



PRIMO PIANO

Brexit, fuga infinita

Le società finanziarie in Regno Unito continuano a spostare i propri affari verso le loro sedi in Unione Europea e non si fermeranno a meno di una cancellazione di Brexit. È il parere di un think tank finanziario che sta riportando al legislatore britannico tutti gli spostamenti delle società da Londra al continente.

L'11 marzo, giorno dell'uscita dell'ultimo report di questo think tank, erano 275 le società finanziarie che avevano già trasferito parte della loro attività dalla Regno Unito all'Ue per evitare interruzioni dell'attività dal giorno dopo la data di Brexit: a oggi se ne sono aggiunte 14. Si tratta di un flusso che non si arresterà, qualsiasi risultato uscirà dal negoziato. Solo la cancellazione dell'addio della Gran Bretagna all'Ue potrebbe fermare l'emorragia, perché le imprese vogliono solo porre fine all'incertezza commerciale in cui stanno operando. Per molti dirigenti di entità finanziarie, siamo già oltre il punto di non ritorno: le grandi banche, dicono i consulenti, che hanno già speso milioni di euro per nuovi hub europei, non torneranno indietro.

La Banca d'Inghilterra si aspetta che circa 4.000 posti di lavoro bancari e assicurativi saranno perduti, mentre, grazie a Brexit, le banche in Germania prevedono 5.000 assunzioni.

Fabrizio Aurilia

RICERCHE

Digitali ma non troppo

Un'indagine di AstraRicerche, realizzata per conto di Bnp Paribas Cardif, delinea le caratteristiche salienti della Generazione Z, giovani di età compresa fra 14 e 24 anni: connessi e multi-social ma anche attenti ai valori più tradizionali della famiglia e dell'amicizia

Lo scorso 15 marzo, come tutti ricordano, il mondo si è fermato. Milioni di studenti in tutto il pianeta hanno deciso di disertare le lezioni in classe per aderire, sotto la guida della sedicenne svedese **Greta Thunberg**, a quello che è stato battezzato *Global strike for future*: uno sciopero mondiale di giovani e giovanissimi per esigere dai leader globali impegni concreti sulla lotta al cambiamento climatico. Una manifestazione imponente e senza dubbio riuscita, capace di catturare l'attenzione dei media su questo movimento mondiale di giovani che sono scesi in strada per chiedere un futuro diverso. E che si sono così, almeno per un giorno, scrollati di dosso lo stereotipo del giovane sempre ripiegato su stesso, eternamente connesso al mondo virtuale e scollegato da ciò che più lo circonda, con il cellulare in mano e le cuffie inforcate sulle orecchie. Un'immagine smentita anche dai risultati dell'indagine *Generazione Z: un futuro che guarda al passato*, realizzata da **AstraRicerche** per conto di **Bnp Paribas Cardif**. Presentata ieri alla Diamond Tower di Milano, si pone l'obiettivo di accendere un faro sul mondo dei giovani di età compresa fra 14 e 24 anni. E giunge a risultati, forse, inaspettati.

"Ci siamo trovati di fronte a dei giovanissimi nativi digitali concreti e con le idee chiare, dove il mondo virtuale è una normalità che non soppianta i valori tradizionali, come la famiglia e gli amici, e quelli nuovi, come l'inclusione e la sostenibilità", ha affermato **Isabella Fumagalli**, head of territory for insurance in Italy di Bnp Paribas Cardif, nell'intervento introduttivo della mattinata.

I DEVICE NON DANNO LA FELICITÀ

Il quadro che emerge, come suggerisce il titolo dell'indagine, è quello di una generazione a metà fra passato e futuro, che è in grado di sfruttare le potenzialità offerte dalle nuove tecnologie ma, allo stesso tempo, non dimentica i valori più concreti della vita quotidiana. Come illustrato da **Cosimo Finzi**, direttore di AstraRicerche, l'87% dei giovanissimi non riuscirebbe a fare a meno del proprio smartphone, strumento ormai indispensabile per vedere video (76%), ascoltare musica (67%), fare acquisti (63%) e seguire programmi (57%); per il 51% del campione, i social network si impongono addirittura come il principale strumento di informazione. (continua a pag. 2)



Isabella Fumagalli, head of territory for insurance in Italy di Bnp Paribas Cardif



INSURANCE REVIEW È SU TWITTER

Seguici cliccando qui



(continua da pag. 1) Eppure, nonostante tutto questo attaccamento, uno smartphone non basta a dare la felicità. Per raggiungerla, sono convinti i giovani, è molto più importante stare bene con se stessi (84%), sentirsi bene fisicamente (82%) e godere di un clima sereno in famiglia (80%). Una sfera, quella familiare, che ritorna spesso nelle risposte dell'indagine. I genitori si impongono come i principali modelli di questa generazione (55%), mentre famiglia (57%) e amore (47%) si attestano come le priorità dei più giovani: la fama e il successo si fermano staccatissimi al 6%.

UNA GENERAZIONE INCLUSIVA

Non solo tradizione, tuttavia: come testimoniato dall'imponente manifestazione per il clima dello scorso marzo, i giovani di oggi appaiono molto più attenti alle tematiche sociali. Si caratterizzano come una generazione inclusiva, attenta all'ambiente e alla diversità. Si tratta ormai di valori acquisiti, che fanno parte del loro modo di essere e di pensare, cui si unisce anche la percezione di poter contribuire a un qualche cambiamento. Poste queste basi, non sorprende che il 66% dei giovanissimi ponga grande attenzione alla raccolta differenziata o che, ancora, il 60% del campione vigili costantemente su eventuali sprechi.

L'attenzione verso il mondo esterno, come emerso più volte nel corso nella mattinata, si riverbera anche nelle scelte di consumo, costringendo di fatto le imprese ad adottare un approccio più in linea con il sentire della generazione. "La nostra sfida – ha affermato Fumagalli – sarà di offrire prodotti innovativi e nuovi modelli di servizio in una logica digitale che tenga sempre conto della componente esperienziale e dell'impatto sociale positivo".

I RISCHI DI UN MONDO NUOVO

Anche le assicurazioni sono dunque chiamate a un cambio di passo. E lo sono soprattutto in ragione di fenomeni sociali che stanno facendo emergere nuovi rischi. È il caso del bullismo: più della metà del campione ha affermato di essere stato vittima di una qualche forma di discriminazione a scuola o sul posto di lavoro, soprattutto per quanto riguarda la propria salute e la forma fisica (51%). Uno scenario già critico che risulta esacerbato dal lato oscuro della digitalizzazione.

(continua a pag. 3)



Cosimo Finzi, direttore di AstraRicerche



**ISCRIVITI CON NOI!
INSIEME
POTREMO VINCERE
LE SFIDE FUTURE
DEGLI AGENTI
DI ASSICURAZIONE!**

CLICCA QUI PER ISCRIVERTI

CLICCA QUI PER RINNOVARE





Un momento della tavola rotonda

(continua da pag. 2) Più del 40% dei giovanissimi afferma di aver avuto esperienza diretta o indiretta di cyber bullismo, un più elevato 47% dichiara di essersi pentito di aver pubblicato certi contenuti online.

Insomma, i rischi non mancano. E vengono serenamente trascurati: secondo i risultati dell'indagine, i giovani sono poco consapevoli e interessati alla propria reputazione digitale e mostrano una debole percezione dell'argomento. Più della metà del campione non conosce le assicurazioni legate alla *digital reputation* (55%) e una buona parte di questi (23%), pur conoscendole, dichiara di non esserne interessato.

GIOVANI ALL'OPERA

La percezione sul tema del bullismo è comunque elevata. E per una generazione portata per natura a mobilitarsi su valori che ritiene fondamentali, è quasi inevitabile che si sviluppino iniziative volte a sensibilizzare l'opinione pubblica. Come nel caso di **MaBasta**, movimento anti bullismo animato da studenti adolescenti che si sono aggiudicati il contest *Open-F@b Call4Ideas* promosso da Bnp Paribas Cardif. Intervenuti con un video-messaggio nel corso della tavola rotonda conclusiva, i giovani promotori dell'iniziativa hanno ripercorso le tappe del progetto, facendo emergere come anche piccole azioni possano portare a risultati concreti. Obiettivi come quelli raggiunti da **Valentino Magliaro**, fondatore dell'iniziativa **Humans to Humans** e civic leader dell'**Obama Foundation**, che ha voluto ricordare, in collegamento da New York, lo spirito di iniziativa e l'intraprendenza che sta caratterizzando il movimento dei più giovani. E che necessita ora di qualche spinta in più. "Devono imparare a essere imprenditori di se stessi, dobbiamo riuscire a trasferire loro quelle competenze di cui hanno bisogno", ha affermato in sala la collega **Federica Caprio**. Imprenditori di se stessi come **Salvatore Palella**, fondatore e ceo di **Helbiz**, società di micro-mobilità che offre un servizio di noleggio di monopattini elettrici ed e-bike in 12 Paesi del mondo che ha parlato della sua esperienza: "abbiamo centinaia di richieste alla settimana per espandere il servizio in diverse città italiane", ha affermato. "Abbiamo deciso di lanciare una forma di franchising che ci consentirà di coprire l'area settentrionale del Paese nei prossimi mesi. A fine anno - ha chiosato - procederemo invece alla quotazione al Nasdaq".

Giacomo Corvi

DALLE AZIENDE

Protectim Go: l'assicurazione sul mutuo on demand di Afi Esca

Lanciata da Afi Esca la soluzione, basata sul valore dei leads per gli intermediari, che unisce velocità e modernità nella relazione con il cliente

Smart, facile, veloce: sono queste le tre principali caratteristiche di **Protectim Go**, la nuova iniziativa online di web lead generation, lanciata da **Afi Esca**.

Smart: intelligente e funzionale, adatta a ogni tipologia di copertura, di mutuo e di cliente.

Facile: un'applicazione semplice e intuitiva, che guiderà l'utente passo dopo passo alla costruzione della soluzione di protezione a lui più congeniale.

Veloce: in pochi secondi sarà possibile avere un preventivo per un'assicurazione sul mutuo molto flessibile e perfettamente su misura alle proprie esigenze.

E una volta fatto il preventivo?

Con **Protectim Go**, l'utente, dopo aver scelto la tipologia delle coperture, il prezzo e la tipologia di pagamento, potrà scegliere in tutta autonomia l'ufficio dell'intermediario Afi Esca a lui più

comodo grazie al servizio di geolocalizzazione incorporato.

Come ha sottolineato **Donato Di Stefano**, direttore commerciale di Afi Esca, durante il lancio ufficiale della nuova web application, "nel 2018 in Italia sono stati erogati 370



mila mutui, con una durata media compresa tra i 20 e i 30 anni, e un capitale medio di 125 mila euro; il 75% dei mutuatari ha un'età molto giovane, che va dai 26 ed i 45 anni, e quindi sono persone molto affini all'utilizzo di internet e dei dispositivi elettronici. Da qui è nata l'idea di **Protectim Go**. Con **Protectim Go** - ha continuato Di Stefano - vogliamo sfruttare al meglio le potenzialità del canale online, soprattutto per quanto riguarda la lead generation, senza dimenticarci però dei nostri collaboratori su tutto il territorio italiano, che sono e saranno sempre il nostro canale privilegiato di contatto con il cliente finale".

TECNOLOGIE

Chi si fida della Cina

Al centro della contesa commerciale con gli Stati Uniti c'è il ruolo delle Telco cinesi nella costruzione delle reti 5G, sulla cui sicurezza qualcuno avanza dubbi mentre altri esprimono fiducia

La guerra commerciale tra Stati Uniti e Cina va avanti ormai da diverso tempo. In ballo, con la Russia che resta spettatrice, c'è il ruolo di leadership mondiale. Da un lato gli americani, timorosi di passare in secondo piano qualora lo sviluppo della Rpc prosegua su questi ritmi (6% annuo nell'ultimo quinquennio) e sia portata a compimento la nuova via della seta, dall'altro la Cina, che ha quantità di capitali e di manodopera impareggiabili e vuole espandersi verso l'Occidente.

La partita si sta giocando anche sulle Telco, in particolare sul ruolo dei due colossi, **Huawei Technologies** e **Zte Corporation**, che nel maggio del 2018 hanno subito il veto del **United States department of commerce** per presunti spionaggi, magari di stato, attraverso l'installazione di *backdoor* sui dispositivi venduti in tutto il mondo.

La situazione è complessa. Gli Usa fanno pressioni, soprattutto alla Commissione Ue, affinché i Paesi dell'Unione non incarichino le suddette aziende cinesi per lo sviluppo delle reti 5G, così come hanno fatto Regno Unito, Nuova Zelanda e Australia, seppur quest'ultima non ha vietato loro di continuare a portare avanti il 4G già presente. Da Pechino, invece, avvertono come **Trump** non abbia prove del presunto spionaggio e ribadiscono, da una parte, di essere gli unici in grado di implementare la rete 5G su scala mondiale, consci di servire già ora tre miliardi di persone nel mondo, e di conseguenza pronti ad andare avanti anche senza il placet dell'Europa, dall'altra, che avendo uno dei sistemi più all'avanguardia, gli eventuali ban saranno deleteri in primis per gli Stati che l'andranno ad applicare e poi per i consumatori, in quanto gli utenti finali dovranno sobbarcarsi maggiori costi.



Affidabili per gli 007

Di recente, nel corso del Mobile world congress tenutosi a Barcellona, sia il gigante hi-tech **Microsoft** sia la compagnia britannica **Vodafone** si sono detti pronti a portare avanti le partnership già avviate con Huawei. Prima di loro, i servizi segreti di Sua Maestà e quelli tedeschi, supportati da **Deutsche Telekom**, si erano entrambi espressi sull'importanza della tecnologia 5G dell'azienda di Shenzhen, certi di poter limitare eventuali futuri rischi.

In Italia, il governo si è da poco espresso, attraverso il Ministero dello sviluppo economico, reputando i prodotti cinesi affidabili e di fatto portando avanti con loro la sperimentazione delle reti strategiche di ultima generazione.

Accanto alle tutele derivanti dal codice del consumo e la garanzia commerciale per l'utente finale, i problemi sorgono qualora un'azienda, magari assicurata e che abbia preso tutte le dovute cautele, subisca un attacco informatico basato su una ipotetica vulnerabilità di un apparecchio delle aziende in questione. Ci si deve domandare se di fronte a un tale scenario, la responsabilità resti in capo all'azienda, che secondo taluni non avrebbe dovuto impiegare tali strumenti, in quanto ritenuti critici da parte di alcuni governi ed esperti di settore, e se nel caso possa rivalersi sul fornitore o se l'assicurazione paghi eventuali danni. Quesito d'obbligo, per non trovarsi impreparati in tali contesti.

Adriano Spadari,
junior consultant Hkao



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