

PRIMO PIANO

Generali, altro passo nel welfare

La notizia arriva dalle sigle sindacali. Secondo quanto riferito da First Cisl in una nota, Generali avrebbe predisposto una nuova società specializzata nel comparto salute nell'ambito del welfare aziendale. Parole che trovano conferma nel testo dell'accordo, pubblicato da Fisac Cgil, che la compagnia ha sottoscritto con First Cisl, Fisac Cgil, Uilca, Fna e Snfia. Stando all'accordo, la nuova società "opererà nella gestione dei rimborsi delle spese sanitarie, nell'organizzazione e gestione dei network dei servizi necessari, nello sviluppo dei prodotti (assicurativi e non) tutti di welfare and health, nell'attività commerciale diretta e a supporto della rete di Generali Italia".

La nuova società, con sede legale a Trieste e direzione a Milano, applicherà il contratto assicurativo Ania e riconoscerà ai neo-assunti un contributo previdenziale del 3%, indipendentemente dal livello di inquadramento. Posto che, come si legge nell'accordo, "è intenzione di Generali Italia di investire in significativa occupazione giovanile", il piano prevede 30 assunzioni a tempo indeterminato entro gennaio 2018, altre 30 entro giugno 2018 e, in caso di andamento positivo, ulteriori 40 entro giugno 2019.

La società impiegherà inoltre, attraverso il distacco graduale nel biennio 2018-2019, un gruppo di lavoratori che operano in Generali Italia Claims nell'attività dei rimborsi delle spese sanitarie.

Giacomo Corvi

MERCATO

Agricoltura, cala il numero delle aziende assicurate

L'Ania in audizione alla Camera denuncia l'eccessiva burocrazia nel settore. Cresce il divario tra Nord e Sud, si richiede il sostegno del Governo per una sistematica azione informativa tra gli agricoltori

Gli agricoltori assicurati sono tra il 20 e il 25% del bacino potenziale, contro l'obiettivo del 50% indicato dall'Unione Europea. **Luigi Di Falco**, responsabile vita, welfare e danni di Ania, sfodera dati del settore assicurativo in agricoltura, in occasione dell'audizione di Ania alla commissione *Agricoltura* alla Camera. Tra il 2003 e il 2014, i valori assicurati hanno registrato un incremento del 133%, che corrisponde al +75% dei premi versati; tuttavia, l'Ania sottolinea i dati **Ismea** relativi alla campagna 2016, che segna per il secondo anno consecutivo un decremento dei valori assicurati (da 7,9 miliardi di euro del 2014 ai 7,1 miliardi del 2016, dato provvisorio), anche se su questo dato ha un importante impatto il calo dei prezzi agricoli, specialmente nelle coltivazioni. Le aziende assicurate per le sole colture passano dalle 73 mila del 2015 alle 65 mila del 2016.

SCARSA PROPENSIONE ALLA POLIZZA

Dal punto di vista strettamente economico, i dati sono considerati sorprendenti perché il comparto si caratterizza soprattutto per i danni più frequenti nel breve periodo e ampiamente distribuiti tra la massa di assicurati. Considerato il contributo pubblico del 50% del premio versato, per gli agricoltori si determina un vantaggio economico. Ad assicurarsi sono le aziende agricole più strutturate, con produzioni più redditizie e esposte alle avversità atmosferiche. L'Ania tuttavia segnala un netto divario tra Nord e Sud. Le aziende settentrionali hanno assicurato l'86% dei valori assicurati complessivi, mentre al Sud i valori assicurati sono ormai pari a pochi punti percentuali del totale: un netto calo persino rispetto al valore del 2010 quando al Sud veniva assicurato appena il 14% dei valori complessivi. Per l'Ania si tratta di una "pericolosa tendenza". *(continua a pag. 2)*



Luigi di Falco



INSURANCE REVIEW su FACEBOOK

Seguici sulla pagina cliccando qui

(continua da pag. 1)

TROPPIA BUROCRAZIA

Il passaggio delle regole sugli strumenti assicurativi agevolati dal primo al secondo pilastro della Pac ha imposto procedure più complesse e controlli più stringenti. L'Ania punta il dito contro il sistema di gestione dei rischi previsto dalla Pac 2014-2020 che risente di una eccessiva complessità burocratica in alcune procedure introdotte, in primo luogo quella prevista dal **Piano assicurativo individuale (Pai)**, che è necessario per ottenere il contributo statale. Gli agricoltori devono acquisire il Pai prima della decorrenza della copertura assicurativa: un processo che è diventato complicato e scoraggia gli operatori del settore ad assicurarsi. Ritardi, carenze e inefficienze si accumulano per le difficoltà di coordinamento tra Mipaaf, Agea e i *Centri di assistenza agricola*. Ad appesantire il quadro burocratico c'è il ritardo con cui il Mipaaf ha rilasciato il decreto ministeriale sui prezzi, che nell'ultima campagna è stato più volte modificato. L'Ania propone dunque di svincolare il Pai dal processo di assunzione del rischio assicurativo, pur restando un documento necessario al fine dell'erogazione del contributo. Inoltre, si chiede di rivedere il flusso di informazioni tra il Sistema informativo agricolo nazionale e le imprese di assicurazione, trovando soluzioni condivise.



FLESSIBILITÀ DELL'OFFERTA ASSICURATIVA E DEI CONTRIBUTI

L'Ania propone un maggior grado di liberalizzazione dei pacchetti assicurativi proposti che potrebbe meglio incontrare le esigenze degli assicurati, che chiedono una maggiore flessibilità degli strumenti assicurativi proposti e dei contributi. Si dovrà tenere conto dell'articolazione e diversificazione delle produzioni esistenti sul territorio. Sul fronte dei contributi, per l'Ania occorre rivedere l'attuale meccanismo di riconoscimento dei contributi, allo stato eccessivamente uniforme, prevedendo una maggiore modulazione nell'erogazione di incentivi, attraverso misure di contribuzione selettive e diversificate.

INFORMARE GLI AGRICOLTORI

Gli agricoltori non sono adeguatamente a conoscenza delle opportunità offerte dallo strumento assicurativo. In tal senso l'Ania chiede il sostegno del Mipaaf per una sistematica azione informativa destinata soprattutto agli agricoltori che denotano una bassa propensione assicurativa. Il settore assicurativo metterà a disposizione tutte le competenze per fornire ai potenziali assicurati un'informazione corretta.

Alessandro Giuseppe Porcari

SONDAGGIO

Una nuova era per la distribuzione assicurativa

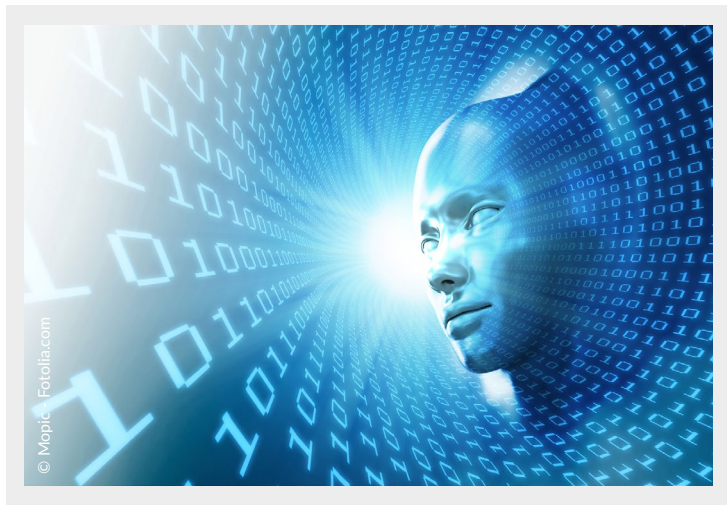
Compagnie, intermediari, clienti: un triangolo la cui geometria sta cambiando, alla luce di evoluzioni normative come la Idd. Per capire quale forma assumerà, Insurance Connect invita gli intermediari a partecipare al sondaggio realizzato in collaborazione con Scs Consulting

Si terrà il 5 ottobre a Milano, presso Palazzo delle Stelline, il convegno *Intermediari e compagnie, insieme nel reciproco interesse* promosso da **Insurance Connect**. Sarà l'occasione per presentare i risultati del sondaggio, realizzato con la collaborazione di **Scs Consulting**, sulla situazione attuale (e futura) della distribuzione assicurativa. Stiamo raccogliendo il *sentiment* di agenti e collaboratori su temi primari, quali il loro rapporto con le compagnie e il supporto delle stesse nello sviluppo del rapporto con i clienti. Approfondire la conoscenza dell'assicurato, valorizzarne l'esperienza e garantire adeguatezza del servizio sono obiettivi comuni di compagnie e intermediari. La prima parte del sondaggio, che conta in tutto 29 quesiti, è dedicata proprio a comprendere come si stanno muovendo gli attori coinvolti, e quanto sono soddisfatti del rapporto con le controparti. Al centro della seconda parte del questionario c'è invece il rapporto tra intermediari e gruppi agenti: quanto il ruolo delle rappresentanze è oggi fondamentale per la tutela e lo sviluppo della professione, anche in ottica Idd? Quanto gli agenti si sentono realmente protetti e supportati nei loro interessi, all'interno del dialogo con le mandanti e con le istituzioni? Come potrebbe essere migliorata la situazione attuale? Per delineare i contorni di uno scenario complesso e in continuo cambiamento, abbiamo bisogno del vostro contributo. Il questionario, in forma anonima e riservato alle sezioni A ed E del Rui, è disponibile a questo [link](#).

RICERCHE

Luci e ombre per l'intelligenza artificiale

Per le imprese le nuove tecnologie legate all'automatizzazione porteranno più vantaggi che rischi. Eppure, secondo il report realizzato da Bcg, ad oggi solo una su venti le ha già implementate in modo strutturato



L'intelligenza artificiale viene vissuta nel mondo del business con duplice sentimento. È questo il quadro che emerge da un recente report realizzato da **The Boston Consulting Group** con **Mit Sloan Management Review**, intitolato *Reshaping business with artificial intelligence*, che indaga come questa tecnologia sta impattando su diversi settori commerciali in tutto il mondo. Dalle oltre 3.000 interviste a manager e analisti realizzate in 112 Paesi, risulta un altissimo interesse ma un tasso di penetrazione ancora contenuto. Se da un lato, infatti, oltre tre quarti degli interpellati pensa che l'intelligenza artificiale permetterà alla propria azienda di acquisire e mantenere un vantaggio competitivo, soltanto un'impresa su venti la sta sfruttando realmente, sviluppando processi o offerte in maniere intensiva.

Un entusiasmo cauto

La maggioranza dei manager (85%) si aspetta che l'intelligenza artificiale permetterà alla propria società di creare nuove linee di business, di guadagnare e mantenere a lungo termine un vantaggio competitivo. Un'opportunità dunque più che un rischio: soltanto quattro intervistati su dieci sono preoccupati delle pos-

sibili conseguenze negative dell'utilizzo di queste nuove tecnologie. Resta una piccola percentuale di professionisti (13%) per cui queste applicazioni sono ancora un futuro remoto, e dunque non ha ancora un'idea chiara di come potranno influenzare il proprio business. Un entusiasmo che non trova riscontro nella realtà: ad oggi, nel mondo, soltanto un'impresa su venti ha progetti complessi basati sull'intelligenza artificiale, e appena una su cinque ha implementato processi limitati a piccole aree di business. Un atteggiamento cauto che parte dalla fase strategica, in cui solo in un'azienda su quattro si parla di intelligenza artificiale. Dalla ricerca emerge anche che, con il passare del tempo, si sta allargando la distanza tra le organizzazioni all'avanguardia in questo campo (19% del campione) e quelle considerate passive (36%), lontane anche solo dal comprendere il fenomeno.

Riorganizzare le risorse umane

Le aree che subiranno i cambiamenti più rivoluzionari nei prossimi cinque anni saranno, secondo sei intervistati su dieci, quelle dell'*information technology*, manifattura, gestione della *supply chain* e *customer relationship*. In quest'arco di tempo le imprese dovranno attrezzarsi su vari fronti. Sarà necessario dal punto di vista tecnico predisporre un sistema di gestione dei dati adeguato, che consenta agli algoritmi di imparare ed evolversi in maniera autonoma in base alle esperienze precedenti. Serviranno inoltre, per limitare i possibili problemi conseguenti a *data breach* o perdita di informazioni, database con più backup ma allo stesso tempo integrati, in grado di dialogare tra loro. Una fase delicata sarà quella della riorganizzazione delle risorse umane. Nonostante gli allarmismi diffusi che paventano una sostituzione totale della forza lavoro tradizionale con le macchine, meno della metà delle imprese (47%) si aspetta di ridurre il personale nei prossimi cinque anni. Ciò che cambierà, con molta probabilità, non sarà il numero di persone impiegate, quanto la geografia delle competenze: saranno meno richieste quelle manuali e più ricercate quelle tecnologiche e informatiche.

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.it

Per inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.it

INTERMEDIARI E COMPAGNIE, INSIEME NEL RECIPROCO INTERESSE

Chairman Maria Rosa Alaggio *Direttore di Insurance Review e Insurance Trade*

- 09.00 - 09.30 – Registrazione
- 09.30 - 09.50 – **Presentazione dell'Osservatorio sulla distribuzione assicurativa. Idd per l'evoluzione della distribuzione**
a cura di Scs Consulting
- 09.50 - 10.10 – **Redditività e digital: un binomio possibile**
Vittorio Giusti, general insurance director di Aviva Italia
- 10.10 - 10.30 – **Intermediari tra responsabilità e opportunità**
Silvia Lumediluna, responsabile sviluppo commerciale di Cgpa Europe rappresentanza generale per l'Italia
Lorenzo Sapigni, direttore generale per l'Italia di Cgpa Europe rappresentanza generale per l'Italia
- 10.30 - 10.50 – **Gli obiettivi della rappresentanza degli agenti**
Sintesi sondaggio Scs
Dario Piana, presidente comitato gruppi aziendali Sna
Enrico Ulivieri, vice presidente Anapa e presidente gruppo agenti Zurich
- 10.50 - 11.10 – **L'innovazione a servizio degli assicurati: leva di fidelizzazione per gli intermediari**
Mirko Formica, responsabile corporate di Axa Assistance
Guido Dell'Omo, responsabile retail di Axa Assistance
Gian Maria Dossena, sales insurance intermediaries & legal protection di Axa Assistance
- 11.10 - 11.30 – Coffee break
- 11.30 - 13.00 – **TAVOLA ROTONDA: La tutela del consumatore: un obiettivo comune?**
Stella Aiello, responsabile distribuzione Ania
Maria Luisa Cavina, responsabile servizi intermediari di Ivass
Vincenzo Cirasola, presidente di Anapa
Claudio Demozzi, presidente di Sna
Fabrizio Premuti, presidente di Konsumer
Paolo Savio, responsabile giunte e accordi collettivi di Generali Italia
Vittorio Verdone, direttore affari istituzionali del gruppo Unipol e responsabile gestione normativa reti distributive di UnipolSai
- 13.00 - 14.00 – Pranzo
- 14.00 - 14.20 – **Idd: trasformare un compito in un servizio**
Sergio Sorgi, vice presidente di Progetica
- 14.20 - 14.40 – **Polizze e strumenti per assicurare in modo semplice rischi complessi**
Maurizio Ghilosso, amministratore delegato di Dual Italia
- 14.40 - 15.20 – **La distribuzione in Europa: gli intermediari come colonna della distribuzione assicurativa. A quali condizioni?**
Alessandro De Besi, presidente World Federation of insurance intermediaries
Luca Franzi de Luca, presidente Aiba
Jean François Mossino, presidente commissione agenti Bipar
Andrea Polizzi, studio legale D'Argenio, Polizzi e Associati
Luigi Viganotti, presidente Acb
- 15.20 - 15.40 – **Verso l'auto a guida autonoma: valore aggiunto per gli intermediari**
Marco Lovisetto, general manager di Doctor Glass
- 15.40 - 16.00 – **Sinistri e ruolo degli intermediari**
Stefano Sala, amministratore delegato gruppo per
- 16.00 - 17.15 – **TAVOLA ROTONDA. Obiettivo redditività, tra digital, multicanalità ed evoluzione dell'offerta**
Michele Cristiano, amministratore delegato di Cf Assicurazioni
Fabrizio Fabris, presidente del gruppo agenti Cattolica
Marco Lamola, direttore distribuzione e marketing del gruppo Cattolica
Marco Mazzucco, direttore distribuzione marketing e brand di gruppo di Reale Group
Paola Minini, presidente Galp
Domenico Quintavalle, head of retail distribution di Zurich Italia
Marco Rossi, head of sales & marketing di Das
Vittorio Verdone, direttore affari istituzionali del gruppo Unipol e responsabile gestione normativa reti distributive di UnipolSai

Main sponsor:



Official sponsor:



Iscriviti su www.insurancetrade.it
Scarica il programma completo

27 SETTEMBRE 2017

INSURANCE 2020

MILANO The Westin Palace, Piazza della Repubblica, 20 9.00 - 15.45

AGENDA :

Chairman Maria Rosa Alaggio *Direttore di Insurance Review e Insurance Trade*

09.30 - 09.45 – Welcome coffee e registrazione

09.45 - 10.00 – **Apertura lavori**

Alessandra Gambini, responsabile Rcs Italia di Willis Towers Watson

10.00 - 10.20 – **Insurance 2020. Overview sul business Assicurativo in Italia**

Maria Rosa Alaggio intervista Maria Bianca Farina, presidente Ania e presidente di Poste Italiane

10.20 - 11.10 – **Life Insurance 2020**

TAVOLA ROTONDA: *modera Maria Rosa Alaggio*

Carlo Ferraresi, direttore generale di Cattolica Assicurazioni

Maria Luisa Gota, ceo e general manager di Fideuram Vita

Roberto Manzato, chief insurance officer del gruppo assicurativo Poste Vita

Federica Pizzaballa, responsabile Vita Rcs Italia, Willis Towers Watson

11.10 - 11.40 – **Customer centricity, creare valore per assicurazione e clienti: "Innovazione & opportunità nell'area della customer centricity"**

Alessandra Gambini, responsabile Rcs Italia di Willis Towers Watson

11.40 - 12.00 – Coffee break

12.00 - 13.00 – **Il ruolo chiave del capital management**

Massimiliano Arizzi, executive director & actuary (Ona) di Willis Re

TAVOLA ROTONDA

Paola del Curatolo, chief financial officer di Cardif Vita, gruppo Bnp Paribas

Francesca Mondanelli, head of Erm di Generali Italia

Marco Vesentini, responsabile capital management del gruppo Unipol

13.00 - 14.00 – Lunch

14.00 - 14.30 – **Misurazione della performance e incentivi per il top management nel nuovo scenario regolamentare e di business**

Federica Pizzaballa, responsabile Vita Rcs Italia, Willis Towers Watson

Enor Signorotto, senior advisor executive compensation, Willis Towers Watson

14.30 - 15.00 – **Le nuove frontiere del pricing – dall'aggiornamento tariffario real-time al machine learning**

Francesco Daboni, responsabile danni Rcs Italia di Willis Towers Watson

15.00 - 15.45 – **P&C Insurance 2020**

Ne discutono:

Camillo Candia, country ceo di Zurich Italia

Luca Filippone, direttore generale di Reale Mutua

Alessandro Santoni, p&c sales and practice leader continental Europe and Ireland di Willis Towers Watson

Iscriviti su www.insurancetrade.it

Scarica il programma completo