

PRIMO PIANO

Cattolica, vince Lucchetta

È Donato Lucchetta il nuovo presidente del gruppo agenti Cattolica. Questo l'esito del congresso straordinario della rappresentanza, che si è svolto il 15 e 16 febbraio presso l'Nh hotel di Assago, alle porte di Milano. Lucchetta si è imposto con 348 voti (57%), su Andrea Battistini, cui sono andate 261 preferenze (43%).

Battistini era stato il vice del precedente presidente della rappresentanza, Fabrizio Fabris, che si era dimesso a fine novembre. Con la vittoria di Lucchetta ha prevalso dunque la discontinuità rispetto alla precedente gestione. Raggiunto telefonicamente da Insurance Daily, il neo presidente ha espresso la propria soddisfazione per l'elezione. "È stato un bel congresso – spiega Lucchetta – anche per chi non ha vinto, perché alla fine siamo riusciti a trovare una sintesi. E quando è arrivato il momento della proclamazione dei vincitori ho voluto avere sul palco insieme a me anche la squadra opposta alla mia. È stato un richiamo all'unità: ci siamo sentiti liberati da tensioni che si sono accumulate negli anni". Tra i principali punti nell'agenda del neopresidente, la revisione con la compagnia di alcuni aspetti dell'accordo di sistema su cui gli agenti nutrono perplessità, in particolare per quanto riguarda l'indicatore di redditività aziendale".

Beniamino Musto

INNOVAZIONE

Innovation by Ania, salute e benessere nell'era dei robot

Nel secondo appuntamento dell'osservatorio dell'associazione, tanti interventi dedicati alla ricerca scientifica e un panel con alcune tra le principali compagnie assicurative. La presidente Maria Bianca Farina ha ricordato le iniziative in partnership con le università e i centri d'eccellenza

"I robot sostituiranno gli esseri umani in ogni attività?". A questa domanda **Sophia** ha risposto che no, i robot non sostituiranno gli umani ma li potranno affiancare nella maggior parte delle loro attività. Sophia è esperta di queste cose ma è anche direttamente parte in causa, quindi nella sua risposta ci potrebbe essere stato un conflitto d'interesse. Dovremmo fidarci di Sophia?

Sophia è un robot ed è stata l'ospite d'eccezione della mattinata organizzata da **Ania** a Palazzo Mezzanotte, a Milano, venerdì scorso. Un evento in cui si è parlato di ricerca scientifica e welfare, d'innovazione digitale applicata alla salute, delle prospettive della collaborazione tra il pubblico e il privato, tra le associazioni di categoria e gli enti che erogano servizi, di start up e anche di robotica. *Innovazione e welfare: salute e benessere nell'era digitale*, era il titolo dell'appuntamento di Ania, organizzato nell'abito del suo osservatorio permanente, *Innovation by Ania*, che l'anno scorso era dedicato invece all'auto.



La presidente di Ania, Maria Bianca Farina e il robot Sophia

LE PARTNERSHIP DELL'ASSOCIAZIONE

A rivolgere le domande a Sophia, il robot umanoide nominato primo *Innovation Champion* del programma delle Nazioni Unite per lo sviluppo, è stata la presidente di Ania, **Maria Bianca Farina**, che ha introdotto la mattinata, caratterizzata da tanti interventi eterogenei dedicati alla ricerca scientifica in ambito medico e conclusasi con una tavola rotonda cui hanno partecipato **Alessandro Castellano**, ceo del gruppo **Zurich** in Italia; **Patrick Cohen**, ceo di **Axa Italia**; **Luca Filippone**, dg di **Reale Mutua**; **Alberto Minali**, ad di **Cattolica**; **Alessandro Scarfò**, ad di **Intesa Sanpaolo Assicura**; **Marco Sesana**, country manager e ceo di **Generali Italia** e Global business lines; e **Marco Vecchietti**, ad e dg di **Rbm Assicurazione Salute**.

Nell'intervento introduttivo, Farina ha ricordato le collaborazioni di Ania in questi campi. Insieme alla Sapienza, all'Università del Foro Italico e della fondazione universitaria Santa Lucia, l'associazione sta sperimentando soluzioni per la prevenzione delle malattie neurodegenerative, per la lotta alla ludopatia e per la riabilitazione fisica di pazienti paraplegici, con l'utilizzo di esoscheletri.

Con il Campus Biomedico di Roma, invece, la partnership consiste nella progettazione di protesi bioniche di arti superiori con ritorno sensoriale, destinate a chi ha subito l'amputazione di un arto, e la definizione di un algoritmo che calcoli il rischio di ictus in persone che hanno una predisposizione verso patologie di questo tipo.

Una terza iniziativa coinvolge invece l'ospedale Bambino Gesù: Ania ha finanziato la **Bio-banca** per la ricerca delle malattie rare che, solo in Italia, coinvolgono quasi due milioni di persone, due terzi delle quali sono bambini. (continua a pag. 2)

(continua da pag. 1)

LA SALUTE: UN UNICO PUNTO D'ACCESSO

Sullo sfondo di tutto, come sempre, il grande tema del confronto e della sempre auspicata collaborazione tra pubblico e privato, della "necessità - ha ricordato Farina - di dotare il Paese di strutture e infrastrutture adeguate ai nuovi bisogni di una società che è cambiata e continua a cambiare velocemente".

Il settore assicurativo, ha ricordato la presidente dell'associazione delle imprese, c'è: "auspichiamo pertanto - ha detto in conclusione del suo intervento - la realizzazione di un nuovo modello sulla salute che, mantenendo al centro il servizio universale, utilizzi in modo strutturato tutte le competenze e le risorse ottimizzando l'imprescindibile rapporto pubblico-privato".

Ma il bisogno di salute e benessere delle persone è sempre più complesso: "c'è soprattutto il voler vivere bene e gestire i propri tempi", ha commentato **Luigi Onorato**, senior partner di **Monitor Deloitte**, che ha confezionato per l'occasione la ricerca *Benessere e salute: comprendere il futuro che ci aspetta*. Dallo studio sono emerse conferme e nuovi dati sulle innovazioni più efficaci e apprezzate dalle persone nell'ambito della cura di se stessi e degli altri. Novità che abbracciano le varie parti della catena del valore.

Oltre all'innovazione, gli italiani dimostrano di essere ancora molto tradizionalisti: il 79% si affida alla classica visita medica per controllare il proprio stato di salute e solo il 7% dichiara di utilizzare strumenti indossabili. Appena il 13%, però, conosce le offerte in ambito salute e benessere da parte di operatori non tradizionali, ma l'80% ne valuterebbe l'acquisto. Numeri e tendenze contraddittorie, specchio di un mondo ancora legato a un unico punto d'accesso fisico.

LA TECNOLOGIA ABBATTE I COSTI

Eppure, la vera innovazione è quella cosa che cambia la vita mentre questa scorre e noi non ce ne accorgiamo. È quello che hanno raccontato gli interventi di **Bruno Dallapiccola**, direttore scientifico dell'Ospedale pediatrico Bambino Gesù; e di **Fabio Pigozzi**, rettore dell'Università degli Studi di Roma Foro Italico e presidente di **Fism** (Federazione internazionale medicina dello sport). Gli studi sul genoma, per esempio, passano proprio dalla capacità di innovare gli strumenti di analisi. Non si può parlare di genetica senza pensare alla tecnologia che abbatte i costi: nel 2000, per tracciare un genoma umano occorrevano 100 milioni di dollari, oggi, al Bambino Gesù, in un giorno se ne tracciano più di 380 per un costo di 300 euro.

Distinguere tra l'innovazione che cambia la vita e quella che segue la moda è quindi essenziale, come ha sottolineato **Claudio Giuliano**, fondatore di **Innogest Capital**, un fondo d'investimento che fa proprio questo, scommettendo sulle start up più innovative tra le centinaia che nascono ogni giorno.

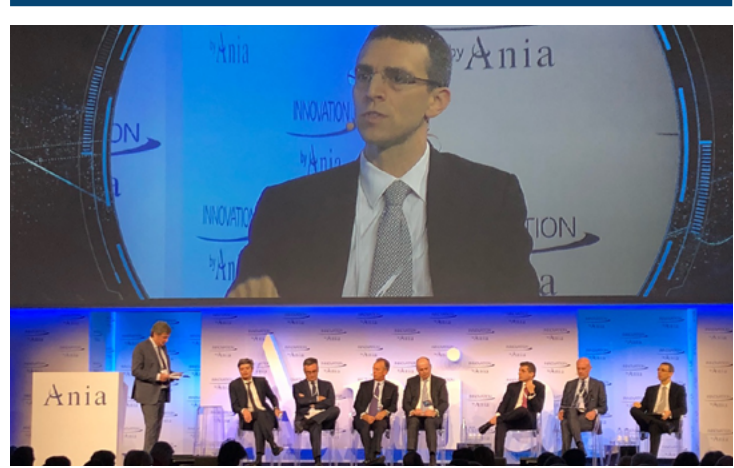
Un esempio di iniziativa in cui credere è quello di **Alberto Scarpa**, ceo di **D-Eye**, che ha creato un sistema di screening digitale dell'occhio attraverso la fotocamera dello smartphone: un sistema che può monitorare nervo ottico e retina e può aiutare a fare diagnosi precoce del glaucoma.

PER NON ESSERE IL LUNA PARK DEGLI IPOCONDRIACI

D-Eye è una soluzione particolarmente evoluta che è riuscita ad accreditarsi a livello nazionale, emergendo dal sottobosco delle tante applicazioni che intervengono sulla catena del valore. Le compagnie cercano di affiancare alla parte più tradizionale del loro business quella dei servizi innovativi, lavorando con fondi di *venture capital* (o costituendone di propri), *innovation lab* e incubatori. Nella tavola rotonda conclusiva i responsabili delle diverse imprese chiamate a confrontarsi hanno presentato la propria interpretazione del concetto di innovazione nell'ambito della salute e del benessere.

Tuttavia, colpisce la distanza tra ciò che viene prodotto dai player assicurativi e ciò che viene colto dalle persone. Il grande potenziale innovativo espresso non sta smuovendo quel 70-80% di persone che vuole farsi visitare da una persona fisica. La confusione è tanta ma non è colpa della *digital disruption*. È qualcosa di più profondo, hanno fatto notare i manager, che sta nell'organizzazione della società, nella perdita del riferimento del medico di base, diventato il più delle volte un dispensatore di ricette. Stiamo entrando in una fase critica e le innovazioni, le app, rischiano di essere solo il "Luna Park degli ipocondriaci".

Vincerà, alla fine, chi costruirà ecosistemi in cui esiste un servizio di ascolto, di consiglio, in cui la *customer experience* sarà semplice e unica. Chi costruirà questi ecosistemi? La partita è aperta: vinceranno i robot o il settore assicurativo?



Un momento della tavola rotonda finale

MERCATO

Brexit, cresce l'invoice trading nelle Pmi

Le forme alternative di finanziamento stanno aumentando presso le piccole e medie imprese britanniche, spaventate dalla possibilità di un'uscita senza accordo del Paese dall'Unione Europea

Di fronte alla prospettiva di una Brexit senza accordo, le Pmi britanniche, per finanziarsi e garantirsi capitale fresco, stanno facendo ampio ricorso all'invoice trading, cioè l'anticipo di fatture digitali. Secondo l'**Asset based finance association**, che rappresenta le imprese dell'invoice trading e del lending nel Regno Unito, nel 2018 l'erogato alle Pmi è aumentato del 60% anno su anno. Questi strumenti potranno aiutare le imprese britanniche di fronte all'ipotesi di un *no deal*?

Se lo è chiesto **Workinvoice**, il primo mercato online in Italia di invoice trading, in un *paper* che ha analizzato la situazione delle Pmi britanniche che si preparano alla possibilità di un'uscita dall'Ue senza regole.

La liquidità è essenziale per le Pmi del Regno Unito, in vista di una *hard Brexit* che avrebbe principalmente tre effetti molto negativi: un calo del Pil stimato dall'8% al 10% secondo la **Banca d'Inghilterra**, il **Center for economic performance** della **London School of economics** e l'**Ocse**; il crollo della sterlina, che porterebbe quindi maggiori costi per le imprese che si approvvigionano dai mercati esteri; e una stretta del credito da parte delle banche tradizionali, obbligate a rivedere i criteri patrimoniali.

L'aumento dei costi e la fuga delle aziende

In assenza di un periodo di transizione che consenta al Paese di beneficiare ancora del libero scambio con l'Europa, le imprese dovrebbero adattarsi da subito alle regole del **Wto**, che

comporterebbero tariffe più alte e un aumento generalizzato dei costi. Ecco perché, quindi, le Pmi si sentono obbligate a cercare fonti di finanziamento alternative in strumenti flessibili, veloci e che non richiedano requisiti minimi di fatturato.

Del resto, fa notare **Workinvoice**, i colossi internazionali hanno già preso, o lo stanno facendo in queste settimane, le proprie contromisure. Basti ricordare il caso di **Nissan**, che ha annunciato di voler spostare la produzione del fuoristrada **XTrail** in Giappone, togliendo così a Sunderland, cittadina nel nord dell'Inghilterra dove sorge la fabbrica, un'importantissima fonte di sostentamento.

Fare la scorta

Ma è interessante soprattutto guardare alle mosse delle Pmi, giacché rappresentano il 99,3% dell'economia britannica e occupano il 60% di tutti i lavoratori del Regno Unito, producendo un fatturato di due trilioni di sterline (il 52% del totale). Secondo un sondaggio di **Cbi**, la principale associazione di categoria dell'industria britannica, oltre la metà di tutte le imprese **Uk** ha, a inizio anno, cercato di analizzare tutte le possibilità della Brexit e il 60% ha già elaborato azioni di emergenza per uno scenario *no deal*. Le aziende manifatturiere locali, per esempio, stanno incrementando le scorte per proteggersi da un'eventuale volatilità dei prezzi.

Un'occasione (anche) di sviluppo

"L'aumento dei costi e delle scorte associato al *no deal* – si legge nel *paper* – determina un incremento del *working capital* che necessita di essere finanziato: non è un caso che i prestiti alle imprese siano aumentati dell'8,4% nell'ultimo anno (al dicembre scorso), a quota 17,9 miliardi, a fronte di una contrazione dello 0,3% dell'indebitamento complessivo nel Regno Unito nello stesso periodo, secondo i dati di **Uk Finance**, l'associazione che rappresenta le banche del Paese".

Dal punto di vista dell'invoice trading, si tratta anche di un'occasione di sviluppo: le forme alternative di finanziamento per le Pmi possono aiutare le piccole e medie aziende proprio laddove le condizioni di mercato si fanno più difficili.

F.A.



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 18 febbraio di www.insurancetrade.it – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577

Convegno

7 MARZO 2019

MILANO

09.00 - 17.00

Palazzo delle Stelline, Corso Magenta, 61

L'INNOVAZIONE CHE CREA VALORE

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

09.00 - 09.30 - **Registrazione**

09.30 - 09.50 - **Ripensare la catena del valore per compagnie, canali distributivi e clienti**
Enea Dallaglio, ad di Innovation Team, gruppo Mbs Consulting

09.50 - 10.10 - **Assicurazione: come rimanere rilevanti in futuro?**
Andreas Moser, amministratore delegato di Munich Re Italia

10.10 - 10.30 - **Innovazione tecnologica al servizio del business**
Roberto Polli, head of IoT sales southern region di Vodafone

10.30 - 10.50 - **L'innovazione per nuove fonti di ricavo**
Luigi Barcarolo, direttore insurance analytics and business architecture del gruppo Cattolica
Sandro Scapellato, direttore marketing e distribuzione del gruppo Helvetia, ad e dg di Helvetia Italia Assicurazioni

10.50 - 11.10 - **Creare valore nell'epoca del "The Game"**
Marco Burattino, italian sales director di Guidewire

11.10 - 11.30 - **Coffee break**

11.30 - 12.45 - **TAVOLA ROTONDA - Strategie e iniziative per l'evoluzione del business model**
Giacomo Gigantiello, transformation director di Axa Italia
Giacomo Lovati, amministratore delegato di Alfa Evolution Technology, di Pronto Assistance Servizi, di Linear Assicurazioni e direttore insurance e telematic services di UnipolSai
Gianluca Pipino, direttore operations di Sara Assicurazioni
Pedro Bernardo Santos, direttore generale di G-Evolution, Groupama Assicurazioni Ania Zurich**

12.45 - 13.00 - **Q&A**

13.00 - 14.00 - **Pranzo**

14.00 - 14.20 - **L'intelligenza artificiale per conquistare il mercato**
Natalia Antongiovanni, business development officer di Icg

14.20 - 14.40 - **Internet of things e assicurazione connessa, così cambia il mondo assicurativo**
Francesco Bardelli, amministratore delegato di Generali Jeniot

14.40 - 15.00 - **Le nuove frontiere dell'insurtech**
Fabio Brambilla, presidente di Assofintech

15.00 - 15.20 - **L'Open Insurance: una chiave verso gli ecosistemi**
Francesco Zaini, partner di G2 Startups

15.20 - 15.40 - **Quali azioni per il valore dell'assicurazione?**
Vittorio Giusti, chief operating officer di Aviva Italia

15.40 - 16.50 - **TAVOLA ROTONDA - Oltre la distribuzione tradizionale**
Mauro Giacobbe, amministratore delegato di Facile.it
Stefano Longo, direttore banca assicurazione e business development di Net Insurance
Tomaso Mansutti, amministratore delegato di Mansutti
Pietro Menghi, ceo di Neosurance
Andrea Sabia, amministratore delegato di Bene Assicurazioni
Luigi Viganotti, presidente di Acb

16.50 - 17.00 - **Q&A**

17.00 - **Chiusura lavori**

(*) invitato a partecipare

Main sponsor:



Official sponsor:



Iscriviti su www.insurancetrade.it
Scarica il programma completo