

PRIMO PIANO

UnipolSai, più poteri a Laterza dg

Nessun amministratore delegato. Carlo Cimbri presidente; Fabio Cerchiai e Pierluigi Stefanini, i vice, Matteo Laterza direttore generale. Così si delinea la nuova cabina di comando di UnipolSai, i cui azionisti si sono riuniti ieri. L'assemblea ha approvato la composizione del nuovo cda che conterà da 18 membri e che resterà in carica per i prossimi tre anni, fino all'approvazione del bilancio al 31 dicembre 2018. Cimbri sarà l'amministratore incaricato del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi, ai sensi del codice di autodisciplina delle società quotate, mentre a Matteo Laterza sono stati attribuiti "opportune funzioni e poteri, non reputando allo stato necessaria la nomina di organi amministrativi delegati", precisa una nota della compagnia che sottolinea come il nuovo dg abbia "maturato una pluriennale esperienza lavorativa all'interno della compagnia e del gruppo Unipol, quale responsabile della direzione generale assicurativa e, in precedenza, direttore generale area finanza di Ugf e direttore finanza, vita e cauzioni di UnipolSai".

L'assemblea ha deliberato la distribuzione di dividendi per un ammontare complessivo pari a 423,7 milioni di euro, corrispondenti a 0,15 euro per azione ordinaria, che sarà pagata a partire dal 25 maggio 2016.

Beniamino Musto

COMPAGNIE

Helvetia, pronti a crescere in Italia

La compagnia svizzera attuerà un piano di razionalizzazione e integrazione delle entità nel Paese, mentre, sfruttando anche le armi del digital e degli smart data, rinnoverà il catalogo prodotti. Markus Gemperle, ceo market area europea, spiega come queste iniziative si inseriscono nelle strategie del gruppo

La razionalizzazione del numero di compagnie che compongono il gruppo in Italia, l'integrazione dei sistemi IT, la diversificazione del portafoglio danni e il riposizionamento di quello vita verso prodotti ibridi; il tutto condito da un rinnovato approccio multicanale e indirizzato verso il digitale dei canali distributivi e, perché no, qualche acquisizione mirata.

Questo il menù delle iniziative del gruppo **Helvetia** in Italia, esposto da **Markus Gemperle**, ceo market area europea, intervistato da *Insurance Daily*. Il Belpaese è strategico per una crescita costante del business, che è l'obiettivo di Helvetia in Europa da qui al 2020.

La compagnia è chiamata anche a gestire le differenze nei regimi di solvibilità tra Svizzera ed Europa che rendono più complessa la gestione del capitale. Secondo Gemperle, il mercato assicurativo potrà beneficiare di una stabilità economica generale e della digitalizzazione per aumentare il dinamismo in tutti i settori.

Partendo dai pilastri della Strategia Helvetia 2015+, quali sono oggi i punti di forza del gruppo Helvetia?

Il gruppo Helvetia ha una lunga tradizione: partendo da un numero limitato di compagnie svizzere e straniere siamo diventati, in oltre 150 anni, un gruppo assicurativo internazionale di successo. Se ci focalizzassimo sugli ultimi cinque anni della nostra prospera storia, potremmo dirci orgogliosi di ciò che abbiamo raggiunto mettendo in atto la strategia *Helvetia 2015+*.

A livello di gruppo, abbiamo notevolmente ampliato la nostra posizione sul mercato, non solo svizzero ma anche dei Paesi europei principalmente focalizzati sul business *retail* e delle Pmi. Abbiamo registrato un miglioramento della posizione di mercato, in tutto il mondo, nel settore di nicchia delle *specialty market* focalizzato su trasporti, *engineering*, arte e riassicurazione attiva.

Nel complesso, l'incremento della redditività si è attestata intorno al 30% negli ultimi cinque anni e la quota del segmento danni è aumentata in modo significativo di circa il 50%.

L'alta soddisfazione e l'ampliamento della base clienti dimostrano che siamo stati capaci di aumentare la percezione di valore per loro.

Oggi, diverse sfide attendono il gruppo Helvetia: abbiamo scoperto che i clienti si comportano in modo differente e hanno aspettative diverse rispetto al passato. Il contesto dei bassi tassi d'interesse rappresenta una sfida nel ramo vita; come compagnia internazionale dobbiamo gestire le differenze nei regimi di solvibilità in Svizzera ed Europa, che rendono più complessa la gestione del capitale. In ultimo, dobbiamo continuare il percorso di crescita nel ranking dei vari Paesi nell'area di mercato europea.

Qual è il suo punto di vista sull'evoluzione del gruppo Helvetia?

Con la nuova strategia *Helvetia 2020*, intendiamo consolidare i nostri punti di forza partendo dall'analisi delle tendenze di mercato per una corretta proiezione al 2020.

I clienti sono diventati più esigenti e, di conseguenza, ci stiamo focalizzando sull'offerta di servizi assicurativi personalizzati, semplici e utili, maggiormente rispondenti ai loro bisogni.

Il mondo sta diventando sempre più digitale: questo è il presupposto da cui partiamo per pilotare il nostro sviluppo. *(continua a pag. 2)*



Markus Gemperle

(continua da pag. 1)

Stiamo modernizzando il nostro modo di interagire con i clienti attraverso molteplici canali con un forte coinvolgimento dei nostri intermediari. Facciamo anche un maggiore utilizzo degli *smart data* per personalizzare i nostri servizi e definire con precisione i nostri rischi. Stiamo anche puntando verso l'automazione dei processi. Il mercato assicurativo offre continue opportunità: stiamo sfruttando la stabilità economica generale e la digitalizzazione per imprimere maggiore dinamismo agli affari nel settore danni e per promuovere soluzioni vita a minore assorbimento di capitale con moderne garanzie.

Come abbiamo già fatto in passato, intendiamo ampliare ulteriormente la nostra rete di vendita e la base clienti grazie a future acquisizioni mirate. Oggi supportiamo la rete e i clienti con una gestione sistematica delle innovazioni e diverse iniziative aziendali.

L'attuazione della strategia si basa su tre concetti chiave: *integrate, innovate, increase*. Attraverso la spinta dell'integrazione e dell'innovazione, crederemo e raggiungeremo più facilmente i nostri obiettivi di crescita puntando sull'incremento della base clienti, aumentando la personalizzazione di prodotti e servizi e rendendo più efficienti i processi.



Quali sono i programmi del gruppo Helvetia per il mercato Italiano?

A nostro avviso, il mercato assicurativo italiano ha ottime potenzialità e grandi prospettive di crescita e questo rappresenta il motivo per cui consideriamo l'Italia un elemento strategico nel contesto di crescita del business, che è stato ulteriormente e progressivamente sviluppato nel corso dell'ultimo decennio. Tra le altre attività in Italia, abbiamo acquisito **Padana Assicurazioni, Nazionale Suisse, Chiara Vita** e la quota di maggioranza di **Chiara Assicurazioni**. Abbiamo creato un approccio distributivo multicanale, all'interno del quale spicca una rete distributiva fidelizzata e diverse partnership strategiche. Nel segmento danni ci posizioniamo tra i primi 11 gruppi assicurativi e nel segmento vita, veniamo riconosciuti come un assicuratore innovativo e moderno. Le nostre ambizioni strategiche, in Italia, prevedono la razionalizzazione del numero di compagnie presenti nel gruppo e l'integrazione dei nostri sistemi IT, per una maggiore efficienza.

Inoltre, ci proponiamo di diversificare il nostro portafoglio danni, concentrandoci principalmente sulla clientela retail e delle Pmi e riducendo la quota in portafoglio del business auto dall'attuale 50% a un 35-40%. Rinnoveremo il nostro catalogo prodotti nel ramo danni offrendo una protezione assicurativa integrata da elementi di servizio supportati da telematica e digitalizzazione e ci proporremo un uso efficace degli *smart data*.

Nel ramo vita, ridurremo sensibilmente la componente di prodotti tradizionali che rappresenterà una quota minoritaria del nuovo business maggiormente focalizzato su prodotti ibridi.

In merito ai canali distributivi, rafforzeremo ulteriormente il nostro approccio multicanale assumendo un nuovo orientamento omnicanale, con una nuova interazione digitale con i nostri clienti e intermediari.

Possiamo ipotizzare nuove acquisizioni assicurative in Italia?

Come già detto, il nostro obiettivo primario è quello di accelerare il nostro percorso di crescita al fine di migliorare in modo significativo il posizionamento delle nostre unità di mercato in Europa. A tal fine, continueremo a perseguire l'approccio collaudato di una crescita organica e faremo uso degli effetti sinergici per potenziare l'efficienza organizzativa. Tutto ciò sarà integrato da acquisizioni selettive i cui obiettivi saranno cercati nel profittevole segmento danni sia attraverso l'acquisto di portafogli sia l'acquisto di entità che distribuiscono prodotti e servizi assicurativi attraverso nuove tecnologie. (continua a pag. 3)



Giornata Nazionale
della Previdenza

E DEL
LAVORO

Il più grande evento in Italia
dedicato a pensioni, lavoro, benessere e salute

Ti aspettiamo in

Piazza del Plebiscito a Napoli
10, 11 e 12 MAGGIO 2016



(continua da pag. 2)

In Italia, la nostra priorità va ricondotta alla riduzione della complessità della nostra organizzazione e alla semplificazione dei nostri processi e sistemi. Tuttavia, continueremo anche qui a monitorare attivamente il mercato per carpire potenziali opportunità. In Italia abbiamo ormai un'esperienza collaudata nelle acquisizioni e nel consolidamento di altre entità. Finora, Helvetia ha sempre avuto la capacità di autofinanziarsi in investimenti milionari e la solidità patrimoniale ci ha permesso di fare uso di strumenti di finanziamento del debito. Attraverso il mantenimento di profitto, la capacità di investimento aumenterà ulteriormente nei prossimi anni. Naturalmente, dovremo continuare a porre attenzione al nostro livello di solvibilità e al rating di S&P.

Come immagina il gruppo Helvetia nel 2020?

Attraverso il rinnovamento sistematico, Helvetia sarà maggiormente focalizzata sul cliente, più digitale e più agile. Nello stesso tempo continuerà ad attenersi ai suoi valori di fiducia, dinamismo ed entusiasmo rimanendo personale e affidabile. Entro il 2020, saremo il migliore assicuratore svizzero nel mercato interno, avremo notevolmente migliorato il nostro posizionamento in Europa e ulteriormente accresciuto il nostro posizionamento nei mercati di nicchia in tutto il mondo. In Italia, avremo un'organizzazione sempre più efficiente e completamente integrata, in grado di focalizzarsi su un approccio omnicanale e di offrire soluzioni assicurative personalizzate e innovative sia per i clienti sia per gli intermediari. Grazie al nostro forte e riconosciuto brand, saremo maggiormente attrattivi per clienti, dipendenti e intermediari.

Maria Rosa Alaggio

(Sul numero di maggio della nostra rivista cartacea, *Insurance Review*, sarà pubblicato il resoconto dei contenuti emersi nel corso della recente convention organizzata da Helvetia Italia in due tappe, Roma e Milano).

NORMATIVA

Verso una nuova responsabilità sanitaria

Un convegno di approfondimento sulla riforma allo studio del Parlamento

Sulla scorta della legge in discussione in Parlamento, la 2224, si moltiplicano gli eventi, i dibattiti e i confronti accademici sul nodo della responsabilità sanitaria.

Mercoledì 4 maggio, a Milano, è in programma l'evento *Verso una nuova responsabilità sanitaria*. L'incontro, organizzato dall'associazione **Peripato, OMC e OMi**, e **Responsabilitàsanitaria.it**, si terrà presso l'Università Statale.

In apertura si analizzeranno le varie ragioni della riforma in corso: ci sarà un focus sulla tutela della professione medica e la tutela del paziente, a cura di **Roberto Carlo Rossi**, presidente dell'Ordine dei medici chirurghi e degli odontoiatri di Milano; a seguire un incontro con i senatori **Amedeo Bianco, Emilia Grazia Di Biasi** e l'onorevole **Federico Gelli**, per parlare direttamente della legge; chiuderà un dialogo a due tra **Maurizio Hazan**, managing partner dello Studio legale **Taurini & Hazan**, e **Vittorio Verdone**, direttore affari istituzionali e regolamentari di **Ugf Unipol**, nel quale si approfondirà il ruolo dell'assicurazione.

Nella seconda parte si terrà la tavola rotonda intitolata *Tra responsabilità medica e medicina responsabile: opinioni a confronto*, moderata da **Umberto Genovese**, professore di Medicina legale e delle assicurazioni presso Unimi, a cui parteciperanno Patrizio Gattari, magistrato del tribunale di Milano; l'avvocato **Filippo Martini**, dello Studio legale Mrv; Luigi Mastroberardo, medico legale, e Barbara Passini, risk manager del Policlinico di Tor Vergata a Roma.

F.A.

ED
EditorialeDomus
EDITORIALE DOMUS S.P.A., allo scopo di potenziare il proprio posizionamento nel settore assicurativo, ricerca per la
DIVISIONE QUATTORRUOTE PROFESSIONAL,
che offre prodotti e servizi al mercato professionale dell'automotive / autoriparazione / assicurazione
un/una

PROJECT MANAGER AREA ASSICURATIVA (Rif.: 1316-DPP)

Il candidato ideale, in possesso di laurea ad indirizzo tecnico/commerciale o cultura equivalente, deve aver maturato una consolidata esperienza nella gestione, all'interno di Società di assicurazioni e/o Società di consulenza in ambito assicurativo, di attività di claims management / supporto per l'ottimizzazione dei processi interni in ambito liquidazione sinistri auto. Vanta un'ampia e consolidata rete di contatti con gli operatori del settore assicurativo (reti peritali, carrozzerie, network autoriparativi), con specifico riguardo all'area dei sinistri auto.

Possiede spiccate doti di leadership e autorevolezza, un forte orientamento a operare per risultati e un elevato standing relazionale.

Completano il profilo un'ottima conoscenza della lingua inglese e l'utilizzo dei più comuni pacchetti informatici in ambiente Office.

È gradita la residenza in zona.

La sede di lavoro è a Rozzano (MI)

Riferimento della posizione: **Rif.: 1316 - DPP**

Gli interessati, ambosexi (L.903/77), sono pregati di inviare un dettagliato curriculum vitae per e-mail, indicando nell'oggetto: il riferimento (Rif.) della posizione, l'attuale retribuzione lorda ed autorizzando al trattamento dei dati personali ai sensi del D. Lgs. 30 giugno 2003 n. 196.

Indirizzare a :

Editoriale Domus S.p.A. - Direzione Risorse Umane
Mail: direzionepersonale@edidomus.it

PRODOTTI

Assimoco lancia l'operazione trasparenza sui contratti vita

In occasione della commercializzazione della sua nuova polizza unit linked, la compagnia consegnerà ai clienti un bugiardino con domande e risposte

Assimoco ha lanciato due nuovi prodotti dedicati a risparmio e investimento: si chiamano *Triplo Assimoco* e *Duo Assimoco* (disponibile da metà marzo) e sono le prime polizze sul mercato complete di bugiardino che ne spiega il funzionamento, le caratteristiche e i rischi.

Il bugiardino delle polizze si inserisce in un'operazione di trasparenza e formazione verso la clientela che la compagnia sta attuando da qualche tempo, e che vedrà il lancio vero e proprio appena prima dell'estate. Quando il cliente acquisterà uno qualsiasi dei nuovi prodotti della linea *risparmio e investimento* del gruppo Assimoco, l'intermediario gli consegnerà un documento, definito dalla compagnia "semplice e di immediata comprensione", che, attraverso una decina di domande e risposte, espone i termini della polizza, a partire dai rischi e dalla loro gestione. "Per creare il bugiardino - si legge in una nota del gruppo - è stato utilizzato un linguaggio alla portata di tutti".

Venendo al dettaglio delle polizze, *Triplo Assimoco* è un'assicurazione a vita intera di tipo *unit linked*, a premio unico oppure a premio periodico con prestazione legata a quote di fondi assicurativi. È disponibile presso le banche di credito cooperativo che collaborano con la compagnia e prevede la scelta da parte del cliente di un fondo interno o di una combinazione di fondi, con percentuali definite a cui destinare il proprio investimento, secondo le proprie esigenze di rischio-rendimento.

Duo Assimoco, invece, è una polizza multiramo pensata per i clienti che desiderano combinare sicurezza e opportunità offerte dai mercati finanziari. È previsto un monitoraggio trimestrale dell'esposizione massima della componente investita nel fondo interno e in caso di sfioramento in eccesso dei limiti della quota investita, il gruppo Assimoco interverrà con un servizio di ribilanciamento automatico che, trasferendo l'eccezione registrata alla gestione separata, ripristina la ripartizione percentuale prevista contrattualmente e il relativo profilo di rischio. "Grazie alle tre combinazioni d'investimento - si legge nella nota - è possibile scegliere di tutelare il 70%, il 50% o il 30% dell'investimento, mettendolo al sicuro nella gestione separata che permette di conservare il capitale".

Disponibile sul sito di Assimoco, www.assimoco.it, la valorizzazione giornaliera delle quote dei fondi interni, insieme al commento sull'andamento mensile, realizzato dalla direzione *finanza* del gruppo.

F.A.

NEWS

Ugari amplia l'offerta formativa

Grazie alla definizione di nuove partnership, l'associazione offre nuovi percorsi di crescita professionale per i giovani assicuratori



Formazione a prezzi agevolati. Con questo obiettivo, l'**Unione dei giovani assicuratori e riassicuratori italiani** ha inaugurato alcuni accordi con società specializzate, che consentiranno ai soci di godere di occasioni di crescita professionale di qualità e convenienza.

I corsi, tutti asincroni e quindi fruibili in ogni momento e ovunque esista una connessione internet, sono pensati per i giovani che hanno poco tempo disponibile, ma che desiderano sviluppare competenze in maniera indipendente.

In particolare, attraverso la partnership con **CultAcademy**, Ugari propone corsi di dieci ore su ramo furto, incendio rischi ordinari e rischi industriali, Rc generale e Rc medica e globale fabbricati. I corsi concorrono all'acquisizione di crediti **Ivass** per lo svolgimento dell'attività professionale e, per tutta la durata del corso, sarà fornito un servizio di tutoring tecnico dedicato tramite e-ticketing.

Grazie alla collaborazione con **Lf Campus**, invece, Ugari propone corsi dedicati all'iscrizione e al mantenimento dell'iscrizione al Rui o all'Oam (Organismo degli agenti e mediatori creditizi), per agenti in attività finanziaria e mediatori creditizi, loro dipendenti e collaboratori, e anche corsi su anticiclaggio, trasparenza nei contratti di credito, tutela della privacy e disciplina dell'usura.

A questo si aggiungono i corsi d'aula, organizzati da Ugari per i propri associati, dedicati allo sviluppo delle soft skills e tenuti da professionisti specializzati.

Prezzi e modalità di accesso possono essere richieste direttamente all'indirizzo: formazione@ugari.org

Laura Servidio

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.itPer inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.it