

## PRIMO PIANO

### I pericoli del no deal

Una Brexit no deal "sarebbe un imperdonabile atto di autolesionismo economico e sociale che il Regno Unito potrebbe rimpiangere". È il grido d'allarme lanciato da Huw Evans, direttore generale dell'Association of British Insurers (Abi). Intervenendo ieri sera a Londra, durante la tradizionale cena annuale dell'associazione, Evans ha affermato che con lo scadere del tempo a disposizione, l'ultima carta da giocare sarebbe quella di arrivare a un breve posticipo della Brexit. Secondo il dg del corrispettivo britannico della nostra Ania, "qualsiasi accordo futuro con l'Ue che impone al Regno Unito di rispettare le regole su cui non ha voce in capitolo potrebbe essere armato da coloro che nell'Ue vogliono danneggiare il Regno Unito". Ciò potrebbe comportare che gli assicuratori britannici debbano detenere più capitali del necessario, "il che, oltre a nuocere alla competitività e alla riduzione degli investimenti nell'economia, potrebbe anche far sì che le persone vedano diminuire le proprie pensioni".

Evans ha rimarcato che attualmente l'industria assicurativa britannica ha un surplus di esportazione di 16,7 miliardi di sterline, di cui un terzo realizzato nell'Ue.

Il Regno Unito è attualmente il più grande mercato assicurativo in Europa, il quarto più grande al mondo, e impiega oltre 300 mila persone nel Paese.

**Beniamino Musto**

## COMPAGNIE

### Sara Assicurazioni: sempre più digital, ma dal volto umano

**Si è conclusa la migrazione in cloud della compagnia, che punta sulla trasformazione digitale per migliorare la relazione con il cliente e consolidare i buoni risultati raggiunti. Lo ha annunciato, ieri a Roma, il dg Alberto Tosti nel corso dell'annuale convention, ribadendo la centralità dell'agente, il riposizionamento anche sul non auto e l'importanza della partnership con Aci**

Una compagnia in crescita, che consolida l'inversione di tendenza del canale agenti, cresciuto del 5% a fronte dell'1% di quello nazionale. Con questi numeri si è aperta, ieri a Roma, la convention di Sara Assicurazioni riunendo i 600 agenti e altrettanti dipendenti in un gremitissimo Auditorium Parco della Musica.

Ad aprire l'evento, il presidente **Angelo Sticchi Damiani**, il quale ha sottolineato la sinergia fra la compagnia e l'Automobil Club d'Italia (**Aci**), entrambi forti e pronti al cambiamento e a competere in un mercato altamente sfidante. Sara in pista, infatti è il titolo della convention di questo 2019, per confermare che la compagnia "non vuole stare ai margini del campo, ma entrare in competizione", ha spiegato l'ex presidente, **Rosario Alessi**, sottolineando l'armonia e la sinergia fra dipendenti, agenti e delegazioni Aci, ed elogiando la "rivoluzione ambiziosa, ma non velleitaria" del direttore generale, **Alberto Tosti**.

#### SOLVIBILITÀ E CRESCITA

I risultati sono evidenti: Sara è oggi una compagnia solida (264% di solvibilità) con una raccolta pari a 582,9 milioni di euro (+4,3%) e un canale agenti in crescita del 5% contro l'1% della media nazionale. Si incrementa anche il ramo vita (+5%), con una raccolta di 95,5 milioni di euro e un risultato netto positivo pari a 0,8 milioni di euro, nonostante l'andamento avverso del credito sul debito domestico (2,4 milioni di euro nel 2017). In miglioramento anche il risultato tecnico dei rami danni (61 milioni di euro).

Su questi numeri si è soffermato Tosti, il quale ha annunciato il completamento del progetto di full cloud: da gennaio tutta l'infrastruttura informatica del gruppo è in cloud, "condizione che abilita la rete alla vendita in mobilità", contribuendo al contenimento dei costi, alla riduzione dei tempi di gestione operativa delle agenzie, e proiettando la compagnia verso il digital. L'ambizione, ha affermato, "non è arrivare primi, ma restare in pista e finire il giro". Per farlo, il management ha gestito con attenzione tariffa e flessibilità, potenziato la linea di crescita di nuovi punti, consolidato una "crescita organica e sostenibile, ma anche profittevole" che ha portato margini e migliori economie di scala.

#### I PRIMI IN CLOUD

Raggiunti gli obiettivi di crescita e solvibilità, ci si è orientati sulla digital transformation, un passaggio epocale che porta oggi Sara a essere la "prima compagnia italiana in full cloud", un "tappeto volante" che consentirà agli agenti di fornire servizi on demand con elasticità sui costi, livelli di sicurezza molto alti e la possibilità di sottoscrivere contratti e ricevere pagamenti in mobilità. (continua a pag. 1)



L'intervento del dg Alberto Tosti

(continua da pag. 2)

“Il nostro canale – ha rassicurato Tosti – resta quello agenti”, i quali potranno, proprio grazie al digital, concentrarsi sulla consulenza di livello, sfruttando “una sinergia eccezionale in ottica di omnicanalità” per migliorare la relazione con il cliente attraverso polizze instant insurance, pricing calibrati sul comportamento di guida e tariffe individuali in chiave predittiva. Tosti ha invitato gli agenti a “dimenticare l’economia tradizionale” e ad acquisire quella “consapevolezza digitale” che consentirà di essere “più snelli e rapidi”.

### CANTIERI DI SPERIMENTAZIONE

Sull’importanza della digital transformation si è soffermato anche **Luigi Vassallo**, responsabile dell’Ict e digital innovation, il quale ha ammesso la sua sorpresa sui risultati raggiunti, sottolineando però che ancora molto va fatto per migliorare i canali digitali e costruire un’unica banca dati in vista di una gestione dinamica del rapporto con il cliente. Sul cloud, ha spiegato, “ci siamo ispirati a **Enel** che lo ha fatto prima di noi”, un passaggio che consideriamo inevitabile nonostante una ricerca **Gartner** stimi, per il 2022, una spesa IT ancora tradizionale per il 70%; tuttavia il valore del cloud cresce del 20% l’anno, facendo prefigurare il 5G e l’Internet of things come i driver della quarta rivoluzione industriale. Per prepararsi al meglio, la compagnia ha attivato cantieri di sperimentazione sul machine learning, il contrasto alle frodi nell’Rca, le chatbox per seguire in modo dinamico i clienti nel sinistro, la videoperizia che efficientia il processo di liquidazione e la blockchain per l’automazione della negoziazione assistita.

### L’IMPORTANZA DELLE PARTNERSHIP

Naturalmente anche il direttore commerciale, **Andrea Pollicino**, ha sottolineato che “quello che il digitale non potrà mai gestire sono le emozioni delle persone” ribadendo l’importanza della sinergia con agenti e dipendenti. Ai quali sono state erogate oltre 110mila ore di formazione permanente, sia per imparare cose nuove, sia per reinterpretare competenze già acquisite.

Cruciale è anche la partnership commerciale con i delegati Aci, ha aggiunto Pollicino, con riferimento all’esperienza che li vede come delegati assicurativi autonomi: una sperimentazione che sta dando buoni risultati e che sarà presto replicata anche in Lombardia, Emilia Romagna e Puglia in vista della “sinergia con l’agente che lavora in mobilità”.

### OLTRE L’AUTO

Una compagnia, dunque, molto proiettata al futuro anche con il riposizionamento nel vita attraverso prodotti completi, da potenziare con rapporti di bancassicurazione. “Ci sono tantissimi territori inesplorati”, ha spiegato Tosti, da conquistare attraverso sinergie nella distribuzione, cross selling con le delegazioni Aci e partnership con web services e player e-commerce.

“Il nostro sforzo – ha confermato **Alberto Cucinella**, direttore assicurativo – è quello di andare oltre l’idea della compagnia legata all’auto”, attraverso una nuova gamma di prodotti rivisti in una “logica modulare e componibile per confezionare un’offerta su misura”. In prospettiva saranno ampliate le deleghe alla rete, nel comparto non auto, per innalzare il livello di condivisione con la compagnia, con l’obiettivo di aggredire nicchie di mercato riferite ad aziende operanti in distretti industriali in crescita, attraverso offerte microtargetizzate confezionate sui reali bisogni dello specifico target produttivo.

### UNA COMUNICAZIONE SEMPLICE E CHIARA

Per ribadire il suo riposizionamento, Sara Assicurazioni ha puntato su una comunicazione chiara ed efficace, in particolare con la campagna *Nonlosapevo*, che ha utilizzato come attori dei veri agenti. Il concetto base, ha spiegato **Marco Brachini**, direttore marketing, è “premiare il ruolo della consulenza” per “sviluppare una cultura assicurativa e del rischio”. Sara Assicurazioni, ha aggiunto, ha un brand forte (sesta compagnia italiana per riconoscibilità e undicesima per raccolta premi) e si è voluto ribadire la “centralità dell’agente”, il “riposizionamento anche sul non auto” e il tema del *mobile* che consente di “fare business anche fuori dall’agenzia, per essere più efficaci e pronti”.

Quattro le parole chiavi che hanno concluso la convention 2019: innovazione, crescita, collaborazione, impegno. “Il mio stile di guida e di management – ha concluso Tosti – è basato sul coinvolgimento” e sulla comunicazione interna che “deve essere la chiave”. Qui gli agenti resteranno gli attori principali, ma tutti dovremo “cambiare testa e mestiere”, ed essere “molto disponibili al cambiamento”.



## RISK MANAGEMENT

# Cyber risk, le otto aree da presidiare

**IoT, supply chain, condotta dei dipendenti, M&A: secondo il report di Aon sui rischi informatici, le minacce in questi campi saranno sempre più preoccupanti. I top manager sono chiamati a un impegno crescente**

Il 21% delle aziende a livello globale ha subito nel 2018 una violazione di dati collegata a dispositivi IoT non certificati, e per il 18% gli attacchi sono stati causati da dispositivi di terze parti. L'Internet of things è una delle otto principali aree di rischio informatico da presidiare individuate nel Cyber security risk report 2019, intitolato *What's now and what's next*, realizzato dagli analisti di Aon. Le altre sono tecnologia, supply chain, business operation, dipendenti, M&A, regolamentazione e consiglio di amministrazione.

Secondo **Jason J. Hogg**, ceo cyber solutions di Aon "i top manager devono lavorare per difendere sempre meglio le loro aziende e i loro processi, identificando al contempo come poter meglio beneficiare delle opportunità offerte dalla tecnologia e dalla trasformazione digitale".

Come nel settore delle fusioni, per citare un altro punto critico del report: il valore delle M&A, si legge nella ricerca, a fine 2018 supera i 4.000 miliardi di dollari. I criminali informatici sempre più spesso prendono di mira le aziende target, oggetto

di acquisizione di conglomerati più grandi, proprio nel periodo tra l'annuncio del deal e il closing dell'operazione. Nel 2017, un'azienda del settore media è stata costretta ad abbassare il suo prezzo d'acquisto di 350 milioni di dollari dopo il verificarsi di un attacco.

### Occhio al dipendente infedele

E ancora, il 53% di professionisti che operano nella sicurezza informatica ha dichiarato di aver subito un attacco nell'ultimo anno proveniente da una persona interna all'azienda. Spesso, ci si preoccupa che la causa dell'attacco derivi da un errore accidentale di un dipendente, come l'aver cliccato su link di phishing, per esempio, rispetto a un'azione fatta con dolo: il report, invece, dimostra che la volontarietà del danno è più frequente di quanto non si creda.

Nell'ambito dei rischi della supply chain le minacce informatiche sono tra le più temute.

(continua a pag. 4)



SCENDIAMO IN CAMPO  
**INSIEME**  
PER TUTELARE  
**I TUOI INTERESSI**  
E QUELLI DI TUTTI GLI  
AGENTI DI ASSICURAZIONE!

[CLICCA QUI PER ISCRIVERTI](#)

[CLICCA QUI PER RINNOVARE](#)





(continua da pag. 3)

Le falle nelle catene di approvvigionamento richiedono una gestione del rischio che coinvolga anche il top management e i consigli di amministrazione, argomenta Aon. Il 25% delle aziende non ha ancora messo in campo un approccio di tipo *cloud first* e il 59% di quelle nel Regno Unito e negli Stati Uniti ha subito un *data breach* attraverso terze parti. La regolamentazione ritiene inoltre responsabili le aziende anche nel caso in cui la violazione di dati sia dipesa da un fornitore.

Dei rischi dell'IoT si è in parte già parlato, ma approfondendo la questione, Aon ha fatto notare che i dispositivi di IoT cresceranno rapidamente nei prossimi anni, anche grazie alla prossima transizione alla rete 5G. Un inventario dei device utilizzati da ogni azienda è uno strumento efficace e lo sviluppo di un processo di monitoraggio sarà quindi di fondamentale importanza per le aziende, nel prossimo futuro.

### Tra ricatti e responsabilità

Ma è nella stessa natura della rivoluzione digitale che si annida, forse, il rischio maggiore: più un'azienda è innovativa e in grado di razionalizzare la sua organizzazione e i suoi processi grazie alla tecnologia, e più può essere vulnerabile. La connettività migliora le mansioni operative ma dilata la superficie di attacco, rendendo più facile per i criminali informatici spostarsi all'interno di un'intera rete aziendale.

Le infezioni da *malware* possono portare non solo al blocco dei sistemi informatici ma anche dell'operatività generale di un'impresa. Il *malware Notpeya*, ricorda Aon, ha causato miliardi di dollari di danni ad aziende multinazionali appartenenti a diversi settori (*shipping*, farmaceutico, costruzione, manifatturiero ecc.). I *ransomware* possono portare al fermo delle operazioni di business, criptando i dati, come è successo con *WannaCry*, che ha attaccato più di 230 mila computer e chiesto alle aziende violate riscatti altissimi. Ai rischi oggettivi si sommano quelli tipici di ogni singola azienda, come processi di backup inefficaci, che possono rendere ancora più rilevante l'impatto di un attacco cyber sulle business operation.

Ai cda e al top management il compito di vigilare, anche perché le responsabilità, spesso enormi, ricadono proprio su di loro. Aon ricorda come i board debbano continuare a innalzare la soglia di attenzione per la gestione del rischio cyber, non solo intraprendendo azioni per riparare ai danni conseguenti un incidente, ma anche nell'ambito di una pianificazione proattiva della sicurezza informatica.

Fabrizio Aurilia



## COMPAGNIE

# Axa Italia registra performance in crescita nel 2018

**La branch italiana, con gross revenues pari a 5,4 miliardi di euro, si consolida tra i 10 attuali motori dell'intero gruppo francese**

Premi in crescita e ottime performance di redditività. Questi gli aspetti più salienti dei risultati che **Axa Italia** ha ottenuto nel 2018. Il risultato operativo netto consolidato ha raggiunto i 263 milioni di euro (+26 milioni di euro rispetto al 2017), mentre le riserve tecniche raggiungono i 33,2 miliardi di euro, in crescita di 0,5 miliardi di euro.

Per quanto riguarda il mercato danni, Axa Italia ha raccolto 1,688 miliardi di euro, con una crescita di circa l'1,5%, accelerata rispetto a quella del mercato. Questi risultati riflettono un focus su motori di crescita come aziende (+2,6%) e danni non auto (+1,1%); nel segmento salute la raccolta premi cresce del 9% rispetto all'anno precedente. Il combined ratio è del 95,4%, in miglioramento di un punto.

Per quanto riguarda invece il comparto vita, i premi si attestano a 3,654 miliardi di euro (+22,4%), a fronte di una strategia di focalizzazione attiva del business mix verso soluzioni a minore assorbimento di capitale. In particolare, la crescita sui prodotti di risparmio capital light e sui prodotti di protezione assicurativa (+50,3%) è nettamente superiore alla media del mercato.

"Ancora una volta si conferma l'efficacia di una strategia mirata alla crescita selettiva sui settori di business prioritari, in particolare salute, protezione vita e aziende – spiega una nota di Axa Italia – con investimenti continui in innovazione e tecnologia per reinventare l'esperienza cliente puntando su semplicità, trasparenza e accessibilità per diventare veri partner dei clienti".

Axa Italia, con gross revenues pari a 5,4 miliardi di euro, si consolida tra i 10 attuali motori a livello di gruppo. Risultati importanti anche sul fronte clienti che aumentano di numero (+1,8%), a livello di fedeltà (+0,8 punti) e di soddisfazione (+10%), grazie a una strategia che ha scelto di ripensare e innovare ogni fase dell'esperienza cliente.

B.M.

### 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)

## 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 Italia*

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*

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*  
*Paolo Roccaforte*, head of market management di *Zurich Connect*  
*Andrea Sabia*, amministratore delegato di *Bene Assicurazioni*  
*Luigi Viganotti*, presidente di *Acb*

16.50 - 17.00 - **Q&A**

17.00 - **Chiusura lavori**

Main sponsor:



INSURANCE CONSULTING GROUP SpA



Official sponsor:



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