



PRIMO PIANO

Generali contro i suoi ex

Il cda di Generali ha conferito mandato al group ceo, Mario Greco, di avviare immediatamente le idonee azioni risarcitorie e di responsabilità in sede giuslavoristica nei confronti sia di Giovanni Perissinotto, ex ad, sia di Raffaele Agrusti, ex dg e cfo della società. Generali, per tutelare i propri interessi patrimoniali, agirà con un'azione volta a impugnare e contestare gli accordi risolutivi dei rapporti di lavoro conclusi con Perissinotto e Agrusti, all'estinzione dei titoli vantati dall'ex dg (circa sei milioni di euro), al recupero delle somme pagate all'ex ceo (11 milioni di euro), nonché, per entrambi, alla richiesta di risarcimento dei danni subiti a causa dell'inadempimento degli obblighi derivanti dai rispettivi rapporti di lavoro subordinato. Il cda è pronto a ogni altra iniziativa per il ristoro di tutti i danni subiti.

Agire in sede giuslavorista permette di tagliare i tempi, evitando il voto in assemblea dei soci. Le deliberazioni del board, ampiamente attese, sono state precedute dalle valutazioni del *Comitato controllo e rischi* e da quello per la Remunerazione, sotto la spinta di Ivass e Consob, a alla luce, si legge su una nota, "di fatti e circostanze nuovi, in merito ad alcuni investimenti alternativi effettuati in passato".

Fabrizio Aurilia

TECNOLOGIE

Finovate Europe 2014: lo show delle migliori aziende IT

Una due giorni che si è svolta a Londra l'11 e 12 febbraio e che ha svelato le novità tecnologiche del settore finance: ecco cosa abbiamo scoperto

Tra dimostrazioni, stand e occasioni di incontro, l'11 e 12 febbraio scorso si è svolta la quarta edizione europea di **Finovate**, l'evento internazionale in cui le migliori aziende dell'IT presentano i loro nuovi prodotti per il settore finanziario.

Finovate organizza una serie di eventi e conferenze che si svolgono in tutto il mondo più volte l'anno (Stati Uniti, Europa, Asia), in cui si effettuano alcune dimostrazioni delle maggiori innovazioni nel settore bancario e dei servizi finanziari. Dalla sua nascita, nel 2007, oltre 500 aziende hanno partecipato come espositori a Finovate, effettuando oltre 700 dimostrazioni.

LE AZIENDE AI VOTI

Quest'anno a Finovate Europe, oltre 1.000 partecipanti provenienti da tutta Europa, Medio Oriente e Africa hanno assistito a 67 dimostrazioni, e hanno potuto votare le migliori novità tecnologiche.

Le dimostrazioni, della durata di sette minuti l'una, hanno consentito di avere un *assaggio* dell'innovazione, che si può successivamente approfondire presso lo stand di ciascuna società.

Al termine delle due giornate, ciascun partecipante ha avuto modo di votare la migliore dimostrazione. Grande protagonista, ovviamente, l'Europa, ma tra le premiate anche un'azienda degli Stati Uniti, la **Dynamics**, che ha ottenuto un alto punteggio con la propria carta magnetica a microchip riprogrammabile con batteria interna, in grado di gestire carte di credito, di debito e *loyalty card* tramite una sola carta. In tutto sono state premiate nove società, due svedesi, due dal Regno Unito, un'olandese, una svizzera, una lituana, un'azienda slovena e un'americana.

Nello specifico, **Backbase** (Olanda) è stata votata per la soluzione *out-of-the-box*, per smartphone, che consente di gestire l'apertura di un conto corrente e il processo di preventivazione di altri servizi finanziari; **BehavioSec** (Svezia) per un'applicazione di identificazione biometrica dell'utente, disegnata specificamente per i dispositivi mobili; **Etronika** (Lituania) per *Banktron*, una soluzione di *mobile banking*; **Mysis** (Regno Unito) per aver pensato in ottica giovane il *digital banking*, il *Personal financial management (Pfm)* e la gestione dei pagamenti; **Luxoft** (Svizzera) per il prodotto *iStockTrack*, un'app per la gestione del patrimonio e degli investimenti; **Tink** (Svezia) per la sua app di Pfm; **Toshl** (Slovenia) per la sua applicazione di Pfm che funziona come un gioco, così da intrattenere e coinvolgere l'utente e infine **YourWealth** (Regno Unito) per il suo *MoneyHub*, una soluzione di Pfm di medio-lungo termine, pensata per clienti *private* (con *asset* finanziari superiori a cinque milioni di sterline), e che integra anche una pianificazione pensionistica e previdenziale.

SPUNTI PER IL SETTORE ASSICURATIVO

Anche se la manifestazione non è specificamente dedicata al settore assicurativo e molte delle *demo* erano maggiormente orientate a un cliente bancario, tuttavia, dai colloqui che abbiamo intrattenuto presso gli stand delle società, abbiamo scoperto anche novità in ambito assicurativo, che riguardano i *temi caldi* di interesse per il settore. C'è una crescente importanza del *Personal financial management*, cioè della pianificazione finanziaria, per la quale si utilizzano simulazioni o anche veri e propri giochi (*gamification*) al fine di renderla più intuitiva al cliente. (*continua a pag.2*)





(continua da pag. 1)

Poi è sempre più centrale la sicurezza on line, per garantire l'identità e la *privacy*, insieme a innovazioni di processo consentite dai moderni smartphone per migliorare l'esperienza del cliente e la sicurezza delle transazioni: per esempio con l'utilizzo della macchina fotografica dello smartphone per acquisire documentazione, estrarre dati chiave dai documenti fotografati eliminando la ridigitazione, la firma a schermo dei contratti, aree sicure in cui sono immagazzinati i contratti e i documenti emessi.

Tuttavia, è importante utilizzare le nuove tecnologie non solo per supportare il cliente tradizionale, ma anche la propria rete di vendita, creando un'esperienza cliente integrata, che spesso nasce su internet, ma si concretizza nell'interazione con la rete fisica.

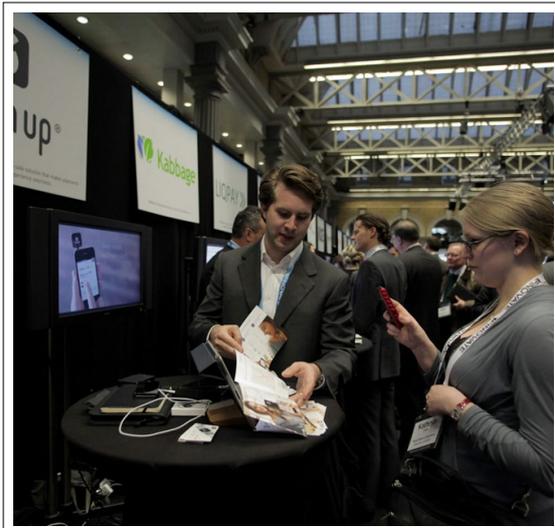
L'ITALIA E GOOGLE GLASS

Da notare che su 67 aziende, vi era solo un'impresa italiana, la **Crif** di Bologna, che opera in 43 Paesi nel mondo nel settore dell'informatica per la gestione del credito e dei rischi assicurativi: non si tratta quindi di una *start up*. A Finovate, Crif ha presentato una nuova soluzione di gestione dei prestiti per aziende, con cui il credit manager è in grado di gestire l'intero processo di credito di fronte al cliente, anche fuori ufficio, utilizzando il proprio iPad, senza dover rinunciare agli strumenti di analisi e *credit scoring*, normalmente disponibili in filiale o nelle direzioni delle banche. Soluzioni di *decision support* sono disponibili anche in ambito assicurativo.

Abbiamo, infine, avuto la possibilità di testare i *Google Glass* presso lo stand di **IT Sector**, un'azienda portoghese che ha anche effettuato la dimostrazione di un sistema di *home banking* integrato all'interno di Facebook. Un'esperienza interessante e unica, data la necessità di svolgere tutti le interazioni tramite comandi vocali.

Carlo Palmieri

Carlo Palmieri (carlo.palmieri@cpconsul.com) è il managing partner di CP Consulting (www.cpconsul.com), una società di consulenza specializzata nel settore assicurativo e basata a Londra. CP Consulting pubblicherà nelle prossime settimane una breve ricerca sull'innovazione nel settore assicurativo.



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

Prova anche tu i nostri servizi e scopri che DUAL è differente. Come piace a te.



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



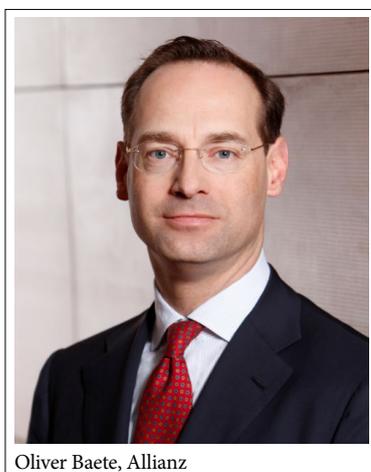
COMPAGNIE

Le iniziative di Allianz Italia per la diversity

Il tema è stato al centro dell'appuntamento, a cui hanno partecipato anche Klaus-Peter Roehler e Oliver Baete, organizzato dalla compagnia martedì scorso a Milano

Supportare la parità di genere, l'inclusione di persone svantaggiate e con disabilità e, più in generale, le politiche di valorizzazione delle risorse umane. Sono alcuni degli argomenti che **Allianz Italia**, martedì scorso a Milano, ha voluto porre al centro dell'attenzione in occasione della *Giornata sulla diversity*. L'appuntamento, organizzato con la partecipazione di **Oliver Baete**, membro del *board of management* di **Allianz**, ha rappresentato anche l'occasione per presentare le iniziative realizzate in quest'ambito da Allianz Italia, attività illustrate dall'ad **Klaus-Peter Roehler**. Ne è seguito un dibattito, a cui hanno partecipato più di 200 manager della compagnia (molti dei quali collegati anche dalla sede di Trieste), nel corso del quale il tema è stato ulteriormente approfondito con un workshop che si è avvalso dei contributi di **Odile Robotti** di **Learning Edge**, e di **Chiara Paolino**, del *Diversity management lab* di **Sda Bocconi**.

Secondo Baete, "la diversity può essere un volano di crescita per un gruppo mondiale come Allianz. I vantaggi vanno ben al di là della ricerca di talenti. Riconoscere, promuovere e sviluppare la parità di genere, l'uguaglianza in termini di razza, credo religioso, orientamento sessuale, l'inclusione delle persone svantaggiate o con disabilità - ha sottolineato Baete - dovrebbero essere valori essenziali per una realtà innovativa e orientata al cliente come il gruppo Allianz". Roehler ha poi voluto rimarcare che i valori della diversity e dell'inclusione sono interpretati nel mondo Allianz da un duplice punto di vista: "dal lato del *customer branding*, Allianz si rivolge a una clientela mondiale - ha spiegato l'ad di Allianz Italia - e, per coglierne appieno le esigenze e capire le reali necessità, è importante avere al proprio interno tutti i punti di vista e la varietà di una comunità globale, e quindi riflettere questa diversità tra i propri dipendenti. Dal lato dell'*employer branding* - ha concluso Roehler - essere attrattivi e competere per i talenti significa essere consapevoli delle differenze fra i candidati e offrire loro un contesto attento ai valori, sensibile alle esigenze di rispetto e attenzione e che sia sfidante". In tema di sviluppo professionale e a conferma dell'impegno verso i giovani, **Laura Pavani**, responsabile *Talent management* e *diversity manager* della compagnia, ha ricordato che tra poche settimane, a metà marzo, prenderà il via l'edizione 2014 dell'*Allianz talent programme*, un progetto ideato specificamente per favorire l'ingresso di giovani talenti nella realtà del gruppo.



Oliver Baete, Allianz

B.M.

INIZIATIVE

Le start up per la sfida della longevità

Fellowship for longer lives, progetto lanciato da Axa Italia, Swiss Re Foundation e Impact Hub Milano, è rivolto alle iniziative imprenditoriali innovative

Entra nella seconda fase *Fellowship for longer lives*, il programma internazionale di incubazione per *start up* innovative che propongano risposte alle sfide poste dall'incremento delle aspettative di vita e dall'invecchiamento demografico. Il progetto è stato lanciato, lo scorso mese di novembre, da **Axa Italia** e **Swiss Re Foundation**, insieme a **Impact Hub Milano**. Tre i progetti selezionati per la pre-incubazione: *Very important senior*, una piattaforma basata su una app per facilitare l'incontro fra i bisogni degli anziani e le ore di volontariato messe a disposizione dagli studenti, presentato da Giulia Predari e Carlotta Broglia; *Body mechanical risk assessment*, uno strumento di prevenzione dei disturbi alla spina dorsale, presentato da Stefano Scattini e Alessandro Nespoli; infine, *Accessible tourism for aged people*, una piattaforma on line di vendita di itinerari turistici per anziani e per persone con esigenze particolari, presentato da Anna Riva, Gabriele Favagrossa e Luigi Bandera.

Le tre iniziative, oltre a ricevere un premio in denaro, entrano in un percorso di pre-incubazione della durata di tre mesi presso l'Impact Hub di Milano, al termine del quale sarà individuato il progetto (il cosiddetto *fellow*) che ha le caratteristiche per poter rispondere in maniera innovativa e concreta a una delle sfide chiave del futuro: vivere meglio e più a lungo, proponendo idee e soluzioni sostenibili per trasformare il cambiamento in opportunità. Il fellow selezionato proseguirà per altri nove mesi il periodo di incubazione nel network internazionale di Impact Hub, al fine di supportarlo nello sviluppo di competenze e nell'accesso ai finanziamenti.

"La capacità di progettare e proiettare idee innovative sul futuro - ha spiegato **Armando Ponzini**, vice direttore generale e direttore tecnico e offerta di Axa Assicurazioni - ci ha confermato la bontà dell'iniziativa, il cui obiettivo è incoraggiare l'impre-

ditorialità e l'innovazione a supporto di un tema chiave come la longevità. Fellowship for longer lives ci aiuta a riflettere e costruire nuove soluzioni che trasformino i rischi per la società in opportunità, grazie al contributo e all'entusiasmo di giovani imprenditori sociali".



Beniamino Musto



L'INNOVAZIONE PER CRESCERE

Valorizzazione delle informazioni, dei canali distributivi e dell'offerta assicurativa.
Da qui partono le strategie per lo sviluppo del settore e per una nuova relazione con il cliente

Milano, 19 marzo 2014 (9.00 - 17.00)
Palazzo delle Stelline, Corso Magenta 61

insurance Trade®
WWW.INSURANCETRADE.IT

INSURANCE REVIEW®

PROGRAMMA

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

09.00 - 09.30 - **Registrazione**

09.30 - 10.00 - **Innovazione: come ridisegnare l'industria e la sua profittabilità**
Massimiliano Sodano, principal di Boston Consulting

10.00 - 10.30 - **Il patrimonio informativo come motore per la crescita**
Valeria Sandei, amministratore delegato di Almawave Gruppo Almaviva

10.30 - 11.00 - **L'innovazione secondo Generali Italia**
Intervista a Bruno Scaroni, chief distribution officer

11.00 - 11.30 - **Coffee break**

11.30 - 12.00 - **Detector: la nuova frontiera nel contrasto alle frodi assicurative**
*Giovanni Campus, direttore generale di Msa Multi Serass;
Andrea Guerra, managing director di Kube Partners*

12.00 - 13.00 - **TAVOLA ROTONDA: Tecnologia e canali distributivi**
Dai provvedimenti legislativi alla capacità di rimettersi in gioco
Intervengono:
*Mauro Giacobbe, amministratore delegato di Facile.it
Roberto Grasso, general manager D.A.S.
Michele Quaglia, responsabile sviluppo rete di Reale Mutua
Patrick Savre, direttore danni Groupama Assicurazioni Cattolica Assicurazioni (*)*

13.00 - 14.00 - **Lunch**

14.00 - 14.30 - **Come cambia l'offerta assicurativa**
Massimiliano Maggioni, partner di Excellence Consulting

14.30 - 15.00 - **Conoscere il cliente significa anticiparne i bisogni assicurativi**
Sonia Grieco, sales & marketing manager Previnet

15.00 - 15.30 - **L'innovazione verso nuovi target di clientela: l'importanza della specializzazione e del servizio**
Maurizio Ghilosso, amministratore delegato di Dual Italia

15.30 - 16.00 - **Le nuove frontiere della ricerca e del neuro marketing**
*Ferdinando Boschi, managing director di Art
Arianna Trettel, Presidente BrainSigns*

16.00 - 17.00 - **TAVOLA ROTONDA: L'innovazione nei prodotti Auto, danni e vita**
Così cambia la relazione con il cliente
Intervengono:
*Marco Brachini, direttore marketing di Sara Assicurazioni
Roberto Felici, direttore marketing di Allianz Italia
Enrico Cavallari, direttore marketing, digital & multiaccess di Axa Assicurazioni
Enrico San Pietro, vicedirettore generale UnipolSai (*)
Alessandro Scarfò, amministratore delegato di Intesa Sanpaolo Assicura
Luca Sina, direttore vendite rete agenti Zurich*

(*) invitato a partecipare

Iscriviti su www.insurancetrade.it
Scarica il programma completo

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 20 febbraio di www.insurancetrade.it

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