

## PRIMO PIANO

### La campagna #Data4Drivers

Insurance Europe e Amice, l'associazione europea delle mutue, hanno lanciato oggi la campagna #Data4Drivers, con l'obiettivo sensibilizzare i cittadini europei e fare pressione sui legislatori continentali per garantire che i conducenti, e non i produttori di veicoli, abbiano il pieno controllo di chi ha accesso ai dati generati dai dispositivi sulle auto. Si tratta di un tema sempre più pressante, ora che la connettività delle auto è diventata una delle fonti principali di produzione di dati personali.

Secondo i promotori, l'Unione Europea deve adottare misure per garantire che qualunque sistema di accesso ai dati del veicolo assicuri il controllo dei dati al conducente: "le case costruttrici dei veicoli - dicono da Insurance Europe e da Amice - stanno già sviluppando sistemi cui potranno accedere solo loro stessi. Questo renderebbe molto difficile lo sviluppo di prodotti e servizi nuovi e competitivi da parte di terze parti". Non sfugge, in tutto questo, il timore degli assicuratori che, arrivati prima di tutti con la scatola nera, ora si sentono scippare il giocattolino.

Ecco quindi che è scattata una campagna e una petizione in cui si chiede ai cittadini dell'Unione di inviare mail alle istituzioni continentali per manifestare le proprie esigenze su questi temi.

Fabrizio Aurilia

## MERCATO

### L'innovazione: una sfida da vincere insieme

**Parte l'Osservatorio Innovation by Ania, un laboratorio permanente per spingere l'innovazione nell'ecosistema assicurativo. Soprattutto nella mobilità, un settore che genera il 20% del Pil. Se ne è parlato ieri a Roma al primo annual meeting che ha riunito istituzioni e operatori del settore**

Il 65% degli italiani è interessato all'auto autonoma, il 10-15% delle automobili presenta sistemi di guida assistita e, nel 2025, si stima che circa metà del parco circolante sarà dotato di sistemi di guida assistita o autonoma. Intanto, il *car pooling* conta 2,5 milioni di utenti e il *car sharing* 5.600 noleggi al giorno, determinando un crollo del tasso di motorizzazione dal 53% del 2005, al 37% del 2016.

Partendo da queste evidenze, l'Ania ha dato il via all'osservatorio *Innovation by Ania*, presentato ieri a Roma nel corso del meeting *Innovazione e mobilità: dall'auto alla sharing economy e alla smart mobility*, dove operatori del settore e istituzioni si sono confrontati sulle sfide che l'innovazione impone in uno dei settori più strategici, che genera complessivamente circa il 20% del Pil italiano.

L'osservatorio, ha spiegato la presidente **Maria Bianca Farina**, rappresenta un laboratorio permanente che intende dare una spinta alla modernizzazione che le compagnie stanno già sperimentando nei propri processi e nell'elaborazione di nuove soluzioni e servizi. Individuando le modalità di protezione più adatte - in relazione alle nuove forme di responsabilità del produttore e ai nuovi rischi della circolazione - e proponendo nuove soluzioni assicurative sui servizi di *sharing mobility* e modelli di offerta più vicini alle esigenze dei millennials.

#### LA NUOVA MOBILITÀ

A tracciare un quadro di questo innovativo comparto è stato **Luigi Onorato**, senior partner di **Monitor Deloitte**, che parla di cinque forme di nuova mobilità, alcune già operative: la *sharing mobility*, i cui utenti, in Italia, sono triplicati negli ultimi due anni; i veicoli elettrici che, dal 2012 al 2016, sono aumentati di sette volte, grazie alla forte riduzione dei costi delle batterie (-67%) e alle politiche ambientali; il noleggio a lungo termine, con un nuovo veicolo su 4 a noleggio e immatricolazioni retail quintuplicate; i veicoli connessi, che sono oggi il 41% del parco auto circolante; le auto a guida autonoma, su cui ben 43 società stanno già investendo. (continua a pag. 2)



Da sinistra Pier Carlo Padoan, ministro dell'Economia, e Maria Bianca Farina, presidente dell'Ania



**INSURANCE REVIEW su LINKEDIN**  
Seguici sulla pagina cliccando qui

(continua da pag. 1)

## LE SFIDE PER GLI ASSICURATORI

Un quadro di grande cambiamento che, ha spiegato Onorato, impone importanti riflessioni al settore assicurativo. Tra queste, la riduzione del parco auto circolante (un'auto condivisa sostituisce fino a 9 veicoli); l'aumento della complessità dei modelli di tariffazione, l'incremento della mole di dati da analizzare, l'impatto sulla frequenza dei sinistri (fino a -80% dei sinistri con le auto autonome); la nascita di nuovi bisogni di copertura assicurativa; l'esigenza di competenze specifiche.

## ECOSISTEMA DELL'INNOVAZIONE

Per affrontare queste sfide è necessario lavorare in partnership con i player degli altri settori, creando un ecosistema dell'innovazione che necessita di nuove specifiche competenze, ma anche di interventi a livello infrastrutturale e normativo: un cambiamento in cui tutti sono coinvolti. "Una sfida – conferma Farina – che potrà essere vinta solo se tutti gli attori saranno coesi pur nella diversità dei ruoli".

## ANALIZZARE PER CONOSCERE

Sui nuovi modelli di mobilità si sono interrogati gli operatori del settore: aziende, ricercatori e assicuratori. I punti di maggior attenzione riguardano la conoscenza dell'assicurato, che deve portare, ha spiegato **Andrea Cardinali**, presidente **Aniasa**, a un modello non più targa-centrico, ma cliente-centrico, che premi e incrementi i comportamenti virtuosi; la normativa, a volte discutibile soprattutto quando esprime dubbi di costituzionalità su questione ormai superate, come le scatole nere; l'analisi dei dati finalizzata, ha spiegato **Fabio Fregi**, Italy&France country manager di **Google Cloud**, a offrire un servizio personalizzato e, con l'*instant insurance*, anche coperture tarate sul tipo di veicolo che si utilizza in un dato momento, ha confermato **Alessandro Scafò**, ad e dg **Intesa San Paolo Assicura**; la connettività su cui sta puntando **Enel**, come ha raccontato il responsabile *Innovability* **Ernesto Ciorra**, nel quadro dell'ambizioso progetto che punta a incrementare la mobilità elettrica (solo in Italia, investiti 300 milioni di euro, con l'obiettivo di immettere 2.700 auto elettriche entro il 2018), perchè l'unica che non produce emissioni e quindi in grado di realizzare significativi risparmi in termini di salute e di economia.

## OFFERTE PERSONALIZZATE

Per quanto riguarda le compagnie, importanti sono gli investimenti fin qui fatti. Soprattutto sul fronte dell'analisi dei dati e delle collaborazioni con le case automobilistiche, come ha spiegato **Giacomo Campora**, dg di **Allianz Italia**. Sull'utilizzo dei big data avanzati, vi sono anche questioni etiche da risolvere: per non discriminare i guidatori rischiosi, la compagnia utilizza un super indice che spalma in modo etico le tariffe, riuscendo a offrire uno sconto del 30%, senza incidere sulla redditività. E sempre in tema di app, innovativa è anche quella di **Genertel**, ha raccontato l'ad **Manlio Lostuzzi**, che collega diversi conducenti a uno stesso veicolo, attraverso il riconoscimento del guidatore. Tutti sviluppi tecnologici che non hanno solo finalità di pricing, ma di miglioramento della vita.

## INVESTIRE DI PIÙ

Opportunità e investimenti, dunque, sono le parole chiave, come ha sintetizzato il ministro dell'Economia **Pier Carlo Padoan**, a chiusura del primo annual meeting. "Le nuove tecnologie offrono grandi opportunità di investimento", e qui, le assicurazioni possono giocare un ruolo di primo piano. Bisogna investire di più, ha esortato Padoan. Anche se il comparto, ha spiegato la presidente dell'Ania, ha già iniziato una diversificazione degli investimenti, finanziando infrastrutture, pmi e start up. "Siamo ai primi passi – ha ammesso Farina – e dovremo e potremo fare di più", ma c'è ancora da lavorare sul fronte degli strumenti finanziari che vanno incrementati. Il governo si è dichiarato disponibile alle richieste degli assicuratori di studiare nuovi strumenti e ha chiuso con una nota di ottimismo, forte dei dati che arrivano dall'Ocse, secondo cui la previsione di crescita del Pil italiano è più ottimista di quella stimata dal governo: tra l'1,6% e l'1,7%.

Ora serve una nuova spinta propulsiva verso il cambiamento. "E le assicurazioni – ha concluso Farina – vogliono essere parte centrale, innovando il nostro modello di business e trovando nuove modalità di rapporto con le istituzioni, le famiglie e le imprese".



## Alla sfida del nuovo Stato Sociale

All'interno di un convegno promosso da Insurance Skills Jam, compagnie e istituzioni si interrogano su opportunità e punti critici di un settore in rapida evoluzione. Le occasioni non mancano ma serve un cambio di passo: l'obiettivo è passare dalle polizze ai servizi



Il cambiamento porta sempre con sé qualche opportunità. Vale per tutto, anche (e soprattutto) per un settore in rapida evoluzione come il welfare. Tutto sta ora nel comprendere se, e come, pubblico e privato riusciranno a cavalcare le novità del momento, trasformando un'incognita in una vera e propria opportunità. Perché le vecchie ricette, in un mondo che cambia sempre più rapidamente, non bastano più. E le compagnie che operano nel settore del welfare – o, per meglio dire, del *nuovo welfare* – sono oggi chiamate a un cambio di passo: meno polizze e più servizi.

La strada sembra ormai segnata. E sul punto hanno concordato tutti i relatori dell'*Isjam welfare forum 2017 - Nuovo welfare e opportunità assicurative*, convegno (di cui **Insurance Connect** è media partner) promosso da **Insurance Skills Jam - Il convivio assicurativo** che si è tenuto ieri nell'aula magna dell'Università degli Studi di Milano. Una mattinata di dibattito e confronto in cui compagnie e istituzioni hanno avuto modo di approfondire le direttrici del cambiamento e le linee di sviluppo del settore. Il tutto partendo da un assunto semplice ma, al tempo stesso, fondamentale: come ha precisato in apertura **Enea Dallaglio**, ad di **Innovation Team**, "non si tratta solo di business, ma di come il settore assicurativo può contribuire all'attuale sistema di welfare". In fondo, parlare di welfare significa parlare di bisogni, spesso vitali, che attendono solo di essere soddisfatti.

### Addio allo Stato sociale?

La sfida del futuro passa da una conoscenza approfondita del presente. Impresa ardua, visto che si tratta di ricostruire le trasformazioni in corso. E che è stata affidata ad **Andrea Rapaccini**, presi-

dente di **Mbs Consulting**. Punto di partenza per la sua riflessione è che lo Stato sociale, almeno per come lo conosciamo noi, non esiste più. "Il modello di welfare elaborato nel secondo dopoguerra si basa su strutture sociali che sono ormai scomparse", ha esordito dopo i saluti introduttivi di **Andrea Bertalot**, presidente di **Insurance Skills Jam** e vice dg di **Reale Mutua**.

Si trasforma la struttura familiare e le risorse dello Stato, complice la crisi, si riducono: il risultato è una spesa sempre più ampia e sempre più inefficiente. "La spesa sociale delle famiglie si attesta oggi a circa 110 miliardi di euro", ha osservato Rapaccini. In questo contesto, non stupisce che la fragilità sia in deciso aumento: il tasso di rinuncia, ha aggiunto, si attesta oggi al 36,1%. Pesa la mancanza di risorse, ma anche l'assenza di punti di riferimento che possano guidare le famiglie nell'analisi dei propri bisogni. Ecco perché le compagnie sono oggi chiamate a un cambio di passo. "Scordatevi le polizze, e ripartite dalle esigenze della popolazione", ha ammonito Rapaccini.

### Il pubblico non molla

In arretramento, ma comunque presente: il pilastro pubblico continua a ricoprire un ruolo preponderante nel sistema di welfare. E la sua iniziativa può contribuire a sviluppare ulteriormente l'evoluzione del settore. "Siamo di fronte alla necessità di ricostruire, dopo la crisi, le politiche di welfare", ha osservato **Pierfrancesco Majorino**, assessore alle politiche sociali, salute e Diritti del comune di Milano. Iniziative come il reddito di inclusione o il progetto **We.Mi.**, ha commentato Majorino, sono esempi virtuosi di come lo Stato può ancora intervenire del settore del welfare. A patto, tuttavia, che "si superi la retorica della spesa sociale come costo, e non come investimento".

Esempi virtuosi, certo, ma senza dubbio incapaci di risolvere autonomamente il grande tema del welfare. Secondo Majorino, l'integrazione fra pubblico e privato resta la principale chiave di sviluppo. "È necessario integrare al massimo i servizi, arrivando a un'offerta di soluzioni che sia concreta e utile per i cittadini", ha osservato. Il tutto ripartendo dall'analisi della domanda, così da non approntare prestazioni che, a conti fatti, non servono e non interessano. "Dobbiamo ripartire dalla dimensione del bisogno: il tema non è tanto predisporre nuove soluzioni, quanto piuttosto accompagnare i cittadini nell'offerta attualmente disponibile", ha concluso Majorino. Parole che hanno spinto Dallaglio a parlare di un "welfare di sussidiarietà, che parta dalle famiglie per raccogliere poi il sostegno dell'istituzione più prossima".

(continua a pag. 4)

(continua da pag. 3)

### Compagnie alla prova

Dopo un focus sulla medicina legale, affidato al prof. **Umberto Veronese**, coordinatore del **Laboratorio Responsabilità Sanitaria**, e l'analisi di un caso concreto di welfare aziendale, riportato da **Roberto Bosco**, corporate risk & facility manager del gruppo **Mediaset**, la parola è passata alle compagnie. Una tavola rotonda per approfondire ulteriormente le linee di sviluppo e capire come il settore assicurativo si stia avvicinando alla sfida.

Che i tempi per un cambio di passo siano maturi (e, ormai, necessari) lo si capisce dalle parole di **Fiammetta Fabris**, ad di **UniSalute**. "Gestiamo 35 fondi di categoria, l'ambito in cui siamo nati e cresciuti, ma ormai non è più sufficiente: l'attenzione deve passare ai singoli che ancora non ricevono le prestazioni necessarie", ha commentato Fabris. Stesso obiettivo, ma direzione opposta, per **Anna Deambrosis**, ad di **Blue Assistance** e direttore welfare di **Reale Mutua**. "Le scoperture del sistema pubblico offrono grandi opportunità per le assicurazioni", ha commentato Deambrosis. Che poi ha aggiunto: "siamo partiti dal welfare familiare, e ci stiamo ora affacciando al mondo delle Pmi". Per Deambrosis, quello che manca sono "soluzioni a vita intera": un traguardo, ha spiegato, che il gruppo sta cercando di raggiungere con l'acquisizione di **Uniqa Assicurazioni**.

Per **Maurizio Cappiello**, ad di **Poste Assicura** e dg di **Poste Vita**, le compagnie devono "passare dall'essere pagatori a prestatori di servizi". A tal proposito, nell'attesa del piano industriale che vedrà la luce nei primi mesi del 2018, Cappiello ha annunciato il lancio di una carta di servizi che consentirà l'accesso alle strutture convenzionate con **Poste Welfare Servizi**: il progetto pilota sarà presentato il 3 dicembre in Emilia Romagna. Un modo per cavalcare il nuovo business e, non da ultimo, tentare di "migliorare la cattiva reputazione di cui gode il settore".

Anche il gruppo **Generali** ha posto l'accento sui servizi. E, a tal proposito, ha recentemente lanciato **Welion**, una nuova società che mira a diventare un punto di riferimento nella fornitura di prestazioni. "Abbiamo deciso di creare un centro che avesse in sé tutte le competenze necessarie a gestire il settore", ha commentato **Andrea Mencattini**, nominato ad della nuova società. Le aspettative sono tante, come testimonia "lo stanziamento di 50 milioni di euro per i prossimi tre anni". E la consapevolezza che non ci sono costi, ma solo investimenti, quando si parla di welfare.

Giacomo Corvi

### RICERCHE

## Il commercio globale cresce, a sorpresa

**L'Economic outlook di Atradius registra nel 2017 una performance inaspettatamente positiva della produzione economica e degli scambi commerciali. Il trend, tuttavia, potrebbe non essere riconfermato nel 2018**

Il commercio internazionale sta facendo registrare un'espansione più significativa del previsto: è passato dalla crescita annua dell'1,4% del 2016 al +3,8% di settembre 2017, con previsione di raggiungere un +5% entro fine anno, secondo **Atradius**. Il trend positivo è riconducibile in parte alla ripresa della crescita degli investimenti nei principali mercati, soprattutto negli Stati Uniti e in Cina, anche grazie a situazioni politiche più stabili, il che ha portato a un incremento nella domanda delle importazioni. A sostenere la produzione economica mondiale sono state anche un'adeguata politica monetaria, una modesta ripresa dei prezzi dell'energia e una crescita più forte del previsto in Cina e nell'Eurozona. Sono le economie più orientate alla produzione manifatturiera e più attive nell'export (ovvero i Paesi dell'Europa orientale e asiatici) le principali responsabili delle revisioni al rialzo, mentre le economie più rivolte al mercato interno (come quelle dell'America latina) mostrano uno sviluppo più stabile. Anche per il 2018 le prospettive sono positive, ma con un lieve rallentamento rispetto al boom di quest'anno: la crescita del commercio globale si dovrebbe assestare su un +3,5%. Sulle proiezioni influiscono, secondo il report di Atradius, una serie di rischi. L'attuale ripiegamento interno da parte dei responsabili politici cinesi potrebbe continuare a ridurre la domanda in quel mercato e pesare sul commercio interregionale. Anche l'incertezza politica è una variante da tenere in considerazione, dal momento che nel 2018 avverranno le importanti negoziazioni riguardanti *Nafta* e *Brexit* che potrebbero avere ripercussioni sui movimenti commerciali. Inoltre, le restrizioni monetarie statunitensi rischiano di rendere i finanziamenti esterni più costosi per i mercati emergenti orientati all'esportazione. "I fondamentali a presidio del commercio internazionale resteranno solidi, ma permarrà il rischio di volatilità degli scenari politici e delle attese di sviluppo dell'interscambio per il 2018 - ha commentato **Massimo Mancini**, country manager di Atradius per l'Italia. Questo pone l'accento sui temi della tutela del portafoglio clienti con strumenti gestionali che riducano al minimo il rischio di mancato pagamento delle fatture, in particolare da parte dei clienti all'export che rappresentano attualmente una larga parte della quota di mercato delle aziende del nostro Paese, da sempre fortemente orientato ai mercati esteri".

Chiara Zaccariotto

### Insurance Daily

**Direttore responsabile:** Maria Rosa Alaggio [alaggio@insuranceconnect.it](mailto:alaggio@insuranceconnect.it)

**Editore e Redazione:** Insurance Connect Srl - Via Montepulciano 21 - 20124 Milano

**T:** 02.36768000 **E-mail:** [redazione@insuranceconnect.it](mailto:redazione@insuranceconnect.it)

Per inserzioni pubblicitarie contattare [info@insuranceconnect.it](mailto:info@insuranceconnect.it)