

## PRIMO PIANO

### Vita, luglio fra luci e ombre

Bilancio in chiaroscuro per la nuova produzione vita nel mese di luglio. Secondo i dati dell'Ania, il mercato ha registrato una raccolta complessiva di 7,5 miliardi di euro, in calo del 3,5% su base annua. La performance da inizio anno si ferma a 58,7 miliardi di euro, in leggera flessione rispetto allo stesso mese del 2017 (-0,3%).

Scorpendo i dati per categorie di imprese, la mappa evidenzia una crescita dell'1,2% da inizio anno per le compagnie italiane e le rappresentanze nazionali di imprese extra-europee, frutto di una performance da 6,5 miliardi di euro. Un rialzo a cui fa da contraltare il profondo rosso fatto segnare dalle rappresentanze di imprese europee: il segmento chiude il mese di luglio con una raccolta di poco superiore al miliardo di euro, in caduta del 25% rispetto allo stesso periodo del 2017.

A livello di prodotto, considerando le sole imprese italiane e le rappresentanze extra ue, il ramo I continua a far la parte del leone: il segmento registra una performance da 3,9 miliardi di euro, in crescita del 7,6% rispetto al luglio del 2017. In affanno invece il ramo III: dopo tre mesi consecutivi di crescita, la raccolta si ferma a 2,4 miliardi di euro, segnando un calo del 7,6% su base annua.

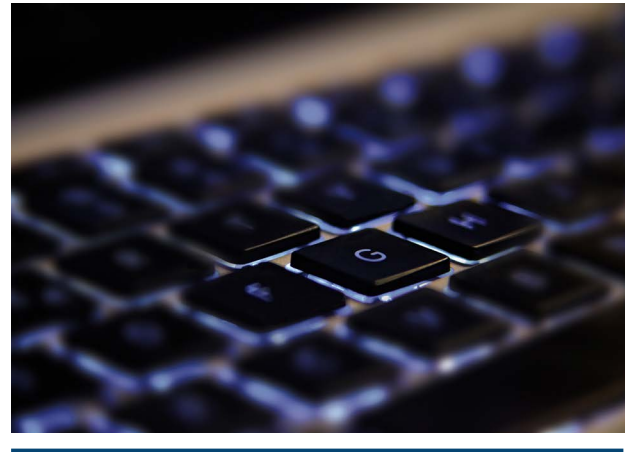
Giacomo Corvi

## MERCATO

### Cyber insurance, come garantire un mercato sostenibile

**La consapevolezza dei rischi è in aumento, e la richiesta di coperture ad hoc è destinata ad aumentare. Ma fino a quanto il sistema assicurativo è in grado di tenere il passo con la pressione della domanda crescente in questo settore? Un report realizzato dal think-tank Geneva Association prova a dare delle risposte**

Il *Wall Street Journal*, alcune settimane fa, ha rivelato come siano sempre di più le città statunitensi che hanno deciso di sottoscrivere polizze per proteggersi dalle incursioni dei pirati informatici. Hacker che sono costantemente alla ricerca di falle nel sistema. Per questo la maggior parte delle 25 città più popolate degli Stati Uniti ha già sottoscritto (o ha intenzione di farlo) una propria polizza cyber: tra queste Dallas, San Diego, Denver e Detroit. Si tratta di assicurazioni che proteggono le amministrazioni cittadine in caso di hackeraggio dei loro sistemi e offrono coperture per le ipotesi più disparate: dalle richieste di estorsione da parte degli hacker alle responsabilità legali, dalla copertura economica per i danni causati dalle interruzioni dei servizi alle consulenze di esperti. Del resto, negli ultimi anni i prodotti assicurativi cyber hanno notevolmente ampliato il proprio spettro di copertura, e anche i volumi di premi sono aumentati significativamente, mentre i loss ratio del settore hanno avuto un andamento migliore di altre linee di prodotti.



#### PIÙ CONSAPEVOLEZZA DEL RISCHIO, MAGGIOR DOMANDA

La consapevolezza dei rischi nelle grandi e piccole imprese è in aumento, e la richiesta di cyber insurance è probabilmente destinata ad aumentare. Ma fino a quanto il sistema assicurativo sarà in grado di tenere il passo con la pressione di questa domanda? Prova a spiegarlo un report realizzato dalla Geneva Association, un *think tank* internazionale con sede in Svizzera che si occupa di approfondire i temi più strategici e rilevanti per il mondo assicurativo, e che ha pubblicato uno studio dettagliato in cui fa il punto della situazione individuando alcuni prerequisiti necessari allo sviluppo di un mercato sostenibile per le cyber insurance.

I casi di violazione di dati, attacchi informatici e virus sono sempre più frequenti, come mostrano i numerosi episodi accompagnati da una grande eco mediatica. Uno dei più recenti ha visto come vittima la *British Airways*, il cui sito è stato infiltrato nelle ultime settimane da ignoti hacker che hanno carpito dati e coordinate delle carte di credito di 380mila passeggeri. I pirati informatici si sono impossessati dei dati personali e finanziari dei clienti che hanno prenotato online voli della compagnia britannica fra la sera del 21 agosto e mercoledì 5 settembre di quest'anno. L'episodio, rivelato dal Times e da altri giornali britannici, è stato confermato dalla compagnia aerea, il cui ceo, Alex Cruz, si è scusato con l'utenza definendo l'accaduto "un sofisticato e maligno attacco cyber criminale".

(continua a pag. 2)

(continua da pag. 1)

## TRE REQUISITI CHIAVE

Gli assicuratori si trovano quindi a dover tenere il passo con la pressione di una crescente domanda di polizze cyber, frutto di una maggior consapevolezza del rischio. Una situazione sfidante, perché "la crescita sostenibile del mercato delle cyber insurance non dovrebbe essere data per scontata", sottolinea nel report, che è stato coordinato da Daniel M. Hofmann, senior advisor insurance economics di Geneva Association. Lo studio identifica tre prerequisiti necessari per garantire la sostenibilità di questo business. Primo: clienti e assicuratori devono facilitare la resilienza informatica alla base del rischio. Secondo: gli assicuratori devono ottenere un rendimento accettabile sul capitale. Terzo: il settore assicurativo deve essere in grado di resistere a eventuali shock importanti.

## LA SFIDA DELLA SCARSITÀ DI DATI

Secondo il report gli assicuratori hanno avuto un ruolo attivo nell'aiutare le aziende a essere resilienti. Ma oltre che a limitare le perdite assicurate, l'attenzione al miglioramento della resilienza dovrà avvenire sempre un più sotto il profilo socioeconomico. "Per valutare meglio le esposizioni future e lo sviluppo del costo dei sinistri – si legge nel report – i principali underwriter stanno operando con approcci proattivi, attingendo a una serie di processi interni e input esterni". Alcuni professionisti iniziano a parlare di "zone di confinamento" per analizzare sistemi complessi e costantemente in evoluzione nel mondo delle imprese. "La scarsità di dati, di cui si parla spesso, è una sfida evidente, ma stanno emergendo tentativi innovativi di aggirare i limiti dei pochi dati a disposizione": il report cita alcune tecniche avanzate (ad esempio il machine learning o il modello gerarchico bayesiano) che possono consentire un miglioramento della misurazione e della comprensione dei nuovi rischi tecnologici. Per quanto riguarda i progressi specifici, vengono citate le valutazioni granulari dell'interconnettività intra-cloud così come la valutazione di scenari stocastici sempre più dettagliati per affrontare le sfide relative ai malware e all'eccessiva dipendenza da un particolare hardware o software (la cosiddetta dipendenza monoculturale).

## LIVELLI DI CAPITALE SUFFICIENTI

Secondo il report, i progressi nei modelli di accumulo di rischio osservati finora sono in grado di supportare una maggiore comprensione dell'interconnettività dei rischi, sia su larga scala, sia all'interno di un segmento specifico, e questo permette di migliorare la capacità degli underwriter di assumere il rischio. Secondo Geneva Association, il cauto ottimismo relativo alle capacità di crescita di questo mercato è sottolineato anche dai livelli di capitale che al momento sono sufficienti per supportare la sottoscrizione di rischi cyber in linea con i limiti stabiliti dagli assicuratori. Inoltre, sebbene ci siano ancora dubbi di definizioni e attribuzione, lo studio segnala anche la disponibilità del settore pubblico di farsi carico in particolare del rischio di cyber-terrorismo: questo, secondo il think-tank, sarà indubbiamente un passo significativo che spingerà sempre più compagnie assicurative a entrare e rimanere nel mercato delle assicurazioni informatiche.

## ACCUMULO DI RISCHIO: QUATTRO SFIDE CHIAVE

Il rapporto identifica quattro sfide relative all'accumulo di rischi cyber. In primis, il fatto che un singolo evento di grandi dimensioni o una serie di eventi consecutivi rischia di rendere inefficace la copertura cyber. In secondo luogo, assicuratori e riassicuratori (per i quali l'accumulo di rischio può essere più significativo rispetto agli assicuratori primari) potrebbero sottostimare un'esposizione cyber non affermativa, portando a uno shock imprevisto causato da un evento importante. La terza sfida rilevata riguarda i dati, che spesso sono di qualità insufficiente, incompleti e /o privi della coerenza necessaria alle più avanzate tecniche di modellazione. L'ultimo aspetto riguarda i governi, che ancora non riescono a fornire un framework proporzionato necessario alla condivisione delle perdite su vasta scala derivanti dal rischio terrorismo.

## LA PROPOSTA DI UNA CONVENZIONE DIGITAL

Il think tank propone ai governi l'idea di considerare la firma di un Digital Geneva Convention riguardante l'uso delle armi cyber da parte dei governi. Quanto alle compagnie, "nelle aree di sottoscrizione e modellazione del rischio – avverte il report – gli assicuratori dovrebbero ridurre l'opacità standardizzando la definizione degli eventi e le terminologie informatiche". Inoltre, assicuratori e Autorità dovrebbero lavorare insieme nella condivisione dei dati e delle informazioni, "il che va oltre la semplice segnalazione e notifica a senso unico". E in collaborazione con l'industria, le autorità dovrebbero lavorare verso la definizione di un framework internazionale appropriato, "per consentire lo sviluppo e la manutenzione di database standardizzati riguardanti gli incidenti informatici, simili ai database sviluppati per le catastrofi naturali".



## Il pensiero critico passa dalle emozioni

**Tra le dieci top skills considerate più utili è entrato per la prima volta il "critical thinking", una capacità di discernimento logico che va allenata per non incorrere nel rischio di farsi influenzare o, al contrario, di essere vittime dei propri pregiudizi**

Produrre risultati in un mondo che va di corsa, con repentini cambiamenti di rotta, pressioni continue, tsunami di informazioni e comunicazione in tempo reale, richiede nervi d'acciaio, razionalità e, soprattutto, pensiero critico. Saper distinguere il vero dal falso, non farsi influenzare da fake news e manipolazioni, pur mantenendo apertura e flessibilità, è una competenza fondamentale per poter prendere decisioni efficaci, agire con coerenza, gestire il cambiamento. Non a caso il World Economic Forum indica il pensiero critico tra le 10 competenze indispensabili per affrontare il mondo del lavoro nel 2020, introducendo anche, fra queste, l'*intelligenza emotiva* (new entry).

Che nesso c'è fra le due competenze? Per molti il pensiero critico è puramente logico-razionale: "è un tipo di pensiero che si propone di raggiungere un giudizio attraverso processi mentali di discernimento, analisi, valutazione, inferenza, non disgiunti da spiegazioni delle considerazioni sulle quali si fonda quel giudizio".

Nella realtà lavorativa, perché il pensiero critico non sia un mero esercizio di stile, ma consenta di cogliere opportunità, prendere decisioni rapide, individuare soluzioni sostenibili e metterle a terra, serve una marcia in più: la gestione delle emozioni. In particolare, la componente emotiva è un fattore determinante per superare i due grandi ostacoli del pensiero critico: *influenzabilità* e *pregiudizio*.

### L'ostacolo dell'influenzabilità

Prendiamo l'esempio di Tali Sharot, che da anni studia in che modo motivazione ed emozioni determinano le nostre attese per il futuro, le decisioni, i ricordi, la capacità di apprendimento. Nel suo libro *The influential mind* racconta come lei stessa abbia avuto una reazione immediata e viscerale di panico davanti a una colorita affermazione anti-vaccini di Donald Trump, pur conoscendo a fondo la letteratura scientifica ed essendo razionalmente convinta, con tanto di dati, che vaccinazioni e autismo non siano correlati. All'epoca era madre di due bambini, di due anni e mezzo e di sette settimane: le parole di Trump sono andate dritte al suo umanissimo bisogno di controllo, inducendo un'emozione, la paura, che ci rende influenzabili e paralizza i nostri processi mentali. Da neuroscienziata, sorpresa dalla sua reazione, si è fermata a osservare la sua emozione, ha compreso i meccanismi che avevano preso in ostaggio il suo cervello e si è data lo spazio della scelta.

### Top 10 skills

#### in 2020

1. Complex Problem Solving
2. Critical Thinking
3. Creativity
4. People Management
5. Coordinating with Others
6. Emotional Intelligence
7. Judgment and Decision Making
8. Service Orientation
9. Negotiation
10. Cognitive Flexibility

#### in 2015

1. Complex Problem Solving
2. Coordinating with Others
3. People Management
4. Critical Thinking
5. Negotiation
6. Quality Control
7. Service Orientation
8. Judgment and Decision Making
9. Active Listening
10. Creativity



Source: Future of Jobs Report, World Economic Forum

Sappiamo fare altrettanto? Conosciamo i nostri schemi? Diamo un nome alle nostre emozioni quando riceviamo notizie allarmanti o richieste inattese? Come affrontiamo le sfide di un mercato sempre più mutevole e imprevedibile? Ci prendiamo lo spazio per *scegliere*, anziché *reagire*? Tutto questo passa per la consapevolezza emotiva, che va costantemente allenata, anche nel contesto lavorativo dove spesso, indossando la corazza del ruolo e della professionalità, tendiamo a lasciare le emozioni fuori dalla porta.

### Pregiudizio è non dubitare

È l'opposto dell'influenzabilità, ma portato all'estremo è altrettanto dannoso per il pensiero critico. Rimanere ancorati alle proprie certezze, non dubitare delle proprie convinzioni, essere sicuri di avere ragione sempre e comunque sono modalità che ci rendono credibili e autorevoli, finché non commettiamo errori. Il rischio è l'autoreferenzialità, che ci rassicura ma ci limita, precludendoci la possibilità di cogliere opportunità, considerare prospettive diverse, innovare e gestire il cambiamento anziché subirlo.

(continua a pag. 4)

(continua da pag. 3)

Siamo sempre consapevoli dei nostri pregiudizi e dei loro effetti sulla nostra efficacia professionale? Sappiamo vedere l'opportunità nel cambiamento, o vediamo solo la fatica e la difficoltà? Sappiamo fare i nostri nuovi strumenti di lavoro, o ci arrocciamo nel *si è sempre fatto così*?

## Il valore dell'empatia

Ancora una volta ci viene in aiuto l'intelligenza emotiva e, in particolare, l'empatia, intesa non semplicemente *come mettersi nei panni degli altri*, ma come *la capacità di vedere le cose dalla prospettiva di un'altra persona, sia dal punto di vista cognitivo che emotivo*. In altre parole, essere empatici significa immaginare e comprendere le convinzioni e opinioni dell'altro, sentire le sue emozioni, comprendere e percepire la realtà attraverso i suoi occhi. Per poi tornare a se stessi, alle proprie emozioni e scegliere, considerando costi e benefici per sé e per l'altro.

Secondo uno studio dell'Università di Cordova, l'empatia influenza indirettamente la nostra tendenza all'apertura al nuovo o alla chiusura mentale del pregiudizio: una persona con un basso livello di empatia tenderà ad assumere più facilmente atteggiamenti autoritari e ad avere pregiudizi. Un alto livello di empatia, davanti al nuovo o alla diversità, induce alla curiosità, che è uno stato emotivo scevro da pregiudizi.

Sfatiamo un diffuso pregiudizio sull'empatia: non è una competenza solo innata, non è appannaggio del genere femminile, non è indice di debolezza o scarsa autorevolezza. È in realtà, una componente fondante della leadership emotiva, quella che fa accadere le cose portando a bordo le persone. Anche questa è una competenza che si può e si deve apprendere e allenare, con metodo e sistematicità.

**Mariella Bisaccia,**  
coordinatrice del Master  
Life Skills di Cineas

## COMPAGNIE

# Generali punta sul mercato IoT

**Nasce Jeniot, con l'obiettivo di offrire  
nuovi servizi per semplificare la vita dei clienti**

Mobilità urbana, *smart home* e lavoro connesso. Generali scommette sullo sviluppo dell'internet delle cose. Il motore di questa espansione nell'IoT sarà Generali Jeniot, una nuova società fondata da Generali Italia e dedicata allo sviluppo di servizi innovativi, nell'ambito della *connected insurance*, legati alla mobilità urbana, alla casa intelligente, alla salute e al mondo del lavoro connesso. Generali Jeniot offrirà soluzioni tecnologiche, che vanno dall'auto connessa e geolocalizzata, agli assistenti virtuali per la casa intelligente, ai dispositivi digitali (*wearable*) per il benessere personale, fino ai sensori che aiutano a prevenire gli incidenti sul luogo di lavoro. La guida della nuova società è affidata all'amministratore delegato Francesco Bardelli e sarà presieduta da Cristina Rustignoli. Marco Sesana, country manager Italy & Global business lines di Generali e ceo di Generali Italia, ha spiegato che la compagnia punta a raggiungere i due milioni di clienti connessi entro il 2020. All'interno di Generali Jeniot confluirà anche il centro di innovazione e sperimentazione di Generali Car, che presiederà la frontiera dell'innovazione tecnologica e di servizio attraverso iniziative di ricerca e sviluppo, prototipazione, collaborazione con aziende, istituti di ricerca e università e startup. Per Sesana, Generali Jeniot "accelererà lo sviluppo di servizi di prevenzione innovativi e a valore aggiunto per famiglie e imprese, per semplificare e migliorare la vita dei clienti in ogni fase della quotidianità".



Marco Sesana, ceo di Generali Italia

A.G.P.

## 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)

Supplemento al 20 settembre di [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it) – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577

Convegno

11 OTTOBRE 2018

MILANO

| 9.00 - 17.00

| Palazzo delle Stelline, Corso Magenta, 61

## INTERMEDIARI, PRONTI ALLA SVOLTA?

**Chairman Maria Rosa Alaggio**

*Direttore di Insurance Review e Insurance Trade*

09.00 - 09.30 – Registrazione

09.30 - 09.50 – **Vendere nell'era dell'idd**

Presentazione dell'Osservatorio sulla distribuzione assicurativa  
*Giorgio Lolli, manager mercato finanza di Scs Consulting*

09.50 - 10.10 – **Scenario normativo e opportunità per gli intermediari**

*Jean-François Mossino, presidente della commissione agenti Bipar*  
*Antonia Boccadoro, segretario generale di Aiba*

10.10 - 10.30 – **L'insurtech come supporto alla vendita**

*Paolo Meciani, manager director di Bime Consulting*  
*Alberto Baccari, ceo di Namu*

10.30 - 10.50 – **Il servizio come valore per intermediari e cliente**

*Intervento a cura di Stefano Sala, amministratore delegato del gruppo per*

10.50 - 11.10 – **Tra rischi, sanzioni e nuovo business: così cambiano i comportamenti degli intermediari**

*Lorenzo Sapigni, direttore generale per l'Italia di Cgpa Europe rappresentanza generale per l'Italia*

11.10 - 11.30 – Coffee break

11.30 - 13.00 – **TAVOLA ROTONDA: Intermediari e compagnie a una svolta nella relazione con il mercato**

*Stella Aiello, presidente della Commissione Distribuzione di Ania*  
*Maria Luisa Cavina, responsabile servizi intermediari di Ivass*  
*Vincenzo Cirasola, presidente di Anapa Rete ImpresAgenzia*  
*Luca Franzì De Luca, presidente di Aiba*  
*Claudio Demozzi, presidente di Sna*  
*Vittorio Verdone, direttore affari istituzionali del gruppo Unipol*  
*e responsabile gestione normativa reti distributive di UnipolSai*  
*Luigi Viganotti, presidente di Acb*

13.00 - 14.00 – Pranzo

14.00 - 14.20 – **Presentazione del progetto di formazione per gli intermediari**

*Sergio Sorgi, vice presidente di Progetica*

14.20 - 14.40 – **Automotive e intelligenza artificiale rivoluzionano il settore assicurativo**

*Marco Lovisetto, general manager di Doctor Glass*

14.40 - 15.10 – **L'importanza della gestione della rete secondaria**

Presentazione dei risultati del sondaggio di Scs Consulting su subagenzie  
*Roberto Arena, vice presidente di Anapa Rete ImpresAgenzia*  
*Dario Piana, presidente del comitato gruppi aziendali di Sna e presidente del Gama*  
*Sebastiano Spada, presidente di Ulias*

15.10 - 15.30 – **Strumenti di business solution per le agenzie**

*Andrea Scarabelli, ceo di First Point*

15.30 - 17.00 – **TAVOLA ROTONDA: Prodotto assicurativo, un gioco di squadra tra compagnie e intermediari**

*Alberto Bambi, responsabile canale agenti di Das*  
*Fabrizio Chiodini, presidente di Ius Associati (intermediari UnipolSai Associati)*  
*Enea Dallaglio, ad di Innovation Team, gruppo Mbs Consulting*  
*Umberto D'Andrea, presidente dell'Associazione Agenti Allianz*  
*Marco Lamola, direttore distribuzione e marketing del gruppo Cattolica*  
*Dario Mannocci, presidente del Gruppo Agenti Itas Assicurazioni (Gaia)*  
*Stefano Passerini, presidente del Gruppo agenti assicurativi Amissima*  
*Andrea Pollicino, direttore commerciale di Sara Assicurazioni*

Main sponsor:



Official sponsor:



Iscriviti su [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it)  
Scarica il programma completo