

PRIMO PIANO

Ania, la raccolta regge

La raccolta premi complessiva del settore assicurativo in Italia si è attestata nel 2023 a 144,6 miliardi di euro, sostanzialmente in linea (-1,2%) con quanto messo a bilancio nell'anno precedente. Lo certifica l'Ania, che ha pubblicato oggi i dati provvisori sulla raccolta premi forniti dalle imprese del mercato. Un risultato positivo, visto che il 2023, come si legge in una nota stampa, è stato "un anno caratterizzato ancora da forti incertezze economiche derivanti da alti tassi di interesse, da un'inflazione media annua elevata e da una crescita lenta del Pil".

Nel dettaglio, il ramo vita ha registrato una raccolta tonda di 100 miliardi di euro, in flessione del 4,8% su base annua a seguito principalmente del -29% e -23,1% fatto segnare rispettivamente dalle polizze linked e dai prodotti di capitalizzazione: in controtendenza invece soluzioni di ramo I (+9,2%), polizze malattia (+24%) e fondi pensione (+22,9%). Compensa almeno in parte il calo del ramo vita il +7,7% messo a segno dal mercato danni, con una raccolta complessiva di 44,6 miliardi di euro. In positivo tutte le linee di business, con la sola eccezione dei corpi veicoli ferroviari (-3,8%). Bene il settore dell'Rc auto, che registra una crescita del 6,2% e una raccolta premi di 13,4 miliardi di euro. Per leggere la news completa qui.

Giacomo Corvi

RICERCHE

Informazione, ecco i temi che interessano gli italiani

L'Osservatorio Opinion Leader 4 Future di Credem e Università Cattolica, i cui risultati sono stati presentati lunedì scorso a Milano, ha indagato i fronti su cui i cittadini si informano maggiormente. L'indagine evidenzia un aumento dell'attenzione per il carovita e la sostenibilità, mentre si registra un calo dell'interesse per i conflitti geopolitici. Per molti argomenti permangono ancora pesanti differenze in base al genere e all'età

Il carovita rimane al centro delle preoccupazioni degli italiani, con una persona su due che lo considera il tema più importante su cui informarsi. Segue la sostenibilità, soprattutto se intesa a livello personale o se collegata al cambiamento climatico. Sono alcune delle evidenze rilevate dall'Osservatorio Opinion Leader 4 Future, il progetto sull'informazione consapevole lanciato lo scorso anno da Credem e Almed, e presentate lunedì 25 marzo presso l'Università Cattolica di Milano. Nato con l'obiettivo di far dialogare il mondo dell'impresa con quello accademico e del giornalismo, l'incontro ha visto la partecipazione, tra gli altri, del vice direttore generale di Credem, **Giuliano Cassinadri**, della direttrice di Almed, **Mariagrazia Fanchi**, di **Chiara Giaccardi**, professore ordinario di Sociologia dei processi culturali e comunicativi presso l'Università Cattolica e di **Nello Scavo**, giornalista e inviato speciale di Avvenire, che a partire dalla sua esperienza sul campo ha spiegato l'importanza di non cadere nella faziosa difesa di interessi e ideologie e di come si riconosce la buona informazione.

L'Osservatorio ha ereditato e portato avanti il lavoro svolto da Opinion Leader 4 Future, il progetto nato nel 2020 da una collaborazione tra i suddetti istituti per analizzare il ruolo degli opinion leader nel panorama informativo e la circolazione delle informazioni. Nel suo primo anno di attività, i ricercatori dell'Università Cattolica hanno analizzato i temi più rilevanti per la vita delle persone e le modalità con cui gli italiani si informano.

"Il sostegno di una banca come Credem è una notizia positiva", ha commentato Nello Scavo, ma secondo Giuliano Cassinadri ciò non deve sorprendere. "Da sempre siamo convinti che la missione di un'istituzione come la nostra non sia solo tutelare il risparmio e sostenere i progetti di famiglie e imprese, ma anche agevolare iniziative che possano contribuire al miglioramento della società, sostenendo in questo caso la ricerca universitaria", ha dichiarato il manager. A detta di Cassinadri, l'attività dell'Osservatorio si sposa perfettamente con l'obiettivo del gruppo di creare valore e benessere per tutta la popolazione. "Per noi è stata una grande soddisfazione constatare nel corso degli anni il coinvolgimento nel progetto di molti soggetti e il crescente interesse sui temi affrontati", ha aggiunto.

I TEMI PIÙ CALDI

L'analisi dell'Osservatorio è stata condotta su un campione di 5000 persone rappresentativo della popolazione. Ciò che è emerso è che il 55% degli intervistati considera il carovita il tema più importante su cui informarsi, principalmente per via del suo effetto sulla vita di tutti i giorni (la percentuale è in aumento dal 50% della precedente rilevazione di febbraio 2023). (continua a pagina 2)



(continua da pagina 1) Al secondo posto (44%) c'è la sostenibilità, anch'essa in crescita rispetto all'indagine precedente. Si tratta di una tematica che ormai va considerata di interesse comune, soprattutto se declinata nell'ottica del possibile contributo individuale e se correlata ai rischi del cambiamento climatico. Più debole è invece l'interesse per la situazione internazionale. La guerra in Ucraina rimane sui medesimi livelli delle precedenti rilevazioni (12%): a febbraio 2023 era al 14% e a luglio 2023 all'11%. L'interesse per la questione israelo-palestinese è velocemente sceso nel corso dei mesi: nell'autunno 2023 il 40% degli italiani si dichiarava molto interessato, oggi solo il 10%.

COLPISCONO LE DIFFERENZE DI ETÀ E GENERE

Su molti temi permangono forti discrepanze in base al genere: carovita e politica sono argomenti soprattutto maschili (rispettivamente 60% e 30%), mentre le discriminazioni di genere e la violenza sulle donne interessano molto meno gli uomini (5%) che le donne (16%), nonostante le numerose iniziative di sensibilizzazione degli ultimi mesi. Si registrano anche differenze in base all'età: la sostenibilità è un tema sentito soprattutto dalla fascia 25-35 anni (51% contro un interesse totale del campione del 44%) mentre la politica italiana e le riforme del governo interessano le fasce più estreme della popolazione (gli under 25 anni e gli over 55). "La crescente attenzione degli under 25 per la politica interna colpisce in modo particolare, rispetto alla vulgata che li vuole inconsapevoli o disinteressati", ha commentato Mariagrazia Fanchi. Ma colpisce anche, meno positivamente, la scarsa attenzione delle donne per le stesse tematiche, che sembrerebbe corroborare uno schema (donna interessata ai temi della sfera privata, uomo a quelli della sfera pubblica) che ci si augurava ormai superato. "Anche la differente attenzione verso la questione della violenza sulle donne, maggiore in queste ultime, segnala una divaricazione fra cittadine e cittadini che invita alla riflessione", ha aggiunto la direttrice.

LA DIMENSIONE GENERATIVA DELLA COMUNICAZIONE

Un altro argomento affrontato nel corso dell'incontro è stato il ruolo dell'informazione. Nel mondo comunicativo attuale il problema non è certo la mancanza di informazioni ma, al contrario, queste sono talmente abbondanti da rischiare di trasformarsi nel loro esatto contrario. Avere a disposizione molti dati non sempre si traduce in maggiore conoscenza, anzi molto spesso il rischio è quello di provocare un senso di disorientamento nei cittadini, che non avendo gli strumenti necessari per discernere l'informazione corretta da quella volontariamente falsata attuano comportamenti dannosi per l'opinione pubblica e manifestano sentimenti di sfiducia nei confronti delle istituzioni. Secondo Chiara Giaccardi, la soluzione a questo problema sarebbe da ricercare nella dimensione generativa della comunicazione, nella sua capacità di mettere in connessione mondi e persone diverse, di trasformare le opinioni e le sue esperienze attraverso il dialogo. "Ci troviamo oggi in un quadro entropico, di perdita di varietà delle opinioni", ha affermato la professoressa. "La comunicazione è bellica, le posizioni sono polarizzate. C'è poi il tema delle fake news: lo scopo della comunicazione odierna è raggiungere obiettivi, costi quel che costi. Questo genera un disamoramento per le questioni comuni". L'informazione, sostiene Giaccardi, non è una registrazione di fatti ma un discorso che dà forma ai fatti, cercando di offrire degli strumenti di comprensione. "In questo quadro, comunicare vuol dire ridurre le distanze – ha concluso – in modo che questo incontro faccia progredire la comprensione reciproca".

Michele Starace



INSURANCE
REVIEW

è su LinkedIn

Segui la nostra pagina

in

COMPAGNIE

Allianz Italia ottiene la certificazione per la parità di genere

Lo standard nazionale Uni/PdR 125:2022, tra le altre cose, valuta la qualità del lavoro femminile e promuove la trasparenza dei processi lavorativi



Allianz Italia ha ottenuto la certificazione per la parità di genere riconosciuta dallo standard nazionale Uni/PdR 125:2022. "Questo riconoscimento – si legge nella nota della compagnia – certifica l'impegno della compagnia nell'implementare le politiche di gestione per la parità di genere all'interno della propria organizzazione, che in Italia ha oltre 4.700 dipendenti e nel promuoverle anche esternamente".

La certificazione Uni/PdR 125:2022 ha l'obiettivo di perseguire una maggiore qualità del lavoro femminile, promuovendo la trasparenza dei processi lavorativi, riducendo il gender pay gap, aumentando le opportunità di crescita in azienda e tutelando la maternità e il work-life balance.

"Siamo lieti della certificazione per la parità di genere Uni/PdR 125:2022, da poco ottenuta, che attesta ulteriormente il nostro impegno, a trecentosessanta gradi e da sempre, a realizzare strategie e buone pratiche sui temi di diversità, equità e inclusione, come confermano le certificazioni conferite anche quest'anno da **Top Employers Italia** e da **Edge**, che ci ha riconosciuto **Edge Move**", ha commentato nel comunicato **Letizia Barbi**, direttore risorse umane della compagnia.

Allianz ha ottenuto la certificazione, della durata triennale, al termine di un percorso di valutazione, condotto da **Intertek**, basato sull'analisi di sei aree: cultura e strategia; governance; processi delle risorse umane; opportunità di crescita e inclusione; equità remunerativa per genere; tutela della genitorialità e conciliazione vita-lavoro.

Fabrizio Aurilia

NORMATIVA

Monopattini, arriva l'obbligo di assicurazione

Via libera della Camera dei deputati al provvedimento che apporta nuove modifiche al Codice della strada



Obbligo di contrassegno, casco e assicurazione di responsabilità civile per i monopattini elettrici e, più in generale, per tutti i mezzi della cosiddetta micromobilità elettrica. La Camera dei deputati ha approvato ieri il disegno di legge che prevede una serie di interventi per la sicurezza stradale e modifiche all'attuale Codice della strada. Il provvedimento passa ora all'esame del Senato. "Grande soddisfazione, siamo determinati a salvare vite", ha commentato il ministro delle Infrastrutture e dei Trasporti, **Matteo Salvini**. Il nuovo Codice della strada, ha proseguito, "prevede più controlli, più educazione stradale, più rigore".

Il testo, come già accennato, tocca anche il settore della micromobilità elettrica. Monopattini e affini, nello specifico, potranno circolare solamente nei centri urbani e su strade con limite di velocità non superiore ai 50 km/h: bandite dunque aree pedonali e piste ciclabili, così come i percorsi ciclabili extraurbani. Il proprietario del mezzo sarà tenuto a richiedere il contrassegno, ossia la targa, che dovrebbe essere del tutto simile a quello presente sugli attuali ciclomotori, e a fare sempre uso di un casco omologato secondo le norme vigenti. Previsto infine l'obbligo di stipulare un'assicurazione di responsabilità civile verso terzi, secondo quanto sancito dall'articolo 2054 del Codice civile.

Uscendo dall'ambito della micromobilità elettrica ma restando in quello delle assicurazioni, il provvedimento potenzia infine il sistema di verifica della copertura assicurativa, mediante l'incrocio dei dati derivanti dalle sanzioni, comprese quelle relative al passaggio con il semaforo rosso.

G.C.

RICERCHE

M&A: un 2023 sottotono a livello globale, ma l'Italia sta ripartendo

I risultati del Transactional risk insurance report di Marsh evidenziano un generale rallentamento dell'attività di fusioni e acquisizioni. Nel primo trimestre 2024, il nostro paese è apparso però più dinamico

Nel 2023 l'attività di M&A a livello globale ha fatto segnare un rallentamento a causa delle complessità dello scenario macroeconomico e geopolitico, secondo la nuova edizione del report *Transactional risk insurance* di **Marsh**. Lo studio, condotto sui dati 2023, fornisce anche una panoramica del mercato delle soluzioni di transactional risk insurance in tutte le regioni e guarda agli sviluppi previsti per il futuro.

"I principali risultati – dicono da Marsh – evidenziano che, nonostante il generale rallentamento dell'attività di M&A a livello globale, la domanda di soluzioni di transactional risk insurance è stata costante, anche grazie alla crescente consapevolezza del ruolo importante che queste coperture svolgono nelle transazioni di M&A".

Il valore totale delle operazioni globali (*market deal value*) si è attestato a 2,5 trilioni di dollari, a fronte dei 3,4 trilioni registrati nel 2022. Sono diminuite le dimensioni medie delle transazioni: in Nord America, si è registrata una diminuzione del 16%, a 106 milioni di dollari; nella regione Emea, il calo è stato del 22%, a 71,4 milioni; in Asia, si stima un passivo del 51%, a 115,5 milioni di dollari. Solo la zona del Pacifico ha registrato un aumento delle dimensioni medie delle transazioni, "sebbene su un numero molto inferiore di accordi rispetto alle altre regioni", precisa il report.

C'è più consapevolezza sulle polizze dedicate

"Malgrado le complessità dello scenario globale, Marsh ha vissuto il terzo migliore anno di sempre per quanto riguarda le coperture per attività di M&A", ha rivelato in una nota **Marco Araldi**, amministratore delegato di Marsh Italia.

Sono stati intermediati in tutto il mondo oltre 2.000 polizze su 1.200 transazioni uniche, per un massimale pari a 49 miliardi di dollari, oltre 227 miliardi di dollari in controvalore delle transazioni. È un segnale, secondo Araldi, "di una maggiore consapevolezza del valore di questi strumenti (le transactional risk insurance, ndr) per garantire una positiva conclusione del deal". Quasi il 50% delle transazioni supportate da Marsh nell'area Emea coinvolgeva i settori delle



energie rinnovabili (13,5%), del tech (12%), del manifatturiero (10,5%) e dell'immobiliare (10,3%).

Guardando all'Italia, e al futuro, il primo trimestre del 2024, per quanto riguarda l'attività di M&A, è risultato in crescita rispetto all'ultimo trimestre del 2023. "La riapertura del mercato del debito, a partire dal primo gennaio, unitamente alla generale riduzione degli spread, ha creato un contesto favorevole alle attività di finanza straordinaria, in cui la disponibilità delle banche al finanziamento delle operazioni sta tornando ad alimentare il mercato", ha commentato Araldi. "Per fondi e aziende rimangono alcuni nodi da sciogliere – ha aggiunto –, come quello inerente il valuation gap tra le aspettative di prezzo del venditore e quelle dell'acquirente. Tuttavia, possiamo aspettarci che la crescita del mercato globale prevista per il 2024 possa portare a un aumento dell'attività anche nel nostro Paese, specialmente nella seconda parte dell'anno", ha concluso l'ad di Marsh Italia.

F.A.

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