



PRIMO PIANO

La fondazione vende il 11% di Carige

In vista dell'aumento di capitale da 800 milioni atteso per la prossima settimana, la Fondazione Carige, ieri sera, ha reso noto di aver completato la cessione di una quota pari al 10,86% di Banca Carige. Con l'operazione, l'Ente ha incassato circa 91,2 milioni di euro. Secondo quanto spiega la stessa Fondazione in una nota, le cessioni "sono state effettuate a favore di un ristretto numero di investitori istituzionali", italiani ed esteri, che attualmente detengono circa il 19% della banca. Si conclude così un passaggio fondamentale che, assieme alla cessione delle due compagnie assicurative, dovranno rimettere in sesto l'Istituto. Per quanto riguarda i due asset, tra i possibili pretendenti figura la trentina Itas Mutua: nei giorni scorsi, il presidente Giovanni Di Benedetto aveva ammesso di valutare il dossier, ma di essere ancora in fase pre-esplorativa. "È da qualche tempo - aveva spiegato Di Benedetto - che Itas ragiona su una sua ulteriore crescita. La brutta storia su cui indaga la magistratura è scoppiata dopo la nostra decisione di guardarci attorno e valutare le opportunità, tra le quali, confermo, c'è l'acquisizione di Carige Assicurazioni, una compagnia che si occupa del ramo danni con una raccolta premi attorno ai 400 milioni".

Beniamino Musto

MARKETING

L'utilità delle App assicurative

Creare un'applicazione non è oggi tanto una questione tecnica o economica ma un problema di creatività e di progettualità, per rendere disponibile al pubblico un prodotto accattivante e realmente utile

Alla domanda su quale valore possa creare una app, la risposta non può che essere articolata e complessa. Certamente generare valore è l'obiettivo di qualsiasi modello di business. Questo paradigma è valido anche per le app, sebbene declinarlo nelle imprese di assicurazioni non sia semplice. Si potrebbe dire, come ha scritto **Seth Kahan**, che il valore generato da una applicazione si misura nel desiderio indotto nei clienti di interagire direttamente con il brand della compagnia, con un utilizzo frequente e continuativo dell'applicazione.



PIANIFICARE IL VALORE CONCRETO DI UNA APP

Per quanto riguarda le app, Kahan individua tre livelli di valore: **better value** (il miglioramento di un servizio già esistente); **more value** (più servizi o lo stesso servizio a un costo inferiore o gratuito); **new value** (nuove idee, quando si comprende e si soddisfa prima di altri un bisogno).

Macros Consulting proseguendo nell'attività di consulenza strategica sul digital e sulla social strategy, declinata attraverso progetti di *social company* e *social distribution*, ha analizzato le 100 app più scaricate a livello internazionale e ha rilevato alcune caratteristiche comuni. Le persone premiano le app che prima di tutto sono facili da usare e che hanno una concreta utilità. Ciò indica che l'applicazione deve essere ben pensata e progettata per offrire un'utilità definita e facilmente individuabile. *(continua a pag.2)*

NEWS DA WWW.INSURANCETRADE.IT

Osservatorio Segugio.it, sale la richiesta di prime polizze Rca

L'Osservatorio di **Segugio.it** ha registrato, nei primi cinque mesi del 2014, un incremento delle richieste di prime polizze per auto nuove e usate, e una leggera crescita delle auto ecologiche circolanti. Secondo l'analisi effettuata a livello nazionale dal comparatore, rispetto al primo semestre 2013, la maggiore richiesta di prime polizze in seguito all'acquisto di auto nuove e usate è passata dal 18,3% al 20,8% nei primi cinque mesi del 2014; per quanto riguarda le auto ecologiche circolanti, il dato passa dal 5,6% del primo semestre 2013 al 6,8% del maggio 2014. Inoltre, si conferma una decisa tendenza degli utenti ad assicurare la propria auto contro il furto e l'incendio: la percentuale di automobilisti che sceglie queste garanzie aggiuntive passa, infatti, dal 19,3% del primo semestre 2013 al 26,5% del mese di maggio. L'incremento della percentuale degli utenti appartenenti alla prima classe di merito raggiunge il 55,3%, valore più alto mai registrato dal 2009 (43,9%).



Seguici anche su Facebook alla pagina di Insurance Connect e su Twitter @insurancetrade



(continua da pag. 1)

Inoltre una app deve essere divertente (ciò vale anche per quelle non ludiche) e interattiva. Altre caratteristiche importanti che gli utilizzatori delle app certamente apprezzano sono la gratuità e la disponibilità su più piattaforme.

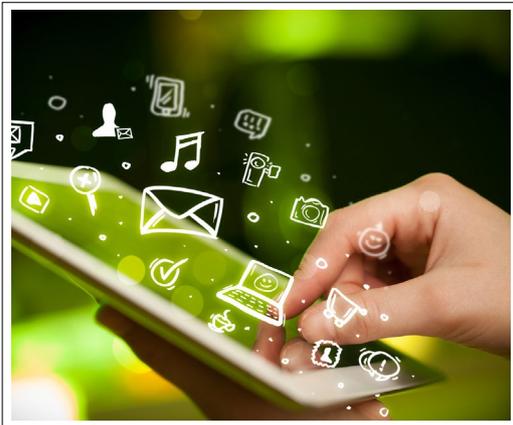
GLI ELEMENTI DI UNA APP DI SUCCESSO

Accanto a queste caratteristiche ritenute importanti dai consumatori e necessarie per imboccare la strada del successo, vi sono altri percorsi da seguire dal lato delle compagnie di assicurazioni.

Se è vero che per realizzare un'app di successo occorre affrontare, da un lato, la questione tecnica (una grafica accattivante, facilità d'uso) e quella economica (costi di progettazione, posizionamento nello store, evoluzione), dall'altro ciò che caratterizza le app di maggiore successo presenti nei mercati più avanzati, non sono gli elementi tecnici o quelli economici, che pure vanno tenuti in debita considerazione. La tecnologia è alla portata ormai di gran parte degli attori del mercato, e anche la dimensione economica per le società sembra essere un ostacolo superabile.

In realtà **ciò che rende una app di successo è la visione strategica della compagnia**, le ragioni per le quali si decide di realizzare l'applicazione e soprattutto quale bisogno si intende soddisfare. Poi, non da ultimo, occorre misurare quale valore crea la nuova applicazione per la compagnia. Queste sono le questioni alle quali rispondere per verificare se siamo sulla via del successo. Invece, se la ragione per cui abbiamo deciso di realizzare un'app è la semplice emulazione, probabilmente la delusione è dietro l'angolo.

Una presenza con alla base una solida impostazione metodologica consente di cogliere meglio le opportunità presenti nel mercato e di creare una relazione più intensa, una migliore **customer experience** con la propria clientela. Permette, altresì, di presentarsi in maniera strutturata sugli *appstore*, proponendo fin da subito la propria "offerta" modulata sulla base delle scelte strategiche.



Angelo Paulli,
Macros Consulting

DA SEMPRE, NEL MONDO,
SPECIALISTI IN RESPONSABILITÀ.



DUAL è specialista nelle assicurazioni contro i rischi di responsabilità civile.

- RC Professionali
- RC Patrimoniali Dipendenti Enti Pubblici
- D&O

DUAL Italia "La Migliore RC Professionale" per Milano Finanza Insurance & Previdenza Awards 2014.



DUAL Italia S.p.a.

Via Edmondo De Amicis, 51 - 20123 Milano
Tel. +39 02 72080597 - Fax +39 02 72080592
reception@dualitalia.com - www.dualitalia.com



LIBRI

La giurisprudenza dei prodotti finanziari assicurativi

Un excursus ragionato sulla natura, la storia e l'evoluzione normativa delle polizze linked e a capitalizzazione

È uscito presso **Ipsoa** il libro curato dall'avvocato **Luca Zitiello**, *I prodotti finanziari assicurativi - Un'analisi ragionata delle giurisprudenze*. Si tratta di un ampio testo che coinvolge, oltre al curatore, altri otto autori, tutti avvocati, che si dividono la trattazione di sette capitoli, ognuno con uno specifico tema inerente ai contratti assicurativi ad alto contenuto finanziario: dalla definizione del prodotto alle leggi e regolamenti che ne disciplinano l'emissione, dalle norme sull'impignorabilità ai profili vessatori delle polizze *linked*, fino alle questioni comunitarie e alle responsabilità di compagnie e intermediari.

Il libro affronta sistematicamente l'evoluzione del contratto assicurativo di tipo finanziario, attraverso lo sviluppo della normativa seguita soprattutto alla disciplina nazionale delle polizze *unit linked* e *index linked*, catalogate, come scrive nella sua introduzione Zitiello, "sull'onda degli scandali finanziari Cirio, Argentina (default, ndr) e Parmalat", come prodotti finanziari emessi da imprese di assicurazione. L'Italia, proprio per via di quanto accaduto tra la fine degli anni '90 e i primi anni del 2000, è stata la prima nazione in Europa a qualificare in questo modo tali contratti, sulla scorta dell'interrelazione sempre più stretta tra mondo finanziario, bancario e assicurativo.

Il testo mira a spiegare puntualmente la particolare complessità del contratto assicurativo a contenuto finanziario anche sullo sfondo delle normative comunitarie.

Sono molte le questioni aperte riguardo i prodotti vita e il libro contribuisce ad alimentare il dibattito, ma anche a fare il punto della situazione, ponendosi quindi come un testo di riferimento per gli addetti ai lavori e per gli appassionati della materia. Il tema, infine, è ancor più importante oggi che le nuove norme di *Solvency II* impongono alle imprese di concentrarsi su prodotti di questa natura al fine di rispettare prospettivamente i requisiti di capitale.

Il testo è corredato anche da un'amplicissima appendice giurisprudenziale inedita (circa 300 pagine) con l'elenco e la trattazione di tutte le sentenze di interesse.

A cura di Luca Zitiello, *I prodotti finanziari assicurativi - Un'analisi ragionata delle giurisprudenze*, Ipsoa, 631 pp., 62 euro

Fabrizio Aurilia

DALLE AZIENDE

ZOGIA, centro di consulenza per l'arte e l'antiquariato

Perizie, stime, valutazioni, servizi di compravendita, gestione e catalogazione di collezioni per aiutare a proteggere il valore dei doni più preziosi della nostra storia



Il Centro Zogia (www.zogia.it) fornisce un servizio completo e altamente specializzato a collezionisti privati o pubblici, investitori, assicuratori, studi peritali e quanti abbiano necessità di assistenza professionale e completa per orientarsi nel mondo dell'arte e dei beni d'antiquariato, specie nell'ambito di delicate prestazioni di assistenza tecnico-giudiziaria.

Tra le aree di intervento: stime e perizie di beni storico-artistici per finalità assicurative, valutazione dell'entità e quantificazione dei danni, successioni e divisioni ereditarie, cessione o acquisto, redazione expertise per valorizzazione e schedatura. Servizi dedicati a chi intende investire in modo preciso e oculato o a chi necessita di interventi specialistici per risolvere qualsiasi tipo di controversia giudiziale o burocratica inerente al mondo dell'arte (www.zogia.it/stime-e-perizie/). I partner fondatori dello studio, Fabio Ferraccioli, Michele Rovoletto e Pietro Quattriglia Venneri, esperti e periti professionalmente riconosciuti con esperienza decennale nel mondo dell'arte regolarmente iscritti agli Albi di competenza del Tribunale e della Camera di Commercio, sono a vostra disposizione per assumere e dirigere incarichi relativi a perizie giurate e consulenze tecniche su tutto il territorio nazionale, ottimizzandole a processi, normative e tempistiche richieste dalla committenza.

Per garantire la massima competenza in ogni specifico comparto - arredi, dipinti antichi e del XIX secolo, fotografia, arte moderna e contemporanea, arti decorative, libri e incisioni, gioielli e preziosi - lo Studio Zogia si avvale della collaborazione di un network composto da esperti a livello internazionale, garantendo soluzioni particolarmente rapide e autorevoli.

Per informazioni e richieste rivolgersi a: info@zogia.it

Insurance Daily

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio alaggio@insuranceconnect.it

Editore e Redazione: Insurance Connect Srl, Via Montepulciano 21, 20124 Milano 02.36768000 redazione@insuranceconnect.it

Per inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.it

Supplemento al 10 giugno di www.insurancetrade.it

Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012



con il patrocinio di:



Regione Lombardia



Provincia di Milano



ASSEPRIM
ASSOCIAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE



ANIA
Associazione Nazionale
fra le Imprese Assicuratrici



ANRA
Associazione Nazionale dei Risk Manager
e Responsabili Assicurazioni Aziendali



CINEAS
PER UNA CULTURA DEL RISCHIO



UGARI
Unione dei Gruppi Assicuratori e Rassicuratori Italiani

LE AZIENDE E IL RISCHIO

Minacce emergenti e soluzioni possibili

Milano, 17 giugno 2014 (9.00 - 17.00)
Palazzo delle Stelline, Corso Magenta 61

PROGRAMMA

Chairman **Maria Rosa Alaggio**, *Direttore di Insurance Review e Insurance Magazine*

09.00 - 09.30 - Registrazione

09.30 - 11.00 - TAVOLA ROTONDA: **I rischi per le aziende italiane: conoscenza, prevenzione e capacità di gestione**

rappresentante Ania;

Carlo Marietti Andreani, presidente Aiba;

Adolfo Bertani, presidente Cineas;

Francesco Saverio Losito, coordinatore settore assicurativo Asseprim-Confcommercio;

Paolo Panarelli, direttore generale Consap

Paolo Rubini, presidente Anra;

11.10 - 11.30 - Coffee break

11.30 - 11.50 - **Come affrontare la sfida dell'internazionalizzazione**

11.50 - 12.10 - **Credito e pmi: dalla sofferenza alla sicurezza**

Antonella Vona, direttore marketing e comunicazione Coface Italia

12.10 - 12.30 - **Calamità naturali: come gestire la crisi e prepararsi all'emergenza**

Filippo Emanuelli, amministratore delegato Belfor Italia Srl

12.30 - 13.00 - Q&A

13.00 - 14.00 - Lunch

14.20 - 14.40 - **Le responsabilità di manager e amministratori**

Maurizio Ghiliosso, amministratore delegato Dual Italia

14.40 - 15.45 - TAVOLA ROTONDA: **Rischi senza frontiere, dal rischio informatico al cyber crime**

Luca Bolognini, presidente Istituto Italiano Privacy, partner ICT Legal Consulting

Umberto Rapetto, Generale (r) Guardia di Finanza - Cyber Security Advisor

Marco Rossi, head of sales & marketing di Das Italia

Testimonianza di un Risk Manager

15.45 - 16.45 - **Le priorità nella scelta della polizza assicurativa**

Arnaldo Bergamasco, presidente Brokers Italiani

Francesco Cincotti, vice presidente Ugari

Alessandro De Felice, chief risk officer Prysmian Group

Domenico Floro, head of business development & finance Erg Supply & Trading

Iscriviti su www.insurancetrade.it
Scarica il programma completo

main sponsor:



official sponsor:

