

PRIMO PIANO

Unipolsai su Bper e Banco Popolare

UnipolSai starebbe valutando l'opportunità di entrare, come socio stabile, nell'azionariato di Bper e di Banco Popolare. È quanto trapelato dal mercato finanziario nelle scorse ore. Con entrambi gli istituti bancari, la compagnia ha accordi di bancassurance in Arca vita e Bp vita. D'altronde, la società assicurativa non ha mai negato di valutare una simile possibilità, nel caso si inserisse nell'ambito di accordi di natura strategica con le banche interessate. Nel dettaglio, stando ai rumors di mercato, il gruppo starebbe lavorando per mettere in portafoglio una partecipazione superiore al 2%, e comunque inferiore al 5% del capitale di Bper. Tradotto sulla carta, l'investimento si aggirerebbe tra i 60 e i 100 milioni di euro. Secondo le indiscrezioni, quest'operazione darebbe la possibilità alla compagnia assicurativa di "tenere sott'occhio l'accordo e di guardare con attenzione al rimiscolamento delle carte nel comparto del credito avendo per giunta un punto d'osservazione privilegiato". Inoltre, nell'ambito del risiko delle popolari in atto in questi mesi, il gruppo guidato da Carlo Cimbri, come accennato, punterebbe a un ingresso anche in Banco Popolare. L'operazione verrebbe accolta con favore dagli analisti di mercato.

Renato Agalliu

RISK MANAGEMENT

Rischiare è umano

Nel convegno organizzato da Anra, il tema chiave è stato l'approccio al rischio tra razionalità e pulsioni. Dai rischi della Brexit alla professione degli underwriter: si è discusso della capacità umana di valutare le minacce e del supporto fornito dalla tecnologia

L'avversione o la propensione al rischio come elemento di influenza sulle scelte individuali ma anche assicurative. È stato questo il tema portante del convegno organizzato da Anra, l'associazione nazionale dei risk e insurance manager aziendali, svoltosi a Milano di fronte a una platea di 180 persone tra soci e interessati. L'evento è stato strutturato su due filoni di temi distinti: gli scenari possibili legati alla Brexit, nota espressione che indica la possibile uscita del Regno Unito dall'Unione Europea, e una presentazione degli studi di neuroscienza svolti presso lo Iuss di Pavia sulle reazioni del cervello umano di fronte al rischio. Che la mente sia influenzata dalle pulsioni anche nelle scelte razionali è stato l'argomento della tavola rotonda a chiusura dei lavori, che ha visto Aldo Bertelle, responsabile inquinamento di Aig, Daniele Ortelli, responsabile loss prevention di Generali Gc&c e Orazio Rossi, country president di Chubb Italy, moderati da Alberto Monti, professore allo Iuss di Pavia e presidente del comitato tecnico scientifico di Anra, confrontarsi sulla percezione del rischio da parte degli underwriter nel settore assicurativo.

I PARADOSSI DELLA BREXIT

In realtà, secondo quanto espresso da Carlo Altomonte, docente di Economia dell'integrazione europea all'università Bocconi, anche il referendum che deciderà dell'uscita o meno della Gran Bretagna dall'Unione Europea ha alla base un'errata valutazione dei rischi, rispondendo invece a pulsioni sociali che vedono nella Ue una sorta di capro espiatorio dei problemi interni al Paese anglosassone. Un'affermazione al referendum del 23 giugno dei favorevoli all'uscita comporterebbe una serie di conseguenze negative per Londra e potrebbe rivelarsi il primo vero passo verso la disgregazione dell'Ue. La consultazione popolare è stata una concessione del governo Cameron nella difficile fase delle elezioni politiche ma realizzata, secondo Altomonte, senza una consapevole valutazione dei rischi. I punti in discussione sono cinque e, almeno quattro penderebbero in favore di una permanenza inglese nell'Unione. In termini di contributi al bilancio comunitario gli inglesi hanno poco da lamentarsi, in considerazione del beneficio di uno sconto che già sussiste e che permette loro di versare meno, ad esempio, di Italia e Francia. (continua a pag. 2)





INSURANCE CONNECT su LINKEDIN

Clicca qui per iscriverti al gruppo 

Clicca qui per seguire la pagina

(continua da pag. 1)

La critica sull'eccessiva deregolamentazione imposta da Bruxelles, altro punto in discussione, si innesta sulla realtà di un Paese che è già tra i meno burocratizzati dell'Ue, e non pare essere quindi un vero argomento di discussione. Il terzo aspetto riguarda la poca influenza che i promotori del referendum ritengono abbia la Gran Bretagna nel consiglio: l'uscita comporterebbe però di fatto un maggiore isolamento di Londra, la quale trarrebbe invece maggior beneficio dal tentare di cambiare gli equilibri dall'interno delle Istituzioni. Nessun apparente vantaggio neppure per quanto riguarda il commercio con l'estero, considerato che l'80% dei traffici inglesi avviene con Paesi che hanno stipulato accordi direttamente con l'Unione e ai quali la Gran Bretagna si attiene. Unico tema parzialmente a favore dell'uscita è quello dell'immigrazione, ma non tanto per ciò che riguarda la spesa pubblica (anche in Uk i contributi del lavoro degli immigrati sono fondamentali) quanto per una forma di maggiore sicurezza interna. L'esito del referendum è ampiamente incerto: i sondaggi danno le due parti in sostanziale parità, ma il numero degli indecisi è ancora elevato. Forse potrà influenzare l'opinione pubblica il giudizio di **Standard & Poor's**, che dà per certo il declassamento del Regno Unito dalla Tripla A sul debito pubblico in caso di Brexit.

LA SCELTA DI ASSICURARE È SINTESI DI ESPERIENZA E TECNOLOGIA

Il secondo atto del convegno organizzato da Anra si è svolto partendo dall'esposizione, da parte di **Nicola Canessa**, docente di psicobiologia e psicologia fisiologica allo Iuss, dei risultati di una serie di test scientifici sulle reazioni del cervello umano di fronte a uno stimolo di rischio positivo o negativo. Gli studi mostrano come nell'approcciarsi a decisioni rischiose ci sia una reazione di tipo fisiologico, con l'attivazione di aree diverse del cervello a seconda che il rischio possa comportare un esito positivo o negativo. Su tale reazione istintiva, alimentata dall'esperienza in un continuo autoapprendimento, si innescano le *sovrastrutture razionali*, cioè gli strumenti culturali o tecnologici che aiutano a indirizzare la scelta. Come ha evidenziato nella sua introduzione Alberto Monti, questi studi dimostrano come non siano possibili scelte pienamente razionali, e come ci si trovi in ogni caso ad agire in uno stato di "razionalità limitata". Il tema della capacità di decidere di fronte al rischio e dell'utilizzo degli strumenti tecnologici a supporto delle decisioni è stato al centro del dibattito su *L'underwriter e la percezione del rischio* a cui hanno partecipato, come detto, Aldo Bertelle di Aig, Daniele Ortelli di Generali Gc&c e Orazio Rossi di Chubb Italy. Rossi ha aperto il confronto paragonando l'underwriter all'*auriga di Platone*, che deve guidare il carro gestendo in modo equilibrato il cavallo bianco e il cavallo nero, dove il bianco rappresenta la razionalità, supportata anche dalla tecnologia, e il destriero nero l'esperienza e la passione, fondamentali per accrescere la professionalità dell'underwriter. Cogliendo lo spunto, Bertelle ha spiegato come il rischio catastrofe, per definizione non prevedibile neppure su basi statistiche, sia assumibile solo a fronte della capacità di raccogliere informazioni, che è tanto più affinata quanto più l'underwriter ha fatto esperienza del suo lavoro. Gli strumenti, ha concordato poi Ortelli, possono essere di sostegno a una scelta ma anche diventare uno scudo per nascondersi dietro alle "scelte razionali" delle macchine. Le informazioni oggi potenzialmente a disposizione dell'underwriter sono un numero talmente elevato da travalicare la capacità di conoscenza umana: per questo l'esperienza del professionista è fondamentale, perché è in grado di agire da sintesi tra scelta puramente razionale e necessità del rischio.

L'approccio al rischio è visto come capacità di equilibrio tra analisi, conoscenza, comunicazione e esperienza, caratteristiche umane e professionali che, come ha concluso **Alessandro De Felice**, presidente di Anra, fanno di risk manager e underwriter le due facce della stessa medaglia professionale.



Maria Moro



INSURANCE CONNECT su FACEBOOK

Seguici sulla pagina cliccando qui 

INIZIATIVE

Al via la nuova edizione di Think4South

Il contest dedicato alle start up e promosso da Groupama Assicurazioni prevede investimenti per 80 mila euro, tra contributi economici e tutoring

Riparte *Think4South*, il contest promosso da **Groupama Assicurazioni** e dedicato alle startup del sud d'Italia, per trasformare in un'opportunità concreta di lavoro delle idee innovative, premiando nuove soluzioni per la prevenzione del rischio tramite a sistemi di *Internet of Things* e progetti di innovazione digitale di particolare interesse per il business aziendale.

Quest'anno l'intento è quello di dar vita a un'edizione ancora più ricca di opportunità, anche grazie al contributo di prestigiosi partner internazionali. Il vincitore avrà accesso al programma di accelerazione di *Luiss Enlabs*, chiamato "La fabbrica delle startup", della durata di cinque mesi (a partire da luglio 2016) grazie al contributo economico di Groupama e l'investimento di **LVenture group**, holding di partecipazioni quotata in borsa che controlla Luiss Enlabs, per un valore complessivo di 80 mila euro.

Per il secondo classificato un contributo economico del valore di 10 mila euro riservato dalla **Swiss Re Foundation** per l'acquisto di beni e/o servizi necessari per lo svolgimento dell'attività e per il terzo classificato 6 mesi di tutoring e utilizzo dei laboratori applicazioni di **STMicronics**, primaria società di prodotti e soluzioni microelettroniche.

Come partecipare all'iniziativa

La call sarà attiva dall'11 aprile al 31 maggio attraverso il sito www.think4south.it e sarà riservata alle startup di Lazio, Abruzzo, Campania, Molise, Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia e Sardegna che hanno già costituito un team e hanno sviluppato un prototipo funzionante del prodotto/servizio.

Le quattro categorie di concorso riguarderanno: *Smart Home* per migliorare la qualità della vita in casa, *E-Health* soluzione ai bisogni assistenziali e sanitari, *Mobility* per migliorare la sicurezza sulla strada e la qualità della vita dei cittadini e *Innovazione Digitale* finalizzata all'ottimizzazione del business aziendale.

La selezione dei progetti vincitori sarà affidata ad un comitato di valutazione composto dal top management di Groupama Assicurazioni, rappresentanti dell'acceleratore Luiss Enlabs, La fabbrica delle startup, che gestisce il programma di accelerazione, esperti di Swiss Re e STMicronics, con forte specializzazione rispettivamente su prevenzione del rischio e su sviluppo di tecnologie elettroniche.

"Abbiamo mantenuto la promessa di un'edizione 2.0 di Think4South per il 2016, ancora più ricca di opportunità", ha affermato il vice dg di Groupama Assicurazioni, **Yuri Narozniak**, che a nome della compagnia si dice orgoglioso "di contribuire allo sviluppo dell'imprenditoria del Paese e in particolare al Sud e allo stesso tempo questo progetto conferma la strategia di sviluppo di Groupama Assicurazioni che investe in innovazione al servizio dei propri clienti, sviluppando soluzioni utili alla prevenzione del rischio nell'esperienza quotidiana".

Beniamino Musto

INIZIATIVE

L'intermediazione di padre in figlio

Avviato il 5 aprile il progetto formativo, denominato Imprinting, di Italiana Assicurazioni



Gestire il passaggio generazionale che porta con sé il trasferimento di un vero e proprio patrimonio di competenze e relazioni con il territorio acquisite in anni di esperienza. È questo l'obiettivo dell'iniziativa *Imprinting*, avviata il 5 aprile da **Italiana Assicurazioni**. Si tratta, nello specifico, del percorso formativo dedicato ai figli degli agenti della compagnia che vogliono crescere nel mondo dell'intermediazione assicurativa.

Il progetto prevede una formazione completa strutturata in tre momenti: un master in management dell'agenzia assicurativa sviluppato con la business school de *Il Sole24Ore*, corsi manageriali di alto livello tenuti presso la sede della compagnia e un periodo di formazione sul campo presso le agenzie tutor. L'obiettivo, nelle intenzioni della società, è quello di porre al centro delle strategie distributive la propria rete agenziale. "Con il percorso *Imprinting*, attiviamo oggi una leva fondamentale di crescita e sviluppo della nuova generazione di agenti che rappresentano il futuro della nostra compagnia", ha sottolineato **Andrea Bertalot**, direttore generale di Italiana Assicurazioni.

"Vedere i volti emozionati dei padri orgogliosi dei figli, sui quali fondiamo il futuro del nostro successo, mi ha fatto capire la fortuna di vivere questi momenti, che rimarranno nella storia delle nostre relazioni", è stato il commento emozionante di **Luca Colombano**, direttore commerciale della compagnia.

R.A.

MERCATO

Crif, cresce ancora il fabbisogno di credito delle imprese

Nel primo trimestre, balzo dell'importo medio richiesto dalle società alle banche: +21% a 107 mila euro

Nel primo trimestre 2016, è aumentato del 5,2% il numero delle richieste di valutazione e rivalutazione dei crediti presentato dalle imprese agli istituti di credito. È quanto si legge nell'ultimo aggiornamento del *Barometro Crif*, elaborato *Crif* sulla base delle informazioni di *Eurisc*, che raccoglie i dati relativi a oltre 78 milioni di posizioni creditizie di cui più di otto milioni attribuite a utenti business.

Il *Barometro* mostra come le società abbiano fatto registrare la migliore *performance*, con una crescita del 6,8% rispetto al primo trimestre 2015, mentre le imprese individuali si sono fermate al +2,9%.

Nei primi tre mesi dell'anno l'importo medio richiesto dalle imprese si è attestato a quasi 77 mila euro, per una crescita del 18,7% rispetto al primo trimestre 2015. Si tratta del risultato più alto degli ultimi due anni. Le società di capitali hanno richiesto mediamente circa 107 mila euro (+21%), mentre le imprese individuali circa 33 mila (+4,1%).

L'andamento dei primi tre mesi dell'anno è "confortante", come fanno notare da *Crif*. Sembra terminata una "lunga fase caratterizzata da un atteggiamento prudente e attendista", anche se i livelli pre-crisi sono ancora lontani", soprattutto per le imprese individuali che nel 2008 chiedevano finanziamenti per una media di 42 mila euro.

Inoltre, complice il fatto che il sistema italiano delle imprese è fatto soprattutto di società di piccola e piccolissima dimensione, dal *Barometro* emerge che il 31,7% del totale delle richieste si è limitato entro i 5.000 euro; mentre il 22,4% hanno superato i 50 mila euro, cioè la fascia più alta.

Andando a guardare la distribuzione geografica, in questo caso il riferimento è a tutto il 2015, la Regione con la crescita della domanda più robusta è stata la Lombardia, (+11,8%), seguita dal Piemonte (+8%) e dal Trentino Alto Adige (+7,4%). Quest'ultima detiene anche il primato, con 198 mila euro, seguita dal Lazio, con oltre 110 mila euro, dell'importo medio richiesto.

Nel primo trimestre, invece, le due Regioni peggiori, cioè con il segno meno nel numero di richieste presentate agli istituti di credito, sono state la Valle d'Aosta (-9,8%) e il Friuli Venezia Giulia (-7,3%).

Fabrizio Aurilia

COMPAGNIE

Accordo Genertel e Nissan sulla sicurezza attiva

I clienti che acquisteranno auto con il sistema Nissan Safety Shield otterranno vantaggi nelle condizioni di polizza



Genertel e Nissan hanno siglato una partnership commerciale che prevede agevolazioni e servizi correlati a una polizza assicurativa per i clienti che acquisteranno i veicoli della casa giapponese, dotati di *Nissan Safety Shield*, un sistema di dispositivi per la sicurezza attiva durante la guida.

Genertel offrirà una serie di vantaggi, a partire dalla polizza Rc auto con sconto del 10%; la protezione *imprevisti* gratuita per il primo anno, che prevede la rinuncia alla rivalsa per guida sotto effetto di alcool o con veicolo non in regola con la revisione, il rifacimento della patente per smarrimento, il rifacimento delle chiavi del veicolo in caso di furto o smarrimento. In più, al costo di 10 euro (sempre per il primo anno), sarà fornita anche l'assistenza legale.

La partnership è agevolata dal sistema *Nissan Safety Shield* che riduce i rischi per l'assicurato e l'assicuratore, offrendo una sicurezza proattiva. Lo scudo di Nissan prevede: il rilevamento dell'attenzione del guidatore, che attiva un segnale di allarme sul cruscotto quando riconosce nei gesti del pilota segni inequivocabili di stanchezza; la frenata di emergenza che agisce automaticamente sui freni quando il brusco rallentamento del veicolo che precede non è rilevato dal guidatore; l'avviso del cambio di corsia involontario se il veicolo devia dalla sua traiettoria senza che sia stata attivata la freccia; il sistema di copertura degli angoli ciechi, che segnala la presenza di veicoli nei coni d'ombra, non coperti degli specchietti retrovisori; e infine il sistema di allerta oggetti in movimento, che segnala la presenza di qualsiasi cosa si stia muovendo in prossimità della vettura mentre si effettuano manovre.

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