnologiche avanzate, ma anche dal ruolo chiave svolto dalle persone, indispensabili per consolidare le buone performance: è quanto emerge dall'ultimo "Ceo outlook" di Kpmg**

Le strategie delle grandi imprese per alimentare la propria crescita in un contesto geoeconomico volatile passano dallo sviluppo dell'intelligenza artificiale e dalla valorizzazione dei talenti, sempre in un ambiente caratterizzato da politiche di sostenibilità.

La tendenza emerge dall'indagine Kpmg Ceo outlook, svolta coinvolgendo 1350 ceo di imprese con oltre 500 milioni di dollari di fatturato, che operano in dodici settori strategici (nei comparti di tecnologia, servizi, produzione) di undici mercati chiave (Usa, Canada, Australia, Cina, Giappone, India, Italia, Francia, Germania, Spagna, Regno Unito).

L'incertezza economica è considerata dai ceo la minaccia principale, la chiave è adottare soluzioni di resilienza negli ambiti che possono fare la differenza nel momento in cui si parla di garantire la crescita: la tecnologia, e in modo specifico l'AI, e le persone.

Il 72% degli intervistati afferma di aver già adattato le strategie aziendali di crescita per affrontare le sfide del con-

testo. Per il 71% il percorso passa da una combinazione di investimenti nell'AI e di fidelizzazione e riqualificazione dei talenti ad alto potenziale, oltre che da un'attenta politica di acquisizioni e fusioni aziendali. Questa quota sta nel 79% di ceo che si dice ottimista sulle prospettive della propria azienda, per la quale prevede nei prossimi tre anni un aumento dei ricavi e una crescita della forza lavoro. Va notato che rispetto alla rilevazione dello scorso anno, le attese sul ritorno degli investimenti nell'AI sono passate da tre-cinque anni a uno-tre anni. Nelle strategie così indirizzate diventa però necessario ripensare i ruoli e le capacità all'interno delle organizzazioni.

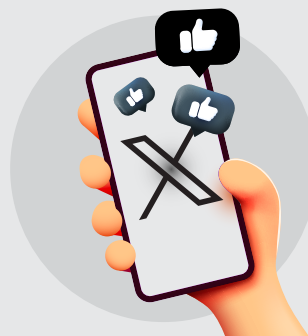
### Strategie contro l'incertezza economica

In un ambiente globale di dinamiche mutevoli e rischi strutturali, i ceo considerano l'incertezza economica come la maggiore minaccia, e per questo mettono in atto strategie di resilienza e investimenti mirati. Il 92% dei manager intervistati prevede di aumentare l'organico aziendale, l'89% pianifica fusioni e acquisizioni con un impatto da moderato a significativo nell'arco dei prossimi tre anni, il 69% stanzierà fino a un quinto del budget a favore dello sviluppo dell'intelligenza artificiale. Effettuare investimenti in momenti cruciali come quello attuale per la tenuta o la crescita dell'organizzazione richiede di "guardarsi le spalle" e muoversi avendo punti di riferimento che possano mitigare i rischi. I ceo trovano questi ancoraggi nella sicurezza informatica e resilienza al rischio digitale (39%), nella conformità alle normative e nel reporting (36%) e, ancora una volta, nell'integrazione dell'AI nelle operazioni e nel flusso di lavoro (34%).



è su X

Seguici cliccando qui



Avere nelle soluzioni tecnologiche e nella normativa dei punti di riferimento sicuri è importante in un contesto percepito come molto sfidante: l'80% degli intervistati riconosce di sentirsi più sotto pressione per garantire la prosperità dell'azienda a lungo termine.

### L'intelligenza artificiale prima di tutto

I manager delle principali imprese ripongono grande fiducia nelle potenzialità dell'AI per il loro sviluppo e si attendono un positivo impatto sull'efficientamento delle attività interne. Identificare le soluzioni più idonee e inserirle nel contesto operativo rappresenta una sfida che richiede investimenti e coinvolge le persone; il principale ostacolo al successo viene però dalla regolamentazione, che da un lato evolve continuamente e dall'altro fatica a tenere il passo della tecnologia.

L'AI rappresenta una priorità assoluta di investimento per sette manager su dieci (il 71%, lo scorso anno erano il 64%), la grande maggioranza prevede di destinare a questa voce una cifra tra il 10% e il 20% del budget (69%). Fiducia nelle capacità dell'azienda di assorbire l'innovazione (74%), commitment positivo dei consigli di amministrazione (89%) e sperimentazione (84%) e trasparenza (46%) verso i dipendenti, sono le condizioni essenziali affinché la transizione abbia risultati di successo. Dall'altra parte, non ci si nasconde le criticità: oltre alla citata regolamentazione, i CEO tengono monitorati gli aspetti etici e la questione della disponibilità dei dati.

Le prime conferme dai progetti di AI aumentano la fiducia dei CEO sui tempi di ritorno degli investimenti, con la maggioranza (due su tre) che prevede risultati in uno-tre anni, mentre nel 2024 una quota simile dichiarava di attendersi un qualche riscontro in un periodo da tre a cinque anni.

### Non c'è AI senza talenti

La transizione verso un'impresa orientata all'AI è alla base anche del focus dei CEO sui talenti. Non è possibile sviluppare processi guidati dall'AI senza persone competenti, e queste sono molto ricercate; in parallelo è necessario formare alle nuove tecnologie i dipendenti. Le strategie adottate puntano a rimodellare le organizzazioni grazie a nuove assunzioni, riqualificazione del personale, riprogettazione dei ruoli. Per il 77% questa fase di potenziamento avrà un impatto sulla crescita dell'impresa per i prossimi tre anni, e il 70% ritiene ci sia un tema di competizione per acquisire i talenti.

Per quasi otto intervistati su dieci questo significa ripensare la formazione e selezionare il personale più predisposto per un salto di qualità. Non si nascondono le difficoltà

nel coinvolgere i dipendenti: il 63% è preoccupato per il possibile impatto dell'AI sulla cultura aziendale e il 33% riconosce la difficoltà di approccio e adattamento alle nuove tecnologie di una parte delle persone dell'azienda.

Un ulteriore tema di preoccupazione riguarda il ricambio generazionale. Oltre alla necessità di integrare tra loro generazioni differenti, pesa il ricambio demografico e soprattutto va affrontato l'aumento del divario di competenze sugli strumenti tecnologici aziendali che caratterizzeranno l'attività futura.



© lousehoffmann83 - Pixabay

### Più positivi verso gli obiettivi di sostenibilità

Un'ulteriore sfida molto presente ai CEO riguarda gli obiettivi di sostenibilità Esg. L'analisi di Kpmg di quest'anno rileva una quota pari al 61% di manager ottimisti sulla possibilità di raggiungere gli obiettivi di neutralità climatica entro il 2030, 10 punti percentuali in più dell'anno scorso. Una delle ragioni elencate dal report risiede nella revisione e riallineamento degli obiettivi climatici intermedi, valutati ora più realistici e coerenti con le strategie aziendali. Gli ostacoli principali non sono tanto i costi (un problema per l'11%) quanto la complessità della decarbonizzazione delle catene di fornitura (25%) e la carenza di competenze per implementare soluzioni efficaci (21%).

La sostenibilità è quindi materia quotidiana per i CEO: il 65% dei rispondenti la ritiene fondamentale per la crescita a lungo termine e afferma di averla integrata nel modello di business, mentre il 51% considera la conformità e gli standard di reporting prioritari nei rapporti con gli investitori. Nota su cui lavorare: solo il 29% ha integrato la sostenibilità nelle proprie decisioni di investimento.

Maria Moro

Per approfondire su [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it):

- [Global Risks Report, i rischi di un mondo in frantumi](#)
- [Aon, spaventano le tensioni geopolitiche](#)

#### 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 email: [redazione@insuranceconnect.it](mailto:redazione@insuranceconnect.it)

Per inserzioni pubblicitarie contattare: [info@insuranceconnect.it](mailto:info@insuranceconnect.it)

Supplemento al 1 dicembre di [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it) – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577