

## PRIMO PIANO

### Intesa Sanpaolo entra in Yolo

Intesa Sanpaolo scommette sull'insurtech ed entra nel capitale di Yolo, il primo gruppo italiano di servizi e d'intermediazione assicurativa digitale, fondato da Simone Ranucci Brandimarte e Gianluca De Cobelli nel 2017. L'operazione è stata realizzata attraverso Neva Finventures, il corporate venture capital che fa capo a Intesa Sanpaolo Innovation Center che investe in società fintech e in startup che intendono entrare in nuovi mercati e settori chiave quali la circular economy e data-driven economy. Neva Finventures ha guidato in qualità di lead investor il round da cinque milioni di euro, insieme a Barcamper Ventures (Primomiglio Sgr), e ha nominato Alessia Truini, responsabile protezione di Intesa Sanpaolo Assicura, quale rappresentante del gruppo nel consiglio di amministrazione di Yolo. Gli altri investitori che hanno partecipato al round sono la compagnia Net Insurance e Miro Ventures.

La nuova tornata di investimenti fa seguito alle due precedenti realizzate nel 2017 e nel 2018, che hanno raccolto complessivamente quasi due milioni di euro. Grazie ai fondi ottenuti, spiega una nota di Yolo, "la società potrà accelerare lo sviluppo tecnologico della piattaforma insurtech, consolidare la leadership sul mercato italiano e avviare il piano di sviluppo internazionale, oltre a potenziali operazioni di M&A".

Beniamino Musto

## EVENTI

### Un futuro alla pari

Da Expo 2015 a Matera 2019, in cammino verso Parma e Trieste nel 2020. I lavori degli Stati generali delle donne proseguono intensamente per consentire il superamento di tutte le barriere che ostacolano l'affermazione sociale del genere femminile. Per questo, con due documenti, ci si appella alla politica, per responsabilizzare i futuri rappresentanti nel Parlamento Europeo e nei consigli regionali

La lotta contro le discriminazioni di genere in Italia è un percorso che appare ancora lungo e pieno di ostacoli. Non è un caso se in occasione degli Stati Generali delle donne, che si sono svolti a Matera il 24 e 25 gennaio, la coordinatrice nazionale **Isa Maggi** ha ricordato che "l'Italia non è ancora un Paese per donne". Il sogno di uno Stato inclusivo passa per un impegno a 360 gradi, a partire da sforzi economici e politici, e per strumenti di sensibilizzazione sociale contro la violenza sulle donne. "Non servono protocolli di intesa ma piani di azione", ha detto **Raffaello De Ruggieri**, sindaco della capitale europea della cultura 2019, che ha sottolineato la storia della città "donna perché Mater, generatrice di una civiltà che vive da ottomila anni, e come tutte le donne ha lottato e lotta per

raggiungere il riconoscimento del suo diritto al rispetto e all'uguaglianza che per anni le è stato negato". Il territorio lucano appare fecondo per la promozione delle politiche di genere. "L'art. 6 del nuovo statuto della regione Basilicata è un vero e proprio manifesto della parità di genere", ha detto **Maria Anna Fanelli**, coordinatrice regionale degli Stati generali delle donne, che puntano sull'empowerment femminile e gender mainstreaming come opportunità per lo sviluppo globale. Un percorso che ha visto nell'Expo di Milano una tappa fondamentale, e che ora punta direttamente a Parma e Trieste, che nel 2020 saranno rispettivamente capitale italiana per la cultura e capitale europea della scienza. Molto apprezzata è stata la presenza di **Maria Edera Spadoni**, vicepresidente della Camera, che ha ricordato l'impegno di questa legislatura per la difesa delle donne, della famiglia e della maternità.

(continua a pag. 2)



**INSURANCE CONNECT È SU TWITTER**

Seguici cliccando qui



(continua da pag. 1)

## L'ALTRA METÀ DEL PIL

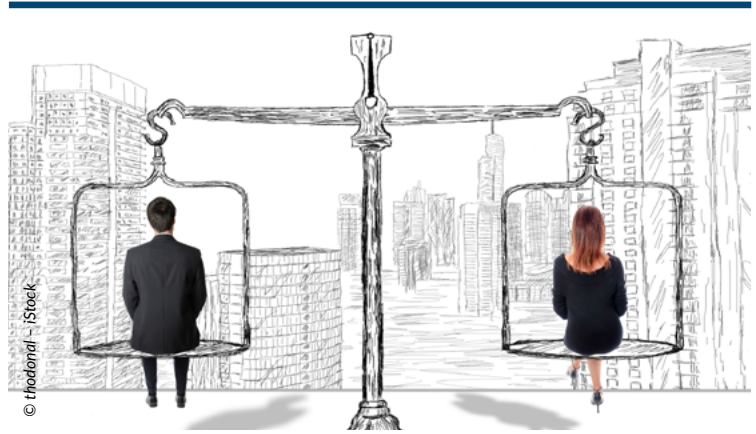
Timidi segnali positivi vengono dal mondo imprenditoriale. Occorre prendere coscienza che il lavoro delle donne non è solo una questione di diritti, ma incide direttamente sul sistema economico italiano. È quello che Isa Maggi chiama "l'altra metà del Pil". Per la coordinatrice nazionale, le donne hanno resistito alla crisi. I dati elaborati dall'Osservatorio per l'imprenditorialità femminile di **Unioncamere** e **InfoCamere**, diffusi a marzo 2018, lo confermano: a fine 2017, le imprese femminili iscritte al registro delle Camere di commercio sono quasi 10mila in più rispetto all'anno precedente, quasi 30mila in più rispetto al 2014. Nonostante questo aumento costante, l'esercito di oltre un milione e 331mila attività produttive a conduzione femminile rappresenta ancora oggi solo il 21,86% del totale delle imprese, con un incremento di 0,10 punti percentuali rispetto all'anno precedente. "Dobbiamo entrare nell'economia, perché altrimenti non riusciremo a cambiare le cose", è l'invito rivolto a tutte le partecipanti. Per questo, gli Stati generali delle donne scommettono sulle potenzialità che possono essere offerte dall'internazionalizzazione e dalla creazione di reti di imprese femminili.

## LA PIAGA DELLA VIOLENZA SULLE DONNE

La panchina rossa è diventato un modo per sensibilizzare verso il femminicidio e la violenza maschile sulle donne. Una iniziativa che ha superato i confini nazionali, con panchine rosse presenti anche a Buenos Aires e Sydney. In tutto il mondo il femminicidio è una vera emergenza sociale. L'impegno per il sostegno alle case rifugio non può essere considerato la soluzione per tutti i problemi. Infatti, dagli Stati generali delle donne è emerso come anche la casa rifugio rappresenti "una violenza", perché la donna viene sradicata dal suo tessuto sociale e costretta a vivere a decine di chilometri di distanza. Per questo è nata l'iniziativa **Viva Bistrot**, un progetto imprenditoriale che nasce dalla cooperazione di donne che hanno subito violenza. Si tratta di locali gastronomici che sono fondati e gestiti da donne che hanno subito violenza, accompagnate da persone che prestano servizio volontariamente per il sostegno delle attività. Da questo punto di vista, gli Stati generali delle donne hanno preso l'impegno di favorire la costruzione di un franchising per diffondere questa iniziativa di tutto il territorio nazionale.

## EUROPA E REGIONI, LE DONNE CHIEDONO COMPETENZE DIGITALI

Le imminenti elezioni europee e regionali hanno spinto gli Stati generali delle donne a elaborare due documenti che faranno da bussola per i futuri rappresentanti nelle istituzioni. Il manifesto *L'Europa che verrà* chiede alle istituzioni europee di risolvere il dramma delle disoccupazione femminile e giovanile, soprattutto attraverso politiche di difesa del territorio, della salute, di istruzione, formazione e ricerca. C'è inoltre l'invito a istituire un reddito di base garantito per tutti i Paesi membri. Un'Europa che, sull'esempio di Matera2019, guardi a Sud e verso il Mediterraneo, valorizzando la cultura come "dimensione strutturante dello sviluppo". A tal fine, le donne chiedono investimenti nelle competenze digitali e la promozione di una rappresentazione equilibrata di genere nei processi decisionali pubblici e aziendali per incoraggi. Quanto alle Regioni, è stato presentato il *Patto per le donne*. Tra i punti centrali, la richiesta di colmare il divario tra le competenze richieste dalle imprese e quelle in possesso dalla giovani donne che si affacciano sul mercato del lavoro. In particolare, si chiede di sostenere startup femminili attraverso la promozione di competenze digitali e rafforzando la presenza di donne nei percorsi di studio e nelle carriere Ict. Sotto l'aspetto delle politiche di welfare, si punta al riconoscimento del ruolo delle donne nei diversi settori della vita sociale, con politiche familiari che aiutino il genere femminile ad articolare meglio il tempo durante la giornata. Non manca inoltre la richiesta di azioni di sensibilizzazione per sostenere le giovani donne verso un impegno nella vita politica, e interventi mirati per aiutare le donne vittime di violenza, superata la fase dell'emergenza nei centri antiviolenza, promuovendo l'indipendenza economica e lavorativa con misure concrete, quali l'introduzione di sgravi fiscali e contributivi per le assunzioni e la creazione di un Fondo nazionale per le donne vittime di violenza e per le loro famiglie.



## MERCATO

# Non è un Paese per capitalisti

**Un nuovo volume di Beniamino Andrea Piccone, presentato il 24 gennaio a Milano, illustra le difficoltà e gli ostacoli che l'imprenditoria affronta quotidianamente in Italia**

Un popolo di santi, poeti, marchesi e navigatori. Ora anche navigator, per citare una battuta di Maurizio Crozza. E capitalisti? Ecco, quello magari no. O almeno, non più. È la tesi alla base del volume *L'Italia: molti capitali, pochi capitalisti*, scritto da **Beniamino Andrea Piccone** e presentato il 24 gennaio a Milano presso la Società del giardino.

"L'Italia è stata testimone di uno sviluppo economico e sociale che l'ha portata a rivendicare un ruolo di primo piano, non solo economico, negli equilibri mondiali", ha affermato **Guido Roberto Vitale**, presidente di **Vitale&Co**, la società di consulenza che ha pubblicato il volume. Poi però la situazione ha preso una piega diversa, forse inaspettata. L'atmosfera

quell'insieme di investitori istituzionali che magari, se solo ne avessero gli strumenti, potrebbero fare di più per sostenere il tessuto produttivo italiano.

Il problema sta nel riuscire a intercettare questi fondi. E forse qui qualche colpa ce l'ha pure la sfera imprenditoriale. Già, perché nell'epoca della globalizzazione, a conti fatti, piccolo non è più bello. E il capitalismo familiare, ha osservato **Marco Bentivogli**, segretario generale della **Fim Cisl**, "non è sempre un bene: è necessario che il capitalismo alzi il proprio livello". Sulla stessa linea anche **Francesco Giavazzi**, docente all'**Università Luigi Bocconi**, nonché autore della prefazione del volume, il quale ha evidenziato come, anche a seguito dell'ecces-



ra del secondo dopoguerra, che tanto è servita alla crescita imprenditoriale dell'Italia, ha lentamente lasciato il passo alla macchina burocratica, alle lentezze del sistema amministrativo, a consuetudini diventate di intralcio a un cambiamento sempre più necessario. Fino ad arrivare alla situazione attuale, in cui, secondo Vitale, si manifesta il bisogno di "adeguare chiaramente la forma dello Stato, le sue istituzioni e il modello economico all'esigenza di consolidare e promuovere i notevoli risultati raggiunti negli ultimi 150 anni".

### Piccolo non è bello

Il risultato, sotto gli occhi di tutti, è che grandi imprese in Italia non ne nascono più. E quando nascono, quelle rare volte, vivono appena il tempo necessario a finire nelle mani di qualche colosso straniero. Eppure di capitali, in Italia, ce ne sarebbero parecchi. Basti pensare a quei 1.200 miliardi di euro che sonnecchiano nei conti correnti. O ancora, ai fondi pensione, alle casse di previdenza, alle compagnie assicurative, a tutto

siva collusione fra Stato e privati, l'imprenditoria non sia nei fatti riuscita a "passare dalla fase di innovazione a quella di imitazione".

### Un contesto favorevole

Quello che manca, forse, è un contesto favorevole. Ne è convinto **Vittorio Colao**, ex group ceo di **Vodafone**, che ha evidenziato come per fare impresa "ci vuole un mondo attorno". È stato così fino agli anni '60, poi è mancato quel contesto che avrebbe forse consentito di passare da semplici imprenditori a capitalisti. Per farlo, ha aggiunto, serve "uno Stato che faccia scelte coraggiose". A cominciare, ha osservato l'ex magistrato **Manuela Romeo Pasetti**, da un settore strategico come la giustizia. "Attualmente – ha commentato – un processo civile dura media sei anni e mezzo, uno penale più di cinque, e ci sono 3,5 milioni di processi civili ancora pendenti". Di questi, circa un milione ha un valore compreso fra 50mila e 100mila euro. (continua a pag. 4)

(continua da pag. 3)

Chi ha avuto modo di vivere la politica dall'interno, nella sua esperienza da ministra del lavoro, è **Elsa Fornero**. La quale ha ripercorso l'attività svolta nel governo Monti e sottolineato come sia tempo di "andare oltre gli slogan, dimostrando che il capitale e capitalisti non sono contro il popolo, ma con il popolo". L'attuale situazione politica, ha aggiunto, "non sembra guardare di buon'occhio il mondo del capitalismo". Punto evidenziato anche da **Alessandro Spada**, vice presidente vicario di **Assolombarda**, sottolineando come il tema dell'impresa, stretto fra reddito di cittadinanza e quota 100, sia di fatto "assente dal dibattito nazionale".

#### Tempo di cambiamento

Lo scenario delineato non alimenta grandi speranze. Anche perché non è di fiducia che ha bisogno il Paese. Servono nuovi stimoli, ha osservato nelle battute conclusive Piccone, che possano consentire al settore di disegnare un cambiamento ormai necessario. Uno dei punti più rimarcati è quello dell'educazione, elemento essenziale per conoscere il passato e costruire un futuro migliore del presente. È solo attraverso l'educazione, ha spiegato, che sarà possibile superare consuetudini ormai sedimentate come il nanismo imprenditoriale, la scarsa managerializzazione d'impresa, le consuete difficoltà al momento della successione. "Questo libro – ha chiosato – è frutto di 25 anni di letture: confrontarsi con i grandi nomi del passato è la cosa migliore che si possa fare in questo momento".

Giacomo Corvi

## DALLE AZIENDE

# Marketing, la marcia in più dei ceo assicurativi

**Un webinar svela le strategie adottate dai top manager del settore per comunicare il valore reale dei prodotti e dei servizi rivolti al cliente**

Il gioco è cambiato. Start-up agili e assicuratori davvero innovativi hanno dimostrato che il cliente risponde a prodotti e servizi che corrispondono alle loro scelte di stile di vita e ispirano impegno. Se la tua organizzazione ha il coraggio di trasformare l'innovazione in realtà, vi è un'enorme opportunità per proteggere la fidelizzazione futura dei tuoi clienti e attrarne anche di nuovi.

Tuttavia, la vera sfida consiste nel convincere i clienti nuovi ed esistenti del vero valore di queste offerte attraverso delle campagne di marketing e comunicazione efficaci.

**Unisciti al webinar gratuito: fai in modo che i tuoi clienti investano nei tuoi prodotti e servizi assicurativi, organizzato da Marketing True Value, 1° febbraio 2019, alle ore 16.**

**Tapoly, so-sure e Aite Group** discuteranno di come stanno comunicando con i loro mercati di riferimento al fine di convincere i clienti ad acquistare le loro offerte di prodotti.

Parteciperanno:

- **Janthana Kaenprakhamroy**, ceo di **Tapoly**
- **Dylan Bourguignon**, ceo di **so-sure**
- **Greg Donaldson**, senior analyst di **Aite Group**

Questo webinar avrà impatto sul modo in cui comunichi con il tuo mercato di riferimento nel 2019.

- Scopri **a cosa stanno lavorando in questo momento gli assicuratori più importanti** per conquistare i clienti e convincerli a investire in nuovi prodotti e servizi.
- Scopri le principali sfide di **sfondare il muro del silenzio** e coinvolgere i tuoi clienti in modo che rimangano fedeli alla tua organizzazione.
- Distribuisci **campagne di marketing e pubblicità entusiasmanti ed efficaci** che parlano davvero al tuo cliente.

**Registrati per questo webinar e unisciti a noi il 1° febbraio 2019 - ore 16!**

(Info – se ti registri ma non puoi partecipare dal vivo, Insurance Nexus ti invierà le registrazioni).

Speriamo tu possa unirti a Insurance Nexus!

Per ulteriori informazioni, si prega di contattare:

**Graham Proud**

Head of European Project Delivery [Responsabile Consegna Progetti Europei]

**Insurance Nexus**

Tel: +44(0)20 7375 7221

graham.proud@insurancenexus.com

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