

PRIMO PIANO

Generali Italia, cedola record

Generali Italia paga un dividendo alla capogruppo pari a 1,136 miliardi di euro. Una cifra record che conferma, ancora una volta, il nostro Paese quale architrave per le economie del Leone di Trieste.

Complessivamente, i dividendi ricevuti dalle società del gruppo sono stati pari a 2,148 miliardi di euro, in aumento di 167 milioni rispetto allo scorso esercizio. La cedola principale risulta essere proprio quella che arriva da Generali Italia.

La controllata italiana contribuisce inoltre per circa il 37% al risultato operativo del gruppo, cioè 1,8 miliardi su 4,857 miliardi a livello consolidato nel 2018, e per circa il 35% della raccolta premi, ovvero 23,1 miliardi su 66,7 miliardi totali.

Il dato del dividendo è comunque un risultato mai raggiunto fino a oggi, giacché nel 2016 e nel 2017 Generali Italia aveva contribuito con un miliardo di euro, mentre nel 2015 con 900 milioni.

L'agenzia stampa Radiocor ricorda che, nel 2018, Generali Italia ha registrato un utile netto di 394 milioni, cui l'assemblea dei soci ha aggiunto 700 milioni dalla riserva sovrapprezzo azioni, metà dalla gestione vita e metà da quella danni, e una quota della riserva straordinaria, pari a 41,65 milioni di euro, derivante da utili accantonati lo scorso esercizio.

Fabrizio Aurilia

INNOVAZIONE

Verso la finanza piattaforma

Nuove tecnologie e novità normative impongono un cambio di passo per banche e assicurazioni: per il settore, come emerso nel corso del Summer Cetif Summit, è tempo di ecosistemi di servizi in grado di migliorare la customer experience

La trasformazione digitale sta investendo anche il settore della finanza. E, come emerso nel corso del Summer Cetif Summit, sta offrendo a banche e assicurazioni l'opportunità di rinnovare i propri modelli di business per ottimizzare i servizi alla clientela e migliorare così la customer experience. La strada è ancora lunga, ma il traguardo è chiaro: si va verso quella che può essere definita una "finanza come piattaforma", sorta di ecosistema di prestazioni integrate in grado di offrire, oltre ai classici servizi di protezione, risparmio e investimento, anche soluzioni a valore aggiunto per la clientela.

L'iniziativa, promossa dal Cetif, si è svolta ieri nelle aule dell'Università Cattolica di Milano. E ha messo subito le nuove tecnologie al centro del dibattito. Dopo i saluti introduttivi del direttore **Federico Rajola**, la parola è passata ad **Alain Falys**, imprenditore e investitore che ha fornito alla platea qualche spunto di riflessione sull'attuale processo di digitalizzazione. "L'ingresso di nuovi operatori – ha affermato – potrà portare a un calo del 15-20% nelle revenue delle banche". Basterebbe questo per comprendere perché il settore stia scommettendo così tanto nella digitalizzazione. I riflettori sono puntati soprattutto verso le *fintech*, start up che sfruttano le nuove tecnologie per offrire alla clientela nuovi servizi finanziari: la chiave, ha fatto intendere Falys, è trasformare questi potenziali concorrenti in alleati, attraverso partnership o vere e proprie acquisizioni. In quest'ottica, non stupiscono iniziative come il *Cetif Fintech Lighthouse*, programma di monitoraggio e sviluppo delle principali novità di mercato che in un anno ha dato vita a una community di circa 30 soluzioni *fintech*. "Il percorso proseguirà nel 2019 – ha affermato **Carlo La Rosa**, research analyst di Cetif – e abbiamo intenzione di ampliare la nostra offerta".

NORMATIVA E BISOGNI DEL CLIENTE

L'innovazione si intreccia a novità normative che stanno spingendo le istituzioni finanziarie verso un nuovo modello di business. È il caso della *Psd2*, direttiva europea che, offrendo un accesso sicuro ai conti dei clienti, ha aperto la strada all'*open banking* e a innovativi sistemi di pagamento forniti da terze parti. Il tema è stato al centro di un dibattito che ha coinvolto **Gianluca Finistauri**, head of digital corporate banking di **Nexi**, **Roberta Gobbi**, direttore sales Italian region di **Sia**, e **Silvano Palazzi**, risk and compliance solution leader di **Ibm Italia**. Dal confronto è emerso che, sebbene la normativa sia stata applicata, le opportunità restano ancora tutte da esplorare: serve maggior attenzione alle esigenze dei clienti, con servizi all'altezza delle aspettative di un mercato che si è ormai abituato ad avere tutto e subito sullo smartphone.

Sui bisogni della clientela si è soffermata anche la successiva tavola rotonda, a cui hanno partecipato **Luciano Ambrosone**, senior director sales e marketing privati e aziende retail di **Intesa Sanpaolo**, **Marco Cometti**, direttore finanza solutions & services di **Engineering**, **Antonio Fratta Pasini**, direttore centrale marketing & comunicazione di **CheBanca!**, **Gino Giovini**, professionist compliance di **Bper**, e **Alessandro Portolano**, head of the regulations of financial institutions and financial activities department di **Chiomenti**.

(continua a pag. 2)



L'intervento di Alain Falys

(continua da pag. 1) Anche in questo caso, il messaggio è che si può ancora fare qualcosa in più: bisogna superare vecchi schemi e offrire, insieme al prodotto, anche un'esperienza di servizio, assumendo sempre più i connotati di una tech company che lavora come banca.

RINNOVARE LE ASSICURAZIONI

La sessione mattutina si è chiusa con una tavola rotonda sul mondo delle assicurazioni. "Le compagnie stanno investendo moltissimo in innovazione", ha esordito **Emanuela Ianni**, senior advisor di **Crif**. L'obiettivo, ha aggiunto, è creare un "ecosistema in grado di sfruttare al meglio tutti i dati che sono già a disposizione" per offrire nuovi servizi alla clientela. Anche perché, ha chiosato, alternative non ce ne sono: "o si fa innovazione o si è fuori".

Per **Michele Carmina**, head of group digital & data IT di **Generali**, il tema resta quello di un "settore tradizionale che risulta poco attrattivo". E diventa in quest'ottica fondamentale, ha aggiunto citando il piano di sviluppo della compagnia, "imporsi come partner di vita del cliente". Per farlo, ha osservato **Carla-bergo Crippa**, head of digital distribution & nuovi mercati del gruppo **Cattolica**, "rivedere il percorso cliente e aprirsi alla multicanalità": l'esperienza ibrida è "quella più gradita" e impone un'integrazione fra mondo fisico e mondo digitale. Paradossalmente, ha affermato **Federica Pizzini**, responsabile della **Unipol Corporate Academy** di UnipolSai, "il digitale può essere la chiave per far tornare l'essere umano protagonista". Il tutto senza dimenticare che, più prosaicamente, l'innovazione può essere anche utile per migliorare l'efficienza operativa: **Paolo Landi**, actuarial staff director di **Amissima Assicurazioni**, ha portato l'esempio delle operazioni di pricing, facendo emergere come l'elaborazione di modelli sofisticati di raccolta e analisi dei dati si confermi un passaggio fondamentale per "giungere a una quotazione competitiva e garantire così la tenuta dell'impresa".



Un momento della tavola rotonda sulla blockchain

SPERIMENTARE CON LA BLOCKCHAIN

Il summit si è svolto all'indomani della presentazione della **Insurance Blockchain Sandbox**, programma di sperimentazione collettiva di prodotti assicurativi basati sulla blockchain promosso da **Aon Reinsurance Solutions** insieme al **Cetif** e **Reply**. L'iniziativa, a cui hanno già aderito alcune banche e assicurazioni, si propone di sperimentare in un regime controllato le potenzialità della tecnologia nella diffusione di polizze smart e istantanee. E si inserisce in un più ampio filone di ricerca che sta interessando l'intero mondo della finanza. "Il 90% delle banche europee ha fatto sperimentazioni sulla blockchain nel 2018", ha affermato **Chiara Frigerio**, segretario generale del **Cetif**, in apertura della sessione pomeridiana dedicata all'argomento. "Entro il 2024 – ha proseguito – si prevedono investimenti per 20 miliardi di dollari per lo sviluppo della tecnologia". Le potenzialità sono tante: dalla portabilità del dato al controllo delle proprie informazioni in mobilità, passando per la fornitura di nuovi servizi. Su tutto svettano comunque le opportunità offerte in termini di risparmio di tempo e risorse. "Stando a un'indagine condotta sulle banche – ha affermato Frigerio – l'uso della blockchain potrà consentire una riduzione del 30% dei costi operativi".

ESPERIENZE A CONFRONTO

I possibili ambiti di applicazione, come visto, sono tanti. E la sperimentazione si sta muovendo in un'ottica di grande apertura per cogliere tutte le opportunità che possono emergere dall'uso della tecnologia. Anche perché, come emerso nel corso di una successiva tavola rotonda, non si sa dove potrà sfociare la blockchain. Punto di partenza, tuttavia, è che una semplice tecnologia non potrà mai da sola essere una sorta di panacea di tutti i mali. "La blockchain nasce per risolvere problemi che oggi non siamo in grado di affrontare con efficacia", ha affermato **Demetrio Migliorati**, innovation manager & head of blockchain program di **Banca Mediolanum**. "Sono strumenti ideali – ha quindi puntualizzato – per risolvere determinate categorie di questioni che ci troviamo ogni giorno ad affrontare". La trascrizione dei dati, ha osservato **Gianpaolo Mura**, responsabile architetture applicative e metodologia di **Banca Popolare di Sondrio**, è uno di questi problemi. E potrà in futuro essere resa più leggera e agevole attraverso "l'inserimento delle informazioni in un registro condiviso e accessibile, con l'approvazione del titolare, anche a terze parti".

Al risparmio di tempo e risorse si aggiungono poi opportunità maggiormente legate all'operatività del business. **Marco Boni**, group head of operational excellence and transformation di **Generali**, ha portato l'esempio della quotazione del rischio, procedura che "può essere digitalizzata grazie alla blockchain, garantendo la criptazione di alcuni dati come valore aggiunto". Sulla stessa linea **Alessio Izzo**, director di **Aon Benfield Italia**, il quale ha sottolineato come la blockchain potrà in futuro anche consentire di riscoprire il valore sociale della polizza. "Stiamo lavorando – ha affermato – a soluzioni di micro-insurance per i piccoli produttori agricoli di aree particolarmente svantaggiate: si tratta di un mercato particolarmente critico, in cui le polizze devono essere poco costose e garantire un liquidazione rapida in caso di sinistro. Il risparmio di tempo e risorse – ha chiosato – potrà consentire di raggiungere questo obiettivo".

Gli agenti, specchio del cambiamento

Una ventata di aria fresca sta attraversando i gruppi agenti. Su questa scia si è concluso il congresso Uaa che ha visto un cambio al suo vertice. Ne parliamo con il neo eletto Gaspare Menduni alla vigilia della prima giunta che affronterà i temi cruciali per la rappresentanza

Siamo in una fase di grande cambiamento, non solo per compagnie e agenzie, ma anche per la composizione interna dei gruppi agenti, che stanno evolvendo anche grazie al ricambio generazionale. "Il congresso dell'Unione Agenti Axa appena celebrato a Napoli è stato lo specchio di questa situazione di grande movimento", afferma, il neo presidente della rappresentanza agenziale del gruppo francese, **Gaspare Menduni** (in foto). Il quale, a pochi giorni dall'elezione, ci racconta i motivi della sua decisione di mettersi a servizio, così come le azioni dei prossimi mesi e il suo punto di vista sui rapporti con la mandante e sulle nuove sfide che attendono gli intermediari.



"Stiamo cercando di adeguare l'Uaa a questi cambiamenti", esordisce Menduni sottolineando il turn over in atto nel gruppo agenziale che si sta traducendo nell'ingresso, all'interno dei nuovi organismi dirigenti, di figure giovani da cui ci si aspetta un contributo importante in termini di "disponibilità, energie e proposte innovative, in primis sulla comunicazione".

A Napoli, ammette Menduni, ci sono stati "momenti di discussione, anche accesi", attribuendoli però alla normale dialettica congressuale che porta a "discutere e confrontarsi anche in maniera forte". Anche perchè il dibattito serrato è sempre sinonimo della grande "partecipazione e passione che tanti colleghi mettono nella nostra vita associativa". L'importante però è "arrivare a una sintesi" e noi, spiega, "l'abbiamo raggiunta".

Un impulso di unità al gruppo

Ma facciamo un passo indietro per capire quali sono state le motivazioni che hanno spinto l'agente pugliese a proporsi come successore di **Loretta Credaro**, che ora lo affiancherà come vice presidente. "Ho deciso di candidarmi - racconta - innanzitutto per il mio amore e attaccamento all'Unione Agenti Axa che, assieme a **Sergio Rovera**, ho contribuito a fondare riunendo i gruppi Gaai e Gaa".

Ma non solo. Alla motivazione affettiva si aggiunge il reale desiderio di cambiamento inteso come voglia di dare un "nuovo impulso unitario al gruppo", ponendo delle basi diverse al confronto con Axa Italia. "Per me è un grande sacrificio - ammette Menduni - che per due anni mi distoglierà dai miei affetti e dalla mia famiglia", sottolineando però che si tratta di un sacrificio "che vale la pena di affrontare per il bene comune".

Un lavoro di squadra

È quindi con questo spirito che il nuovo presidente si è messo da subito al lavoro. Menduni infatti ha già programmato un lungo giro nelle regioni italiane: "ho bisogno di incontrare i colleghi nei loro territori, ho bisogno dei loro suggerimenti e della loro partecipazione", rivela. I prossimi due anni lo vedranno, quindi, non in veste di "uomo solo al comando", ma anzi proteso in un lavoro sinergico convinto, che del fatto che il successo di una buona presidenza dipenda in gran parte dal sostegno e dalla partecipazione di tutti i colleghi.

Verso il futuro con consapevolezza

"Come abbiamo detto a Napoli: il futuro lo disegniamo noi", ribadisce Gaspare Menduni. Le agenzie stanno cambiando sotto la spinta del digitale e ora il compito degli agenti è quello di "andare incontro al futuro ma con i piedi ben piantati per terra, consapevoli del nostro passato, della nostra storia e della nostra professionalità".

Agli agenti, lamenta il neo presidente, vengono chieste "troppe cose e confuse: sono in molti che vorrebbero dirci cosa fare e come farlo. Io penso invece che nessuno meglio degli agenti sappia cosa sia necessario".

Riaprire il confronto con la compagnia

Tra i principali punti nell'agenda della prima giunta spicca il rapporto con la mandante. Se da un lato, il congresso di Napoli ha confermato il sodalizio e la forte partnership che lega la compagnia ai suoi agenti, dall'altro è innegabile che restano marcate le preoccupazioni degli intermediari per la spinta digitale, la questione sulle remunerazioni e il timore di perdere quote di mercato. "I rapporti con la compagnia sono buoni, improntati come sempre al confronto anche serrato e duro, ma trasparente", conferma Menduni, che sottolinea però l'esigenza di "riprendere in mano tutti i dossier di confronto con la mandante per mettere gli agenti Axa nelle condizioni di lavorare meglio".

La principale istanza degli intermediari è che che "l'agente sia al centro", essendo ancora lo snodo essenziale e prezioso delle politiche distributive. "Noi, come sempre, siamo pronti a fare la nostra parte e ci auguriamo che anche Axa sia pronta a farlo". Su questo l'intervento dell'ad, **Patrick Cohen**, a Napoli, sembra aver dato ampie rassicurazioni affermando in apertura del suo discorso che Axa è "una grande compagnia" e gli agenti sono "una grande rete". Ora, afferma Menduni, "vedremo se alle parole seguiranno i fatti".

Laura Servidio

INNOVAZIONE

Start up, a che punto siamo?

Venture capital, collaborazione pubblico-privato, partnership: ciò che manca al mercato italiano è una maggior continuità tra formazione e mondo del lavoro

Il mercato delle start up innovative in Italia si sta muovendo, ma resta ancora indietro rispetto alla media dei Paesi più sviluppati. Secondo l'Ocse, tra i problemi principali del comparto in Italia c'è l'offerta di finanziamento, non la domanda. "L'esiguo numero di operazioni di venture capital in Italia – precisa l'Ocse in un recente report sull'argomento – sembra dipendere principalmente dalla mancanza di offerta di finanziamenti, piuttosto che da una mancanza di domanda in tal senso".

Tuttavia, anche su questo fronte, la situazione sta evolvendosi. I veicoli d'investimento dedicati alle giovani imprese stanno aumentando, secondo quanto ha rivelato il centro studi di **P101 sgr**, una società di gestore di fondi di venture capital che ha lanciato a maggio 2018 il suo secondo fondo, *Programma 102*. In questo senso, dicono dalla società, c'è un intervento sempre più cospicuo anche dalla parte pubblica. Lo studio cita l'iniziativa congiunta di **Cassa depositi e prestiti** e **Fondo europeo per gli investimenti**, che prende il nome di *ITAtch*: una piattaforma nata nel 2016 con una dotazione iniziale di 200 milioni di euro da utilizzare per il trasferimento tecnologico, "cioè per favorire, supportare, catalizzare e accelerare la commercializzazione della proprietà intellettuale a elevato contenuto tecnologico e, più in generale, la traduzione dei risultati della ricerca in nuove idee d'impresa", e che a oggi ha lanciato quattro fondi.

Ma chi sono gli imprenditori italiani che fondano start up? Un identikit ce lo fornisce **Crunchbase**, una piattaforma di ricerca di informazioni commerciali. Il *Registro delle start up innovative* ha superato la quota di 10mila unità, con il 10% dei fondatori di queste aziende che ha un alto livello di specializzazione (PhD), un dato peraltro in linea con quello europeo e globale. Gli *startupper* con un master in amministrazione d'impresa, invece, sono in Italia circa il 7%, un valore molto distante dall'oltre 20% di Singapore, Spagna e Israele e dal 18% degli Usa.

Secondo l'Ocse, tuttavia, la realtà italiana indica una maggiore distanza tra gli istituti universitari e di ricerca, da un lato, e le startup e l'imprenditorialità in generale, dall'altro. Per favorire il trasferimento tecnologico dell'innovazione, negli ultimi anni all'interno delle politiche di Industria 4.0 sono stati istituiti i cosiddetti *Competence center*, enti pubblico-privati che dovrebbero agevolare il passaggio delle competenze da università a imprese per favorire la digitalizzazione. Per sapere se questi sforzi saranno premiati occorrerà però attendere del tempo.

F.A.

PREVIDENZA

Il futuro dei fondi pensione

Per Sergio Corbello (Assoprevidenza) occorre intensificare gli sforzi per realizzare una previdenza complementare efficace, tema condiviso anche dai sindacati confederali

A margine della relazione annuale della **Covip** il presidente di **Assoprevidenza**, **Sergio Corbello**, ha espresso preoccupazione per il futuro dei fondi pensione. "Per le posizioni collettive – ha detto – i numeri degli iscritti crescono quasi soltanto con le adesioni contrattuali, quindi con un minimo contributo a carico del datore di lavoro. Occorre uno sforzo per realizzare delle posizioni di previdenza complementare efficaci, quindi con effettivo contributo economico: l'utilizzo del Tfr ne è il presupposto imprescindibile".

Anche i sindacati confederali hanno sottolineato il ruolo della previdenza complementare per la sostenibilità del sistema pensionistico. La **Cgil** ha rilevato nella relazione del presidente **Covip**, **Mario Padula**, aspetti "interessanti e condivisibili". Il segretario confederale **Roberto Ghiselli** ha detto che occorre "garantire una sostenibilità sociale, e non solo economica, del nostro sistema previdenziale, e ampliare le loro adesioni soprattutto a giovani, donne, lavoratori delle piccole imprese, attraverso una rete territoriale animata dalle parti sociali". La **Cisl** rileva "un dato positivo" nell'incremento del numero di iscritti ai fondi pensione negoziali nel 2018, "ed è positivo – ha aggiunto il segretario generale **Ignazio Ganga** – che si raggiunga anche attraverso il meccanismo delle adesioni contrattuali. Tuttavia – ha aggiunto – non possiamo considerare questi dati sufficienti se, come rileva la **Covip**, gli iscritti alle forme di previdenza complementare sotto i 35 anni sono solo una minima parte ed è grande il differenziale degli iscritti tra uomini e donne. Le parti sociali e le istituzioni, insieme, si sentono impegnate perché la cultura della previdenza diventi patrimonio comune e diffuso, soprattutto affinché i giovani comprendano quanto è importante iscriversi a un fondo pensione".

Beniamino Musto

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