

PRIMO PIANO

Axa vende, Generali compra

Axa e Generali si muovono sul mercato delle M&A, ma in direzioni opposte: la prima vende, la seconda compra. È il caso delle ultime due novità uscite tra ieri e oggi: entrambe vedono attive le due compagnie nei Paesi dell'est europeo, un campo sempre molto movimentato per il settore dei rischi.

Oggi, Axa ha comunicato il suo disimpegno dal mercato ucraino. Il gruppo francese ha annunciato di aver concluso un accordo con Fairfax per la vendita di tutte le attività in Ucraina. Secondo i termini dell'accordo, Fairfax acquisirà il 100% della compagnia non vita, cioè Axa Insurance, che a sua volta è una joint venture al 50% tra Axa e Uksibbank, e di quella vita (Axa Insurance Life).

Ieri, Generali ha invece rafforzato la sua presenza in Polonia, attraverso un accordo con il gruppo tedesco Union Asset Management per l'acquisizione del 100% della società polacca di gestione di risparmi, Union Investments Tfi. La transazione, soggetta come sempre all'approvazione delle autorità regolamentari, permetterà al Leone di Trieste di acquisire masse e clienti: Union Investments Tfi è il sesto operatore di asset management in Polonia, con 3,3 miliardi di euro di asset gestiti, circa 135 mila investitori retail e 550 istituzionali.

Fabrizio Aurilia

INNOVAZIONE

Digital transformation: il ruolo imprescindibile del board

Per le compagnie mettere in atto una trasformazione digitale che crei valore è una grande sfida. In quest'ottica non è trascurabile il ruolo del cda aziendale. L'incertezza, i rischi e la novità che si affrontano lungo il percorso richiedono a quest'organo un nuovo e più proattivo atteggiamento

La responsabilità di gestire l'innovazione per rafforzare e trasformare il business è naturalmente del senior management della compagnia, ma anche il suo board ha un ruolo di indubbia importanza. Oggi innovare richiede di attraversare campi non noti, dove mancano spesso chiare risposte. È necessaria quindi una gestione dell'innovazione condivisa con i principali organi di governo e indirizzo societari; serve una gestione più proattiva e lungimirante, in grado di garantire anche un efficace e pieno coinvolgimento del board.

Un'ottimale governance dell'innovazione, con un approccio complessivo alla guida, alla promozione e al sostegno dell'innovazione, è sempre più un crescente imperativo della gestione aziendale. Da un lato i membri del board necessitano di una migliore conoscenza dell'ambiente tecnologico, del suo potenziale impatto sulle differenti aree della compagnia e della sua catena del valore, e quindi di come il digitale può minare le strategie esistenti e stimolare l'opportunità di disegnarne delle nuove. Essi hanno bisogno anche di modi più rapidi e più efficaci per coinvolgere l'organizzazione, per operare come organo di governo, e per meglio capire quali sono i profili ideali di executives per aver successo nel mondo digitale. Dall'altro lato, il top management ha bisogno che i membri del board fungano da forti *sparring partner* digitali quando affrontano complessi temi strategici: investimenti in iniziative sperimentali, l'entrata o meno in nuovi mercati tramite il digital o la valutazione del rischio legato a nuovi business.



LE SFIDE PER I MEMBRI DEL BOARD

Molti componenti dei cda si sentono sopraffatti dalla pervasività e rapidità del cambiamento della tecnologia, dal dover affrontare rischi emergenti e potenziali nuovi concorrenti; In quest'ottica è significativo un sondaggio di Korn Ferry che ha rilevato che il 74% dei consiglieri di amministrazione ritiene che i social media avranno un impatto significativo sulla propria attività nei prossimi 3-5 anni, tuttavia l'80% delle aziende intervistate non ha competenze digitali nel board. (continua a pag. 2)

INSURANCE
CONNECT
È SU YOU TUBE

Segui il nostro canale

Insurance
Connect

You
Tube

(continua da pag. 1)

I membri del board faticano ad avere un ruolo di leadership e di efficace supervisione sulla strategia digitale dell'azienda. Temi non sempre sufficientemente sviscerati con il management sono i rischi legati all'innovazione dell'azienda, la definizione di specifici obiettivi di innovazione. Anche il management dovrebbe riferire al board con maggiore frequenza sulle attività e sugli effettivi risultati dell'innovazione. I board riconoscono anche il valore di avere il tema dell'innovazione come un abituale punto all'ordine del giorno dei propri incontri, e rivedere e discutere regolarmente la strategia di innovazione dell'azienda con il ceo.

L'OBIETTIVO COMUNE DELL'INNOVAZIONE

Un'altra esigenza è la condivisione dell'approccio all'innovazione tra board e senior management. Ad esempio, un aspetto sul quale è necessario un approccio condiviso è l'eventuale adozione del *meglio un rapido ma economico fallimento...* decidere se adottare dei cicli di innovazione particolarmente rapidi con la predisposizione di chiudere in tempi brevi le iniziative che non sono in grado di soddisfare le aspettative. Si tratta di un approccio in contrapposizione a quello tradizionale, dove i progetti hanno durata e costi elevati e si fa di tutto pur di non abbandonarli (su questo tema sorge una provocatoria considerazione: è possibile che delle compagnie dichiarino un ampio portafoglio di iniziative di innovazione, tutte di successo? Se le iniziative sono tutte di successo forse non sono poi tutte così innovative ... oppure serve riflettere su cosa si intende per avere successo: implementarla o ottenere significativi benefici in termini di profitto e posizionamento strategico?) Per il board è anche una sfida selezionare senior manager efficaci nelle attuali e future trasformazioni digitali, trovando profili in un'offerta di manager che oggi tende a essere polarizzata, da un lato, verso una consolidata conoscenza del mondo assicurativo tradizionale e, dall'altro, verso una forte competenza ed esperienza del mondo digitale.

ESSERE EFFICACI NELLE TRASFORMAZIONI DIGITALI

Non è possibile definire una ricetta univoca per tutte le realtà, alcuni tratti salienti delle attività richieste ai board per supportare l'innovazione digitale possono comunque essere delineate.

Elevata frequenza di interazione. Impegnarsi più frequentemente e in profondità sulla strategia e sui rischi. Le discussioni strategiche odierne con gli executive richiedono un ritmo più frequente del passato.

(continua a pag. 3)



**2° CONGRESSO
ORDINARIO NAZIONALE**

EVOLUTION

ROMA 14 Novembre 2018

**CLICCA QUI PER
SCARICARE IL PROGRAMMA**

**CLICCA QUI
PER REGISTRARTI**

**Iscrizione gratuita
e aperta a tutti gli Agenti
anche se non iscritti
ad Anapa Rete ImpresAgenzia**



(continua da pag. 2)

Sul tema dell'attuale innovazione incontrarsi una o due volte l'anno per rivedere la strategia non è più sufficiente. Verifiche regolari sono necessarie anche per aiutare gli executive a gestire la tensione e le pressioni per il raggiungimento dei risultati a breve termine e l'esigenza di lungo termine di lanciare iniziative e trasformazioni digitali costose e non esenti da rischi.

Affiancare gli executive. Alcuni membri del board possono collaborare da vicino con gli executive su specifici temi sui quali hanno affinità di esperienze e di interessi aziendali. Sulla base di esperienze, competenze e anche di naturale affinità si possono sviluppare efficaci confronti e approfondimenti che danno valore all'impresa nel suo complesso, e avvicinano con mutuo beneficio executive e membri del board.

Selezione senior executive. Se un candidato promettente non ha un profilo completo per ricoprire un incarico di amministratore o non soddisfa tutti i requisiti del consiglio, a questo candidato può essere offerto un ruolo di advisor al board, per fornire al consiglio un prezioso accesso a competenze specialistiche.

Ospitare interventi. Ospitare interventi di esperti o leader, anche di altri settori industriali, è un modo per porre delle basi di conoscenza condivisa e di attivare un dialogo internamente al board e agli executive. Oltre a opportunità e rischi, il board ha l'occasione di confrontarsi su quanta ambizione riporre nella trasformazione digitale.

Paolo Meciani,
fondatore di Bime Consulting,
coordinatore Insurtech presso AssoFintech



29 NOVEMBRE 2018

SOLUZIONI PER LA CRESCITA PROFITTEVOLE

MILANO

The Westin Palace, Piazza della Repubblica, 20 ••••• 9.00 - 13.10

[Iscriviti cliccando qui](#)

[Scarica il programma](#)

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

Supplemento al 23 ottobre di www.insurancetrade.it – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577

Convegno

8 NOVEMBRE 2018

MILANO | 9.00 - 17.00

| Palazzo delle Stelline, Corso Magenta, 61

RC AUTO, PERSONALIZZAZIONE E MUTUALITÀ

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

09.00 - 09.30 – Registrazione

09.30 - 09.50 – **Evoluzione del mercato auto e impatti sul settore assicurativo**
Marco Lanzoni, responsabile mercato Finance di Scs Consulting

09.50 - 10.10 – **Trasparenza, una priorità verso i consumatori**
Antonio De Pascalis, capo del servizio studi e gestione dati di Ivass

10.10 - 10.30 – **La sfida della mobilità del futuro**
Francesco Leali, coordinator progetto Masa (automotive smart area), Università Modena e Reggio Emilia

10.30 - 10.50 – **L'Rc auto del futuro**
Giacomo Lovati, amministratore delegato di Alfa Evolution Technology, di Pronto Assistance Servizi, di Linear Assicurazioni e direttore insurance e telematic services di UnipolSai

10.50 - 11.10 – **Efficienza e innovazione nella gestione dei sinistri: l'impiego delle reti neurali**
Alessandra Girardo, ceo di Kubris, centro di innovazione di Kirey Group

11.10 - 11.30 – Coffee break

11.30 - 11.50 – **Regolamentazione, cosa resta da fare?**
Umberto Guidoni, responsabile servizio Auto di Ania

11.50 - 12.20 – **Le compagnie tra innovazione e ricerca di rigore tecnico**
*Daniela DiAgostino, responsabile prodotti e tariffe auto di UnipolSai
Maurizio Hazan, studio legale Taurini & Hazan
Roberto Serena, responsabile flotte auto di Generali Italia*

12.20 - 12.40 – **Come la telematica aumenta la sicurezza sulle strade e migliora i processi delle compagnie**
Massimo Braga, vice direttore generale di Lojack

12.40 - 13.00 – Q&A

13.00 - 14.00 – Pranzo

14.00 - 14.20 – **Problematiche e opportunità del car sharing e della mobilità condivisa**
*Giuseppe Benincasa, segretario generale di Aniasa
Paola Corna Pellegrini, amministratore delegato e direttore generale di Allianz Partners in Italia*

14.20 - 14.40 – **Sicurezza per le auto intelligenti**
Michele Latronico, sales area manager di Glassdrive

14.40 - 15.00 – **I rischi della black box**
Umberto Rapetto, Generale (R) della Guardia di Finanza – cyber security advisor

15.00 - 15.20 – **Gestione sinistri: il servizio come valore competitivo**
a cura di Sogesa

15.20 - 15.40 – **Antifrode: l'importanza dei protocolli con le procure**
*Carlo Caponcello, avvocato generale presso la Procura Generale di Catania
Luigi Tambone, studio legale Tambone
Massimo Treffiletti, dirigente responsabile servizio Card accordi associativi antifrode di Ania*

15.40 - 16.00 – **Così cambia il contrasto alle frodi**
*Luca De Lorenzo, responsabile antifrode di Amissima Assicurazioni
Lorenzo Fiori, responsabile antifrode aree speciali di Reale Group
Gaetano Occorsio, direttore sinistri di Sara Assicurazioni*

16.00 - 17.00 – **TAVOLA ROTONDA: Operatività e qualità nella gestione dei sinistri**
*Introduzione - Massimo Treffiletti, dirigente responsabile servizio Card accordi associativi antifrode di Ania
Nicola Bajona, head of express & direct claims di Zurich Italia
Luigi Barcarolo, direttore insurance analytics and business architecture del gruppo Cattolica
Barbara Buralli, direttore sinistri di Intesa Sanpaolo Assicura
Ferdinando Scoa, direttore sinistri di Assimoco
Dario Vullo, direttore sinistri di Verti*

17.00 – Chiusura lavori

Main sponsor:

GLASSDRIVE
UNIPOLSAI



kubris
KIREY GROUP

Lo/Jack

SCS
CONSULTING

Sogesa
SMART CLAIMS MANAGEMENT

Official sponsor:

AFI · ESCA
ASSICURAZIONE

AON
Empower Results®

ITALCLAIM

KUBE
PARTNERS

msa
multi serass

SA

Solepa Italia

Light sponsor:

RGI

Iscriviti su www.insurancetrade.it
Scarica il programma completo



Osservatorio Europeo Intermediari Assicurativi

Edizione 2018

Formazione: i percorsi per far crescere il business

Milano, 25 ottobre 2018 - Palazzo Parigi

PROGRAMMA

15:30 - 16:00

Registrazione ospiti

16:00 - 16:10

Apertura lavori

Dott. Lorenzo Sapigni, Rappresentante Generale per l'Italia di CGPA Europe

16:10 - 16:40

Presentazione dell'Osservatorio Europeo degli Intermediari Assicurativi

Dott. Massimo Michaud, Amministratore Delegato di Kinetica S.r.l.

16:40 - 17:10

"L'innovazione nel sapere come volano all'imprenditorialità:

la formazione agli intermediari assicurativi anche alla luce delle nuove disposizioni Ivass"

Prof. Patrizia Contaldo, Università "L. Bocconi", Head of Observatory on Insurance Market del Centro Studi "Baffi-Carefin"

17:10 - 18:30

Tavola rotonda:

"Fare crescere il business gestendo i rischi. A quali condizioni?"

Moderatore

Dott.ssa Maria Rosa Alaggio, Direttore di Insurance Trade

Luca Franzi de Luca, Presidente Aiba

Luigi Viganotti, Presidente Acb

Paola Minini, Presidente Gruppo Agenti Fondiaria

Antonio Canu, Presidente Gruppo Agenti Lloyd Italico - Generali Italia

Massimo Uncini, Presidente Gruppo Agenti Italiana

18:30 - 19:00

Question Time e chiusura lavori