

PRIMO PIANO

Il grande testo unico

In arrivo "il testo unico dei testi unici". È la proposta della Consob, ribadita ieri dal commissario Carmine Di Noia, nel corso di un'audizione in commissione Finanze della Camera sulla direttiva Mifid II.

"Forse - ha spiegato Di Noia - è il caso di sedersi e pensare dopo vent'anni di riscrivere il testo unico della finanza, che oggi anche graficamente è scarsamente leggibile; forse di fare un testo unico dei testi unici, e cioè testo unico della finanza, testo unico bancario e Codice delle assicurazioni. Ma soprattutto porre questo tema in chiave europea".

Consob richiama la necessità di un coordinamento tra norme che sono state approvate in fasi successive: se il disegno di legge all'esame della commissione sul recepimento di Mifid II è "largamente condivisibile", è anche cruciale mettere fine alle "scarso coordinamento" normativo degli ultimi anni.

Già il presidente di Consob, Giuseppe Vegas, auspicava che l'attuale architettura del sistema di supervisione finanziaria, in vigore dal 2011, fosse riconsiderata: è in corso a Bruxelles la revisione delle Autorità (compresa Eiopa) e tutti sono convinti che si andrà verso una semplificazione. "Il traguardo di due soli soggetti - aveva detto Vegas - rappresenterebbe un consistente passo in avanti".

Fabrizio Aurilia

COMPAGNIE

Unipol, ecco il primo bilancio integrato di gruppo

Presentato in un evento ieri a Milano, il documento unisce, in una visione di insieme, le informazioni contenute nella rendicontazione tradizionale con le performance ambientali, sociali e di governance

Avere un approccio trasversale per connettere tra loro obiettivi, attività e capitali, in modo da comprendere l'intero specchio di ricadute, esterne e interne, derivanti dai processi decisionali dell'impresa. Con queste premesse, **Unipol** ha presentato ieri a Milano il suo primo bilancio integrato di gruppo. Il documento, redatto sulla base dei principi contenuti nell'*International integrated reporting framework*, emanato dall'*IIRC* (international integrated reporting council) unisce, in una visione d'insieme, le informazioni contenute nel bilancio tradizionale con la rappresentazione delle performance ambientali, sociali e di governance ottenute dall'azienda, illustrando il modello di business in base all'analisi dei capitali e rappresentando i fattori, tra cui il valore reputazionale, che influiscono materialmente sulla capacità di generare valore.

Nel corso della presentazione sono intervenuti alcune importanti personalità istituzionali, accademiche e aziendali: in primis, l'amministratore delegato del gruppo Unipol, **Carlo Cimbri**, assieme a **Butch Bacani**, programme leader dell'environment's principles for sustainable insurance initiative delle **Nazioni Unite**; **Stefano Zambon**, professore ordinario in economia aziendale presso l'università di Ferrara e segretario generale del **Nibr** (network italiano per il business reporting); **Raffaele Jerusalem**, amministratore delegato di Borsa Italiana; **Andrea Viganò**, managing director e country head di **BlackRock Italia**; e **Franco Biscaretti di Ruffia**, segretario generale dell'**Aiaf**.

Il modello del bilancio integrato, secondo il gruppo Unipol, implica non soltanto l'impegno nella tutela del patrimonio e redditività aziendale, ma anche della sicurezza delle persone e dei loro beni, oltre ad una vocazione per la protezione del risparmio e la promozione di uno sviluppo sostenibile ed equilibrato del territorio in cui il Unipol opera.

(continua a pag. 2)



Un momento della presentazione del bilancio integrato di Unipol



INSURANCE REVIEW su FACEBOOK
Seguici sulla pagina cliccando qui

(continua da pag. 1)

TRE COMPONENTI: FINANZIARIA, INTANGIBILE E SOSTENIBILE

Il bilancio integrato, ha sottolineato il professor Zambon, “è un documento nuovo che incorpora gli aspetti di sostenibilità come mezzo per la creazione di valore: è un documento che cambia il modo di percepire l’azienda”. Secondo Zambon, la forma del bilancio integrato fa parte della naturale evoluzione del reporting, e troverà sempre più ampia diffusione nel futuro, in quanto riesce a restituire in una visione sistemica della creazione del valore sotto tre punti di vista: quello finanziario, quello intangibile e quello della sostenibilità.

La scelta del gruppo Unipol di realizzare un bilancio integrato è il primo passo di un percorso che il gruppo ha intrapreso da diversi anni, e che “ci caratterizza per un’attenzione non solo ai numeri, ma anche al modo con cui ci relazioniamo alla comunità”, ha osservato Cimbri, aggiungendo che, “in un mondo contraddistinto da un eccesso di informazioni, spesso di perde di vista la sostanza. Per questo il nostro sforzo deve essere quello di rendere intelligibile, sintetica e fruibile la nostra comunicazione”.

I NUMERI DEL REPORT 2016

Ecco, in sintesi, i principali risultati evidenziati dal gruppo Unipol nel 2016: equità nella distribuzione del valore creato, con 3.830 milioni di euro ripartiti dal gruppo tra vari stakeholder (dipendenti, agenti, fornitori, pubblica amministrazione, azionisti e finanziatori); contributo alla riduzione degli effetti del cambiamento climatico, attraverso la riduzione del 4,9%, rispetto allo scorso anno, delle emissioni di Co2 per dipendente; supporto e promozione della *green economy*, con 105 milioni di euro di investimenti da parte del gruppo in imprese del settore; contributo alla crescita del sistema Paese, supportando lo sviluppo delle Pmi e l’incremento di consapevolezza assicurativa. Questo grazie alla creazione della copertura ai rischi catastrofali con servizi integrati di *business continuity*, lo sviluppo della copertura e della consulenza per il *cyber risk*, il crescente ricorso alla telematica e all’*Internet Of Things* e, infine, l’impegno nel costruire una consapevolezza e una conoscenza allargata del mondo assicurativo con il progetto *Eos-Conoscere l’assicurazione*, declinato nelle scuole, sul web e sui social media.

AVERE UNA BUONA REPUTAZIONE

“Come in tutti i piani industriali, ci siamo dati driver che non sono solo finanziari, ma sono di sostenibilità e di creazione di un valore che non è solo finanziario”, ha spiegato Cimbri, evidenziando che “il mondo delle assicurazioni deve stimolare un dibattito sulla ricerca di soluzioni ai cambiamenti climatici per evitare i danni che ne derivano, e stimolare la ricerca di meccanismi di protezione”. Il gruppo, ha ricordato l’ad di Unipol, è molto impegnato in un Paese ad alto rischio idrogeologico come l’Italia a fare proposte che aiutino ad aumentare la resilienza del nostro territorio. Cimbri ha poi voluto porre un particolare accento sul valore reputazionale.

Su questo aspetto ha ricordato come Unipol sia stata valutata dal **Reputation Institute** come prima azienda italiana per reputazione nel settore finanziario con 69 punti su 100, secondo la classifica *Italy RepTrak* del 2017 (indice presso l’opinione pubblica). “Il creare ricchezza da distribuire e sostenibilità a vantaggio dell’intera comunità – ha concluso Cimbri – dipende, comunque, dalla nostra capacità di essere imprenditori: solo se sapremo continuare a creare ricchezza potremo, di conseguenza, creare ulteriore valore per il territorio e per la comunità in cui operiamo.



Carlo Cimbri, ad del gruppo Unipol

Beniamino Musto



INSURANCE CONNECT su YOU TUBE

Seguici cliccando qui

INIZIATIVE

Rinasce la storica tenuta di Genagricola

Al via un concorso internazionale per rinnovare, nel segno dell'arte moderna, i tre punti di accesso di Ca' Corniani

Riscoprire la tradizione attraverso il contributo concreto dell'arte. È l'ambizioso e suggestivo obiettivo di *Ca' Corniani. Terra d'avanguardia*, concorso promosso da **Genagricola**, la holding agroalimentare controllata da **Generali Italia**, e curato da **Eight Art Project**. Scopo dell'iniziativa è quello di individuare tre interventi *site-specific* da collocare nei tre punti di accesso della storica tenuta della società. Una sfida su cui sono stati invitati a confrontarsi artisti internazionali del calibro di **Monica Bonvicini, Alberto Garutti, Carsten Höller, Tobias Rehberger e Remo Salvadori**. "Parlare di avanguardia riferendosi all'agricoltura, il settore economico produttivo più antico della nostra società, potrebbe sembrare ambizioso", ha commentato **Giancarlo Fancel**, presidente di Genagricola. "Eppure - ha aggiunto - questo settore, ancora oggi fondamentale per la vita, ha sempre vissuto di avanguardia e innovazione".

L'iniziativa si inserisce in un progetto di valorizzazione del panorama paesaggistico della tenuta. Affidato nel 2014 allo studio internazionale **Land** di **Andreas Kipar**, il masterplan punta a sfruttare le suggestioni dell'arte contemporanea per instaurare un nuovo rapporto fra produzione agricola e cultura del territorio. "Ca' Corniani - ha spiegato **Alessandro Marchionne**, amministratore delegato di Genagricola - è pronta a imboccare un percorso nuovo e ancora inesplorato, integrando il proprio modello di business con nuove attività a vocazione culturale. E sarà proprio la cultura la nuova avanguardia dell'agricoltura".

I partecipanti al concorso sono chiamati a elaborare idee che siano in grado di marcare l'ingresso alla tenuta, raccontandone la ricchezza e la vocazione prettamente agricola e produttiva. Il nome del vincitore verrà svelato il 12 ottobre 2017, presso la Triennale di Milano. L'inaugurazione ufficiale è invece prevista per maggio 2018, in occasione della 16° mostra internazionale di architettura della Biennale di Venezia. "Pensando alle peculiarità del territorio - hanno spiegato **Elena Tettamanti** e **Antonella Soldaini**, curatrici del concorso - abbiamo chiesto ai partecipanti di concentrarsi sul concetto di *soglia*, un tema che ben ne evidenzia il carattere, insieme all'atteggiamento ospitale e accogliente, della proprietà".

Giacomo Corvi

RICERCHE

Il caro assistenza per le aziende

Anche se percepiti come utili dai dipendenti, i servizi sanitari offerti in convezione stanno subendo un costante aumento dei costi medi

Il costo dell'assistenza sanitaria per le aziende che la offrono ai propri dipendenti sta costantemente aumentando. Anche quest'anno, il trend non si è invertito, come testimonia una ricerca effettuata su scala mondiale da **Willis Towers Watson**.

Le compagnie di assicurazione che offrono i pacchetti di assistenza alle aziende continuano a sostenere che l'aumento dei costi derivi da tutta la filiera della sanità: dai servizi sanitari ospedalieri ai quelli ambulatoriali, ma anche la sofisticazione della tecnologia medica e un eccessivo uso di prescrizioni di esami da parte dei medici.

Nello specifico dell'indagine (*Global medical trends*), che raggruppa i risultati per macroarea geografica, le coperture sanitarie registrano, a livello globale, un aumento dei costi del 7,8% anno su anno. Guardando alle singole regioni, l'America Latina è quella che sconta i maggiori aumenti (+12,4% dal 2015 al 2016 e +11,5% in previsione 2017), dovuti principalmente agli elevati tassi d'inflazione di alcuni Paesi dell'area. Anche per la regione Medio Oriente e Africa l'aumento previsto sarà cospicuo (+9,8%), mentre l'Europa è l'unica che riesce a contenere le spese: +4,3% dal 2015 al 2016, e +4,5% in previsione 2017.

Secondo lo studio, le compagnie non prevedono un calo dei prezzi nel breve periodo: la maggior parte di esse, nei prossimi tre anni, si aspetta un aumento significativo dei costi a livello globale.

Per il 63% delle compagnie intervistate, inoltre, è proprio la tecnologia il fattore più costoso nel campo dell'assistenza sanitaria; mentre un dato interessante è che tre assicuratori su quattro (74%) giudicano eccessivo il ricorso a cure prescritte dai medici, i quali raccomandano troppi esami e sono uno dei fattori principali che guida il comportamento dei dipendenti e delle strutture sanitarie. Il 54% delle compagnie ritiene che un elevato numero di assicurati sia spesso alla ricerca di cure inadeguate.

Per quanto riguarda i servizi più offerti, i programmi di *check up* stanno ottenendo molte adesioni: il 65% delle compagnie offre adesso valutazioni sul rischio per la salute mentre il 16% conta di farlo per l'anno prossimo. Il secondo parere medico è un servizio già offerto dal 71% delle aziende, mentre l'11% ha intenzione di integrarlo a breve. Quasi la metà (48%) delle compagnie, infine, offre programmi di prevenzione e di miglioramento dello stile di vita: si prevede che il prossimo anno questa percentuale crescerà fino a quasi il 65%.

F. A.

RC AUTO

Cala il premio medio

L'Ania conferma le stime dell'Ivass: a marzo 2017, prezzo Rca è in contrazione del 3,6% su base annua



Sempre nuove statistiche vengono pubblicate sull'argomento Rc auto per tentare di monitorare il mercato e delineare quali potrebbero essere gli sviluppi del settore nel prossimo futuro. Statistiche che, tuttavia, come ha precisato l'Ania in una nota, non sempre vengono condotte su basi scientifiche corrette, e che possono pertanto portare a risultati contrastanti. Parole che appaiono come un riferimento (nemmeno troppo velato) a un recente rapporto di un noto comparatore che certificava un forte aumento del premio medio.

Le uniche stime ufficiali, prosegue la nota dell'Ania, arrivano dall'Ivass, che effettua un monitoraggio trimestrale dell'andamento dei prezzi su un campione di otto milioni di contratti. Secondo l'Istituto, nel 2016 il prezzo medio si è attestato a 423 euro, in contrazione di circa il 6% rispetto a quanto registrato l'anno precedente. Numeri ancor più bassi se si considerano soltanto gli ultimi tre mesi del 2016: nel periodo in esame, il premio medio si è infatti fermato a 420 euro, con la metà degli italiani che ha pagato meno di 379 euro. Sempre secondo l'Ivass, la contrazione maggiore si è registrata nell'Italia meridionale.

Stime che trovano confermano nelle statistiche pubblicate dall'Ania per i primi tre mesi del 2017. Secondo la rilevazione dell'associazione, condotta su un campione rappresentativo dell'85% del mercato, a marzo 2017 il premio medio si è infatti contratto del 3,6% rispetto allo stesso periodo del 2016.

G. C.

INNOVAZIONE

L'innovation roadmap delle assicurazioni

La digital disruption richiede al settore urgenti trasformazioni, a partire dai modelli di business. Il percorso proposto durante l'Idc Insurance Day

Sistemi e processi informatici obsoleti, regolamentazioni e normative stratificate e complesse, resistenze culturali al cambiamento: sono queste le ragioni principali del ritardo digitale del settore assicurativo secondo **Fabio Rizzotto**, senior research & consulting director di **Idc Italia**, che ieri a Milano ha aperto i lavori dell'*Idc Insurance Day 2017*. La trasformazione però non è più rinviabile, e deve partire dalle infrastrutture, dai modelli di business. Sono due i fronti su cui si baserà la competizione. In primis la *customer experience*, da rivoluzionare adottando piattaforme digitali che permettano personalizzazioni sulla base delle esigenze dei clienti, ma allo stesso tempo siano basate su infrastrutture di back office standardizzate e semplici da utilizzare per gli intermediari. In secondo luogo, l'utilizzo delle informazioni: se big data e analytics sono termini ormai entrati nel linguaggio comune, e molte imprese già possiedono sistemi di raccolta di dati, è altrettanto vero che sono pochissime ancora quelle che li sanno utilizzare, interpretandoli per farne un vantaggio competitivo.

Un recente sondaggio di Idc sembrerebbe confermare queste tendenze: la soddisfazione e fidelizzazione dei clienti è al primo posto tra le priorità di business del settore assicurativo per il 2017. Al secondo posto lo sviluppo di nuovi prodotti e servizi, seguito dalla riduzione dei costi operativi: obiettivi tutt'altro che difficili da raggiungere, se solo si adottassero le tecnologie che permettono di profilare gli utenti e ideare servizi sulla base dei loro reali desideri e necessità, riducendo così i rischi di fallimento nel momento del lancio sul mercato. Per misurare il livello Insurtech di una realtà assicurativa, sono stati individuati quattro acceleratori dell'innovazione: cloud, big data e analytics, mobile e social media. Il 40% delle compagnie europee intervistate ne ha adottati almeno tre, il 35% due, mentre l'11% li sta già sfruttando nella totalità, e soltanto due imprese su cento non ne hanno in uso nemmeno uno. Sono dati, secondo Rizzotto, che registrano un livello di innovazione meno immaturo di quanto si temesse, anche se non ancora al passo con settori affini quali il banking e il retail. Il segmento attualmente più interessato all'adozione della tecnologia è sicuramente quello della telematica auto, ma l'evoluzione dell'Internet of Things sta portando le aziende a formulare rapidamente nuovi modelli anche in altre aree, seguendo lo sviluppo, ad esempio, della domotica (per la casa) e dei dispositivi wearable (in ambito sanitario). Secondo le stime di Idc, entro il 2019 le polizze assicurative a consumo basate sull'IoT rappresenteranno il 15% del mercato assicurativo auto e il 10% di quello legato alla casa: percentuali che potrebbero essere viste al rialzo se l'insurance industry saprà fare propria la velocità innovativa ed evolutiva che contraddistingue la realtà contemporanea.

Chiara Zaccariotto

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