

PRIMO PIANO

Generali, ok ai target 2018

Razionalizzazione, leadership, focus sui clienti. Queste le tre direttrici di Generali, esposte oggi a Londra durante l'Investor day, che ha confermato i target per il 2018.

Nell'aggiornamento del piano strategico, Generali mira all'ottimizzazione della presenza geografica, attraverso l'uscita dai mercati non più attrattivi, per un risparmio di un miliardo di euro; all'aumento del 15% della produttività su quelli maturi e a un processo di ristrutturazione e semplificazione per una riduzione dei costi pari a 200 milioni. Il group ceo, Philippe Donnet, non ha tuttavia indicato i Paesi da cui il Leone di Trieste vuole uscire, ma ha confermato l'intenzione di "snellire i marchi", eliminando alcuni brand e unendoli sotto l'unico simbolo del gruppo.

Donnet ha anche smentito le voci riguardo al taglio di 8.000 posti di lavoro. "L'organico - ha precisato - è sceso di 1.500 persone dal mese di marzo, ma questo è dovuto soprattutto al rallentamento delle assunzioni e alle uscite naturali. Non ci sono esuberanti e non ci saranno piani di ristrutturazione". Il discorso vale soprattutto per l'Italia che, ricorda Donnet, "ha già fatto la sua parte", subendo negli ultimi tre anni una profonda trasformazione: "stiamo parlando di fare più o meno le stesse cose negli altri Paesi", ha concluso. Per leggere la news completa, clicca qui.

Fabrizio Aurilia

RICERCHE

Cambiamento climatico, rischio poco percepito fra le Pmi

Secondo la quarta edizione dell'indagine internazionale di Zurich, solo il 63,5% delle piccole e medie imprese nel nostro Paese teme gli effetti delle catastrofi naturali: preoccupano soprattutto forti piogge e alluvioni

La Cop 22, tenutasi pochi giorni fa a Marrakech, si è conclusa con l'impegno dei leader mondiali a stabilire entro la fine del 2018 il regolamento per l'attuazione dell'accordo di Parigi. Complici i recenti disastri ambientali e lo scetticismo del neo-eletto presidente degli Stati Uniti, **Donald Trump**, il cambiamento climatico sta diventando un tema sempre più sentito e dibattuto. Alcuni, tuttavia, sembrano avvertirlo meno di altri. È il caso delle Pmi in Italia: secondo la quarta edizione dell'indagine internazionale di **Zurich**, soltanto il 63,5% delle piccole e medie imprese nel nostro Paese teme l'impatto del cambiamento climatico. Nel resto del mondo, giusto per avere un'idea, il dato schizza all'80%, praticamente quattro Pmi su cinque. In Germania la percentuale di imprese preoccupate raggiunge addirittura il 94%. Solo Irlanda e Svizzera si mantengono sui livelli registrati in Italia.



DIFFERENZE GEOGRAFICHE

L'indagine è stata condotta in collaborazione con **Gfk**, attraverso 2.600 interviste ad altrettanti titolari di piccole e medie imprese in oltre 13 Paesi. E su una cosa sembrano tutti concordi: nessuna azienda vede possibilità di investimento nelle politiche di contrasto al cambiamento climatico. Per il resto, le differenze regnano sovrane. Differenze che sembrano dettate soprattutto dall'esperienza personale, o dall'aver vissuto sulla propria pelle l'impatto del cambiamento climatico. In Europa, per esempio, si registrano le minori preoccupazioni: soltanto il 75% delle piccole e medie imprese percepisce i rischi derivanti dal *climate change*. I livelli più alti di consapevolezza si registrano invece negli Stati Uniti e in America Latina, con la stragrande maggioranza delle Pmi che considera il cambiamento climatico come un rischio per il proprio business.

(continua a pag. 2)



INSURANCE REVIEW su FACEBOOK

Seguici sulla pagina cliccando qui

(continua da pag. 1)

TIMORI PER ALLUVIONI E SICCITÀ

A livello globale, preoccupano soprattutto alluvioni (22%) e siccità (20%). L'Italia, in questo caso, si pone sostanzialmente in linea con i timori registrati nel resto del mondo: le forti piogge (18,5%) e le alluvioni (19,5%) sono gli eventi climatici più temuti dalle piccole e medie imprese del nostro Paese, seguiti da siccità e ondate di calore (12%), forti venti e frane di fango (5,5%). Nessuna impresa, in Italia come nella stragrande maggioranza dei Paesi presi in considerazione, sembra invece preoccupata per l'innalzamento del livello del mare. Lo scorporo del dato globale su base geografica non riserva particolari sorprese, se non qualche scostamento dalla media che sembra dettato soprattutto dalle peculiarità climatiche della regione: in Asia e nel Pacifico, per esempio, l'evento più temuto è la siccità (34%). Stupisce invece che negli Stati Uniti solo il 13% delle aziende consideri gli uragani e i tornado come un evento rischioso per la propria attività.



DANNI MATERIALI E BUSINESS INTERRUPTION

La *business interruption* è la conseguenza più temuta dalle piccole e medie imprese in Italia (32%); seguono i danni materiali (22%). Il dato è in controtendenza rispetto al resto del mondo, dove i due valori si invertono: a livello globale, i danni materiali (36%) preoccupano infatti molto di più della temporanea interruzione delle attività (26%). Percentuali simili a quelle registrata in Italia si rilevano soltanto nella regione dell'Asia e del Pacifico. Sorprende, negli Stati Uniti, il dato relativo alla salute dei dipendenti che, con il 26% delle risposte, si piazza al secondo posto delle conseguenze più temute, dietro i possibili danni materiali (47%).

PRENDERE LE CONTROMISURE

Il quadro che emerge dall'indagine è quello di un mondo in cui, a parte alcune eccezioni (Italia compresa), il cambiamento climatico viene percepito diffusamente come un rischio per il business delle piccole e medie imprese. Si notano differenze geografiche, ma la tendenza è quella di una maggior consapevolezza. (continua a pag. 3)

Solutions for life: Soluzioni per le Compagnie di Assicurazione Vita

Ottimizzare i sistemi attuariali per le compagnie
che operano nel settore Vita

Modulare. Flessibile. Integrato. Potente.

Lo scenario delle Compagnie Assicuratrici del ramo vita è in continuo cambiamento. La sempre maggiore richiesta di informazioni per l'autorità di vigilanza in tempi sempre più stringenti e con un governo attento dell'informazione prodotta, la crescente pressione sui costi e le nuove tecnologie costringono le Compagnie di Assicurazione a lavorare in maniera sempre più efficiente.

Le soluzioni per le Assicurazioni Vita sono rappresentate da applicazioni innovative, infrastrutture di calcolo flessibili, potenti capacità di integrazione e servizi di primo livello perché la Vostra Azienda possa sempre più ottimizzare l'efficacia dei propri sistemi e dei processi attuariali.

Lasciate che Willis Towers Watson Vi lasci scoprire tutto il potenziale della Vostra organizzazione.

Scoprite le soluzioni per le Compagnie Vita. Scoprite Solutions for life.

Per saperne di più, guarda il nostro sito www.willistowerswatson.com/IT-it oppure scrivi una mail a: software.solutions@willistowerswatson.com



(continua da pag. 2)

“I risultati dell’ultima sulle Pmi – commenta **Cecilia Reyes**, group chief risk officer di Zurich – dimostrano che sono moltissime le aziende che si preoccupano per i rischi e gli impatti potenziali del climate change sul proprio business, quali per esempio interruzioni e danni materiali alle attività aziendali e l’aumento del rischio di eventi climatici estremi, fra cui alluvioni e siccità”. La soluzione, secondo la compagnia, è quella di premunirsi per evitare che i timori paventati possano un giorno trasformarsi in spiacevoli imprevisti. “Le aziende – continua Reyes – dovranno quindi implementare azioni che limitino questi rischi, ma anche identificare le opportunità di business che possano derivare dal fenomeno del climate change.

La ricerca globale, ancora una volta, rileva sostanziali differenze fra le diverse aree geografiche ed evidenzia quanto sia importante il ruolo di gruppi assicurativi con una visione globale, in grado di supportare le aziende a comprendere meglio le esigenze dei clienti nei mercati locali”.

Giacomo Corvi

COMPAGNIE

Brexit, Aig medita un trasloco da Londra

L’ad europeo Baldwin: sposteremo l’headquarter, ma continueremo ad avere un grande hub in Uk

All’indomani della decisione dei cittadini britannici per la Brexit, alcuni assicuratori, come paventato più volte, stanno meditando di spostare il proprio headquarter dal Regno Unito a un altro Paese dell’Unione Europea. Recentemente, questa possibilità è stata suggerita, martedì scorso, da **Anthony Baldwin**, amministratore delegato di **Aig** per l’Europa e il Regno Unito, il quale ha dichiarato che il gruppo potrebbe decidere, il prossimo anno, di spostare il proprio ufficio centrale europeo da Londra a un altro Stato Ue. In precedenza anche i **Lloyd’s** di Londra, gli underwriter **Hiscox** e **Beazley**, e la compagnia **Admiral** avevano paventato un possibile spostamento del proprio headquarter da Londra a centri come Dublino, in Irlanda.

In Uk, Aig ha circa 2.500 dipendenti. Baldwin ha dichiarato ai reporter, a margine di una conferenza, che sta osservando una mezza dozzina di località (inclusa Dublino) anche se l’impatto sul personale non sarebbe rilevante, dal momento che la compagnia dovrebbe continuare a mantenere una sede a Londra. Baldwin ha affermato che occorre prendere una decisione “in assenza di qualsiasi chiarezza sull’iter delle trattative e sul periodo di transizione. Ci sarà sempre un grande hub a Londra, ma potremmo avere un quartier generale europeo altrove”. Baldwin ha poi ricordato che Aig ha già esperienza di operazioni del genere, visto che cinque anni fa ha spostato la propria sede europea da Parigi a Londra, operazione che ha coinvolto circa 200 lavoratori in un processo durato circa 18 mesi.

Beniamino Musto



Viva le donne!
La soluzione pensata per le donne che guardano al futuro.

Persona + Casa + Auto

SCOPRI DI PIÙ

Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. L’iniziativa “Viva le donne” è attiva fino al 31 dicembre 2016. Prima della sottoscrizione leggere i fascicoli informativi disponibili presso le Agenzie Aviva e sul sito della Compagnia www.aviva.it. Per ciascuna delle garanzie offerte sono previste esclusioni come riportate nelle condizioni contrattuali.

Assicurazioni
Investimenti
Risparmio
Salute

AVIVA

INIZIATIVE

Educazione finanziaria targata Assimoco

La compagnia di riferimento per il mondo cooperativo lancia ReteDelWelfare, un innovativo servizio di consulenza per diffondere la materia fra la popolazione e rispondere alle esigenze dei clienti



Ruggero Frecchiami, direttore generale di Assimoco

Lo scorso maggio **Assimoco** ha presentato il terzo rapporto *Un neo-welfare per la famiglia: cooperare per una gestione consapevole del risparmio*. La ricerca evidenziava come nel contesto attuale, caratterizzato da disoccupazione diffusa nella fascia di età compresa fra 50 e 60 anni, e dalla mancanza di alternative alle forme di risparmio tradizionali, fosse quanto mai necessario saper pianificare con attenzione la situazione patrimoniale e finanziaria del proprio nucleo familiare. Come fare, tuttavia, a evitare gli imprevisti e garantirsi un tenore di vita dignitoso se non si conoscono le regole più basilari regole dell'economia? La carenza di cultura finanziaria nel nostro Paese è un tema sempre più sentito e dibattuto. Nell'ultimo periodo sono fiorite una serie di iniziative e ricerche per denunciare il problema e tentare di colmare la lacuna. Fra queste, si inserisce anche il progetto *ReteDelWelfare* di Assimoco.

Formazione e consulenza

Il servizio, lanciato in collaborazione con **Raiffeisen Servizi Assicurativi, Saf e Sca**, ha ricevuto a fine settembre la certificazione europea *Uni 11402:2011*, relativa all'educazione finanziaria di qualità. Il progetto punta a fornire consulenza personalizzata per l'intero nucleo familiare del cliente, analizzando le sue esigenze e valutando, anche in maniera prospettica, la sua situazione finanziaria. Il momento di formazione si trasforma in un vero e proprio processo di pianificazione economica, finalizzata a soddisfare tutti i bisogni del nucleo familiare. Dopo una prima consulenza di un paio d'ore, al cliente viene rilasciato un breve report in cui, in maniera dettagliata, viene data evidenza a tutte le aree trattate

e alle relative soluzioni proposte. Previsti anche incontri annuali per accompagnare il cliente nel raggiungimento dei suoi obiettivi. "L'educazione finanziaria - afferma **Ruggero Frecchiami**, direttore generale di Assimoco - è, oggi più che mai, un tema di scottante attualità. Sicuramente se ne parla molto, e ci sono molte iniziative in tal senso, ma sono più simili ad aule di formazione collettiva miranti a fornire ai clienti e ai cittadini delle nozioni di base generali. La nostra, invece, è una consulenza uno-a-uno che, quindi, tiene in considerazione la situazione specifica del cliente ed elabora un piano personalizzato".

Consulenti e intermediari

Molti degli educatori finanziari, all'interno del progetto, svolgono anche la professione di intermediari. La scelta è dettata dalla volontà di dare la possibilità di dare immediatamente al cliente, una volta terminata la fase di consulenza, un'offerta di prodotti utili a soddisfare i suoi bisogni. Per partecipare è necessario aderire a *ReteDelWelfare*: formalizzata la partecipazione, sarà possibile selezionare una o più persone che, valutati i requisiti di idoneità, potranno intraprendere il percorso formativo per diventare consulenti di qualità presso società certificate secondo le norme Uni. Al momento, in vista di una nuova sessione formativa, tredici persone hanno ottenuto la qualifica di educatori finanziari. Il percorso prevede undici giorni di lezione in aula e altre 56 ore di formazione a distanza: la qualifica viene rilasciata al termine del periodo di apprendimento, dopo aver acquisito tutti gli attestati necessari e aver superato un colloquio per la verifica delle competenze acquisite. In questo contesto, Assimoco ricopre un ruolo di garanzia per assicurare il massimo livello di qualità nell'erogazione del servizio: "Assimoco, in qualità di capofila di *ReteDelWelfare* - conclude Frecchiami - sarà responsabile di predisporre e attuare un piano di accertamento e mantenimento del livello minimo di qualità richiesto, affinché il servizio offerto dall'organizzazione sia conforme alla norma Uni 11402:2011. Ci occuperemo anche di intrattenere i rapporti con l'ente certificatore, e ci faremo garanti dei processi oggetto di certificazione, adoperandoci per effettuare periodici controlli disciplinati attraverso un regolamento interno deliberato dall'organo comune costituito da un rappresentante di ogni impresa partecipante".

G.C.

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