

PRIMO PIANO

Nuovo cfo per il gruppo Aviva

Il gruppo britannico Aviva ha annunciato che Tom Stoddard ha deciso di dimettersi dall'incarico di chief financial officer a partire dal 30 giugno. Stoddard rimarrà in Aviva fino al 31 dicembre 2019 per supportare una transizione ordinata.

Per subentrare nel ruolo di cfo il gruppo ha scelto Jason Windsor, attualmente chief financial officer di Aviva UK Insurance, come chief financial officer ad interim, a partire dal primo luglio. La nomina è soggetta ad approvazione normativa. Windsor è entrato in Aviva nel 2010 e ha lavorato come chief capital and investments officer e come membro del group executive.

"Tom - ha sottolineato il group ceo di Aviva, Maurice Tulloch - è uno straordinario leader e ha giocato un ruolo fondamentale nel conseguimento del turnaround finanziario di Aviva, rafforzando significativamente la posizione patrimoniale del gruppo. Dopo cinque anni di successo in Aviva, lascia il gruppo con i miei migliori auguri e con quelli di tutto il consiglio di amministrazione".

Stoddard ha affermato che "Aviva ha un forte team finanziario, ed è giunto il momento per me di spianare la strada agli altri per fare un passo avanti, mentre considero nuove opportunità. Aviva ha una forte posizione finanziaria e un brillante futuro davanti a sé".

Beniamino Musto

INNOVAZIONE

Dare forma al nuovo: l'intelligenza artificiale al servizio di quella umana

In un mondo dove la tecnologia sembra guidare il cambiamento, il compito delle aziende innovative è governare la mutazione, mettendo in circolo la conoscenza ma anche gli utili. Se n'è parlato al Sas Forum, organizzato dalla software house ieri a Milano

Nell'epoca della *human metamorphosis* (teoria del sociologo **Ulrich Beck**), capire il mondo in cui viviamo è sempre più complesso, come lo era per Gregor Samsa, quando si sveglia trasformato in un insetto. Non viviamo solo un momento di crisi, ma scopriamo ogni giorno criticità che non pensavamo di dover affrontare. Provare a erigere un muro contro i cambiamenti o dietro cui difendersi senza confrontarsi con il resto del mondo appare, oggi più che mai, un cedimento ancora più rischioso delle minacce che si trovano al di là di quel muro. Affrontare i rischi per costruire qualcosa di nuovo, con nuove dinamiche e nuove prospettive, è una scelta, oltre che strategica, culturale: dare forma al nuovo è il compito di chi, nella società contemporanea, vuole agire e non solo reagire.

Shape the new è stato anche lo slogan che ha accompagnato e definito l'edizione 2019 del Sas Forum, evento organizzato dalla software house **Sas**, che si è tenuto ieri a Milano e che ha coinvolto oltre 2000 tra manager, professionisti, esperti e *data scientist* per confrontarsi sulle tematiche dell'innovazione, della tecnologia e dell'economia. *Advanced analytics*, intelligenza artificiale e trasformazione del business non sono semplici strumenti di aggiornamento, ma diventano pivotali per guidare la metamorfosi della società contemporanea.

LA CONDIVISIONE ESSENZIALE

Una società dentro cui le grandi aziende multinazionali ricoprono sempre più un ruolo centrale, giacché dalle loro scelte, dai loro comportamenti (responsabili o meno) dipende la forma che prenderà il futuro.

(continua a pag. 2)



Marco Icardi, regional vice president del gruppo ceo di Sas Italia



INSURANCE CONNECT È SU FACEBOOK

Segui la nostra pagina



(continua da pag. 1)

Un avvenire che, secondo Sas, come ha spiegato **Marco Icardi**, regional vice president del gruppo e ceo di Sas Italia, dipende dalla nascita di una nuova "cultura civile della responsabilità", in cui la cooperazione tra ecosistemi disegna la nuova società contemporanea. "L'economia della condivisione, anche degli utili - ha detto il manager durante la plenaria del Sas Forum - è ormai essenziale". E la tecnologia in tutto questo non è solo un abilitante, ma un soggetto che agisce e che l'uomo ha il dovere di dominare per il benessere collettivo. La tecnologia è ormai essenziale per il sostegno alla vita: dalla filiera del cibo all'ampio campo di attività legate alla salute della persona, alla mobilità, alla gestione del territorio. Tutte materie enormi che richiedono alle aziende di collaborare in un mondo interconnesso: "ci vogliono competenze verticali - ha sottolineato Icardi - da condividere per portare valore: tutte cose che non si possono fare, oggi, senza la tecnologia".

LA FORMAZIONE COME POSSIBILITÀ

Ed per questo che Sas ha una rete di clienti e partner molto estesa che include ovviamente il settore finanziario e assicurativo. Nel suo programma di master, academy e collaborazioni che mirano a formare non solo gli esperti informatici ma anche uno spicchio di classe dirigente del futuro (che si spera sia nelle condizioni di non lasciare l'Italia), Sas ha lavorato con **Generali** e **Crédit Agricole**, per fare solo un paio di esempi. Con il Leone di Trieste e l'Università Bocconi, Sas organizza un *hackaton* dedicato ai data scientist, mentre è partner di *Le village* (Crédit Agricole), "un luogo dove si barattano conoscenza e competenze", come lo ha definito **Gabriella Scapicchio**, sindaco (così è chiamato il responsabile del progetto) di *Le village*, durante un panel del pomeriggio dedicato all'intelligenza artificiale.

Le village, attivo dall'inizio dell'anno, mira a essere "un sistema di formazione strutturato come non ce ne sono in Italia", in cui start up selezionate, al momento sono 22, entrano in contatto con Università, centri di ricerca, aziende interessate ai progetti: "è un luogo - ha precisato Scapicchio - dove vive l'economia circolare, dove le grandi imprese, gli investitori sono pronti a restituire alla società parte di ciò che hanno accumulato".

FIDARSI DEI DATI

Parlando proprio di AI e gestione intelligente dei *big data*, Sas ha investito un miliardo di dollari in tre anni per rafforzare la propria presenza nel *machine learning*, adeguare la propria piattaforma per aprirla al mondo dell'open source e puntare sul cloud. Tutti temi di cui si è discusso al workshop del pomeriggio, durante il quale sono intervenuti, tra gli altri, anche **Giacomo Lovati**, direttore insurance & telematic services di **UnipolSai**, e **Alberto Branchesi**, head of data and digital platforms di Generali.

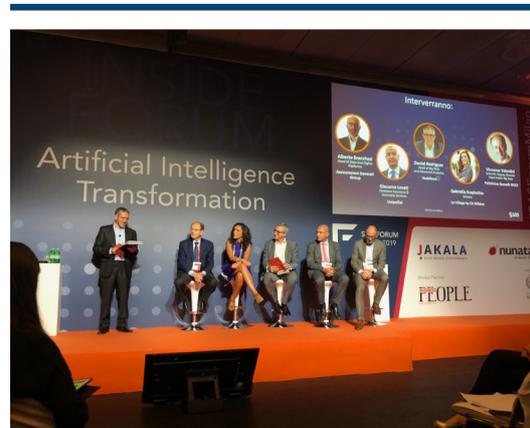
Lovati ha parlato della peculiare commistione del modo di gestire i dati che ha il settore assicurativo, in cui da un lato la tariffa asettica è parametrata in modo sempre più granulare, e dall'altro agli agenti è data la possibilità di discostarsene attraverso gli sconti, con logiche che sfuggono alla comprensione delle macchine ma che sono funzionali al business.

Per Branchesi, l'approccio *data driven* abbracciato da Generali è una continua lotta tra scetticismo ed estrema fiducia: il percorso culturale che deve fare il management per fidarsi senza timori della tecnologia intelligente è lungo e l'education nel mondo della tecnologia è diventata essenziale all'interno delle grandi organizzazioni.

LA METAMORFOSI È UN ESERCIZIO CONTINUO

Sia per Generali, sia per UnipolSai il percorso della *digital transformation* è iniziato da tempo ma entrambe le società sanno che è una meta finale non c'è: nell'epoca della digitalizzazione di fatto, la metamorfosi è un esercizio continuo.

In questo senso, è stato suggestivo l'intervento di **Anders Indset**, il cosiddetto *business philosopher*, guru dell'innovazione e teorico della Q economy, un nuovo modello basato sulla circolarità in cui non esiste più il concetto capitalistico di vincitore e perdente. Tuttavia, un sistema che non mira a distruggere il capitalismo ma a prendere atto dell'eterno movimento circolare: un gioco infinito in cui le soft skill si sostituiranno alle hard skill (che saranno appannaggio delle macchine), in cui l'empatia, l'intelligenza umana, la curiosità e persino la vulnerabilità saranno il nutrimento della terra da cui nascerà la creatività. In un mondo guidato dalle macchine, tornare a pensare sarà la chiave per governarlo.



Il panel sull'intelligenza artificiale

Fabrizio Aurilia



RICERCHE

La mappa mondiale della distribuzione assicurativa

Un report realizzato da McKinsey traccia un quadro sullo scenario globale dei canali di vendita delle polizze, analizzandone gli andamenti e le prospettive per quest'anno. Un quadro che vede notevoli differenze a seconda dell'area geografica e che seguono i diversi comportamenti della clientela

Il modello della distribuzione assicurativa ha continuato a evolvere seguendo la necessità degli assicuratori di stabilire un contatto migliore con i propri clienti.

Nel corso degli anni, l'industria dei rischi è stata contraddistinta dalla vendita face-to-face attraverso agenzie e intermediari, e più di recente, il mercato mondiale ha assistito a una solida crescita dei canali diretti. Sviluppi notevoli che hanno portato all'espansione della distribuzione diretta in Europa, soprattutto in ambito motor, e alla crescita dei ricavi dei comparatori. Questa la foto scattata da McKinsey in un report che fa il punto sul settore della distribuzione assicurativa a livello mondiale. Lo studio fa parte di una più ampia analisi dedicata al mercato danni (su *Insurance Daily* di lunedì 3 giugno l'articolo dedicato) e a quello vita (di cui abbiamo dato conto ieri).

Vita, il dominio della bancassicurazione in Italia

Per quanto riguarda il comparto vita, il panorama della distribuzione varia da regione a regione. Il mix di distribuzione tra le diverse aree del mondo riflette le tendenze nei mercati locali e le preferenze dei clienti, dal momento che gli assicuratori lavorano con i distributori per adattare i prodotti e la strategia della forza di vendita per essere allineati con l'ambiente locale. McKinsey osserva una preferenza per intermediari e consulenti finanziari indipendenti nelle Americhe, mentre in Europa, in Medio Oriente e Africa (area Emea) la distribuzione vita si basa maggiormente sulla bancassicurazione. Nella regione Asia-Pacifico (Apac), il canale agenziale tradizionale (tied agent) è ancora la forma distributiva dominante, riflettendo il fatto che i clienti di questa area geografica preferiscono una consulenza personalizzata.

Alcuni Paesi in particolare rivelano trend distributivi significativi. Negli Usa, ad esempio, il canale diretto ha guadagnato quote di mercato sin dal 2012, seguendo il passo della digitalizzazione del mercato assicurativo, mentre in Messico la quota del canale broker è aumentata passando dal 5% del 2012 al 17% del 2016. McKinsey dedica poi un paragrafo all'Italia dove, spiega, "il settore distributivo vita è alimentato in gran parte dalle banche, sebbene il modello di bancassicurazione si sia evoluto negli ultimi anni e siano stati rinegoziati alcuni accordi. Dal 2011 al 2015, la redditività dei prodotti di investimento è stata bassa, si legge nello studio, mentre i prodotti assicurativi hanno offerto rendimenti interessanti a rischio relativamente basso. La crescita del canale bancassicurativo riflette in parte anche la crescita del settore assicurativo vita in Italia. Al contrario, in Paesi come il Giappone si è assistito

al declino della bancassicurazione dal 2012 al 2016, principalmente a causa dell'abbassamento del tasso di garanzia per i prodotti a vita intera a premio unico.

L'agente, forte in Italia, obsoleto negli Usa

Più o meno gli stessi modelli che caratterizzano la distribuzione vita nelle varie aree del mondo, sono validi anche per il mercato danni. Ciò, come sappiamo bene, non vale per l'Italia, dove la distribuzione è saldamente nelle mani delle reti fisiche (75,4% del mercato in mano agli agenti e 9,5% in mano ai broker; 6,6% in capo agli sportelli bancari: dati Ania). Se nelle Americhe il mercato si appoggia soprattutto a broker e consulenti finanziari indipendenti, nell'area Emea si predilige il canale agenziale, mentre in diversi Paesi della regione Asia-Pacifico va molto bene il canale diretto. Nel citare alcuni casi specifici, il report di McKinsey parla degli Stati Uniti, dove dal 2012 al 2016 il canale agenziale è calato significativamente, mentre i broker hanno guadagnato quote. "Gli agenti un tempo sono serviti come prima linea della selezione del rischio e nel pricing – si legge nel report – ma i progressi dei modelli predittivi stanno rendendo questo ruolo obsoleto". In Germania, invece, il canale diretto ha guadagnato quote di mercato soprattutto grazie alla crescita del mercato Rc auto. In Cina, infine, il settore danni è dominato dai canali remoti, che includono le vendite dirette online e soprattutto i call center, che "tradizionalmente sono stati i maggiori contributori" al successo di questa modalità di vendita.

Due tendenze emergenti notevoli

Il report rileva poi alcune tendenze emergenti. In primis, il fatto che nella maggior parte delle regioni, il canale diretto ha goduto di una crescita robusta risultante da una più elevata penetrazione di internet e dalle preferenze dei consumatori verso convenienza e prezzo. Questo trend, però, ha dei movimenti molto diversi a seconda dell'area geografica. Ad esempio, prendendo in considerazione le vendite online di Rca, in Europa occidentale si è assistito a una stagnazione del canale diretto, mentre nell'Europa orientale il canale continua a mostrare una crescita costante. Secondo McKinsey, le performance del canale diretto in Europa occidentale dovrebbero ulteriormente rallentare in futuro. Alcune regioni hanno già iniziato a mostrare questo trend. "Alcuni player spagnoli e italiani, ad esempio, non hanno visto alcun impatto positivo dai loro sforzi nella distribuzione diretta", si legge nel report.

Beniamino Musto

RICERCHE

Marine, perdite ai minimi del secolo

Nonostante sia diminuito il numero di imbarcazioni andate perdute, secondo l'ultimo rapporto di Agcs resta elevato il numero di incidenti: preoccupano il rischio politico e le sfide poste dalla normativa

La buona notizia è che il trasporto marittimo ha registrato nel 2018 le perdite più basse del secolo: o scorso anno sono andate perdute appena 46 grandi navi, contro una media decennale di 104 imbarcazioni, segnando un calo record del 50% rispetto al 2017. La cattiva notizia è che, nonostante tutto, il settore appare ancora lontano dal raggiungere un livello di sicurezza adeguato: nel 2018 il numero di incidenti è rimasto assai elevato, a quota 2.698, mantenendosi sostanzialmente costante rispetto a quanto fatto registrare nell'anno precedente.

Il quadro, a luci e ombre, arriva dal *Safety & Shipping Review 2019* di **Allianz Global Corporate & Specialty (Agcs)**. E mostra quanto ancora, nonostante i risultati raggiunti, resti da fare per garantire stabilità e sicurezza al settore del trasporto marittimo.

Aree e ambiti a rischio

La Nigeria si impone come primo hotspot al mondo, ossia il punto più critico del pianeta. Nel 2018, tuttavia, il maggior numero di perdite (12) si è registrato nella regione marittima tra la Cina meridionale, l'Indocina, l'Indonesia e le Filippine: detto in altri termini, un incidente su quattro si è verificato in questa area. Seguono nella classifica il Mediterraneo orientale e il Mar Nero (6), con le isole britanniche che chiudono il podio con quattro perdite.

Le navi da carico, con 15 imbarcazioni andate perdute, hanno rappresentato un terzo delle perdite totali in tutto il pianeta.

La causa più diffusa resta invece il naufragio, con ben 30 episodi nel 2018. Preoccupano anche le ingenti perdite generate da incendi a bordo: lo scorso anno si sono registrati 174 incidenti di questo tipo, proseguendo lungo un trend di crescita che ha coinvolto principalmente navi portacontainer.

Una stagione di nuovi rischi

A preoccupare, tuttavia, è soprattutto il fatto che all'orizzonte si stagliano nuove tipologie di rischio. "La mancanza di un calo generale degli incidenti di navigazione, l'aumento dei rischi politici per la sicurezza delle navi, la conformità alle norme sulle emissioni del 2020 e il crescente numero di incendi a bordo rappresentano la vera sfida per il settore", ha commentato il capitano **Baptiste Ossena**, global product leader hull & marine liabilities di Agcs, facendo emergere due delle principali fonti di rischio del prossimo futuro.

La prima è data dal rischio politico: conflitti, dispute territoriali, attacchi informatici, sanzioni, pirateria e persino sabotaggi, come testimonia la recente vicenda delle petroliere in Medio Oriente, costituiscono delle minacce costanti per il settore. Minacce a cui si aggiungono fenomeni migratori che potranno comportare un aumento dei clandestini e, di conseguenza, ritardi e pressioni sugli armatori.

La sfida della normativa

Sul fronte della normativa, particolare preoccupazione desta invece la regolamentazione che limiterà le emissioni di ossido di zolfo a partire dal 2020: la novità potrebbe di fatto cambiare le carte in tavola al settore, con ampie implicazioni su costi, conformità ed equipaggio. Alcuni grandi porti, fa sapere Agcs, stanno addirittura prendendo in considerazione la possibilità di utilizzare *droni sniffer* per individuare le eventuali violazioni. "Gli assicuratori sono preoccupati perché, con l'introduzione di carburanti a basso contenuto di zolfo si potrebbe registrare un potenziale aumento dei sinistri per guasti ai macchinari, pertanto è importante gestire bene questa fase di transizione", ha commentato il capitano **Rahul Khanna**, global head of marine risk consulting della compagnia.

Giacomo Corvi



© VanderWolf Images - Fotolia

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



INSURANCE Daily

● MERCOLEDÌ 05 GIUGNO 2019 N. 1557



Convegno



6 GIUGNO 2019

MILANO ■ 09.00 - 16.00 ■ Palazzo delle Stelline, Corso Magenta, 61

RISCHI: CULTURA E CAPACITÀ DI AZIONE

Con il patrocinio di:



Main sponsor:



Official sponsor:



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

- 09.00 - 09.30 - Registrazione
- 09.30 - 09.50 - **L'Italia tra percezione dei rischi e bisogno di crescita**
Lucio Poma, responsabile scientifico dell'area industria e innovazione di Nomisma
- 09.50 - 10.10 - **Joshua, il "perito virtuale" per la valutazione oggettiva del cyber insurance risk**
Roger Cataldi, head of cybersecurity practice di Almaviva
- 10.10 - 10.30 - **Qualità per lo sviluppo sostenibile**
Luigi Ferrata, segretario di Asvis
Formazione evoluta per la gestione dei rischi nelle aziende
Massimo Michaud, presidente di Cineas
- 10.30 - 10.50 - **Prevenzione: tecnologie per la gestione integrata del rischio**
- 10.50 - 11.10 - **Cyber crime, l'evoluzione delle minacce per cittadini e aziende**
Nicola Bernardi, presidente di Federprivacy
Umberto Rapetto, Generale (R) della Guardia di Finanza - cyber security advisor
- 11.10 - 11.30 - Coffee break
- 11.30 - 13.00 - **TAVOLA ROTONDA: Aziende, come gestire cause ed effetti della business interruption**
Carlo Cosimi, vice presidente di Anra e corporate head of insurance & risk financing di Saipem
Tommaso Faelli, studio Bonelli Erede e docente di Cineas
Luca Franzi De Luca, presidente di Aiba
Massimo Marchi, presidente Marchi & Fildi Spa - Filidea Srl
Stefano Scoccianti, enterprise risk manager del gruppo Hera
Marco Valle, vice presidente di Aipai
Luigi Viganotti, presidente di Acb
- 13.00 - 14.00 - Pranzo
- 14.00 - 14.20 - **La trasformazione ambientale, tra eventi climatici e intervento dell'uomo**
Roberto Buizza, docente della Scuola Superiore Sant'Anna Pisa
Andrea Minutolo, geologo e coordinatore scientifico di Legambiente
- 14.20 - 14.40 - **La funzione della tutela legale per le aziende e gli executive**
Guglielmo Elefante, responsabile for underwriting di Das
- 14.40 - 15.40 - **TAVOLA ROTONDA: L'assicurazione per le Pmi: problematiche, formazione commerciale e soluzioni per il cliente**
Massimo D'Alfonso, direttore rami elementari di Sara Assicurazioni
Daniela Marucci, direzione tecnica danni e sinistri, responsabile linea corporate di UnipolSai
Massimo Monacelli, chief property & casualty e claims officer di Generali
Massimo Perego, responsabile sviluppo commerciale di Reale Mutua
Fabrizio Perna, responsabile formazione commerciale di Reale Mutua
- 15.40 - 16.00 - Q&A
- 16.00 - Chiusura lavori

Iscriviti su www.insurancetrade.it
Scarica il programma completo