

PRIMO PIANO

Generali cresce in Polonia

Generali ha completato l'acquisizione di Union Investment Tfi, sesto operatore di risparmio gestito in Polonia, dal gruppo tedesco Union Asset Management Holding. L'operazione, avviata nell'ottobre del 2018 con un accordo per l'acquisizione del 100% della società, ha ricevuto l'approvazione di tutti gli organi regolamentari e delle autorità per la concorrenza.

Union Investment Tfi detiene 3,3 miliardi di euro in asset under management provenienti da circa 135mila investitori retail e altri 550 istituzionali. La società presenta una vasta offerta di fondi diversificati in equities, fixed income e absolute-return, disponendo inoltre, fa sapere una nota di Generali, delle "competenze per la produzione interna di prodotti di investimento come di altre soluzioni di investimento".

L'operazione costituisce un ulteriore tassello nel progetto di crescita del gruppo assicurativo in Polonia: lo scorso novembre, tanto per citare un caso recente, Generali ha annunciato l'accordo definitivo per l'acquisizione delle società assicurative Concordia, specializzate nel settore agricolo. Presente in Polonia dal 1998 e con 1.600 dipendenti, Generali ha totalizzato nel 2018 premi lordi per 670 milioni di euro e una quota di mercato del 5%, imponendosi tra i cinque più grandi gruppi assicurativi del mercato polacco.

Giacomo Corvi

TECNOLOGIE

Connected car: c'è tutto un mondo intorno

L'automotive è destinato a veder cadere le barriere che separano i diversi settori, trasformandosi in un sistema interconnesso che condivide i dati che produce. L'intermodalità diventa la caratteristica della mobilità, e l'utente è al centro di servizi web-based che saranno la vera fonte di valore per le imprese

Il tema della mobilità si fa sempre più complesso e si identifica con un ecosistema tenuto insieme dalla possibilità di connettere mezzi, cose, persone. I mega trend sociali convergono sulla necessità di gestioni smart di oggetti connessi, di cui va però pensato il modello di operatività e, di conseguenza, i relativi modelli di business.

Non si tratta solo di auto connesse, di geolocalizzazione, o assistenza in tempo reale, ma di assecondare le esigenze dell'individuo e di plasmare la tecnologia secondo queste necessità. L'esperienza di mobilità diventa quindi un passaggio fluido tra mezzi diversi, ma anche apertura a occasioni che si presentano durante il percorso, a forme di entertainment, a operazioni di marketing che possono favorire l'utilizzo sostenibile dei mezzi. Assecondare le esigenze di spostamento privato o commerciale sarà sempre più una questione di servizio e sempre meno di possesso: viene meno il concetto di auto come status symbol, come espressione meccanica della personalità di chi la guida. Emergono invece, in questo disegno di futuro più o meno immediato, problematiche differenti dall'oggi: l'affidabilità tecnologica, la gestione del dato, il digital divide tra zone più o meno servite, l'infrastruttura, la sempre più necessaria integrazione tra pubblico e privato.

I temi sono stati trattati nel corso del Connected Mobility Summit 2019 organizzato da The Innovation Group, "un'occasione per comprendere gli scenari evolutivi di un settore in costante mutamento - ha detto **Ezio Viola**, ad di The Innovation Group -. Occorrono una visione e una prospettiva integrate per progettare il futuro della mobilità: i nuovi trend di consumo, tecnologici e di mercato giocheranno insieme per accelerare l'innovazione radicale della mobilità, creando nuovi modelli di business di vari settori e nuovi modelli urbani per le città"

A SERVIZIO DI UN DIVERSO CONTESTO SOCIALE

Ci sono spinte precise che sostengono l'evoluzione del settore automotive. Le ha illustrate **Paolo Guglielminetti**, partner global railways and roads leader di PwC, che ha parlato di fattori sociali emergenti che troveranno nella tecnologia un fattore abilitante: la crescente urbanizzazione, l'inquinamento, la scarsità di risorse, nuovi modelli produttivi, diverso approccio dei giovani all'auto e alla tecnologia. Un elemento centrale è il tempo del cambiamento che non può essere definito a priori e procede a strappi, influenzato dall'evoluzione tecnologica, dall'adeguamento infrastrutturale, dai vincoli o dalle aperture poste dai legislatori. Cambia anche il modo di muoversi, con una maggiore variabilità quotidiana o settimanale dei mezzi utilizzati che richiedono soluzioni di mobilità flessibile, tanto più performante quanto più sarà possibile conoscere in tempo reale le soluzioni intermodali disponibili.

(continua a pag. 2)



Un momento dell'evento

(continua da pag. 1)

Abilitante sarà la capacità di rendere positiva e gradevole la customer experience: a tutti questi elementi sottende la capacità dell'infrastruttura tecnologica di sostenere la mole di dati necessari a un sistema performante. Si apre il tema, sottovalutato ma fondamentale per ogni modello di business tecnologico, del *digital divide*, un problema che si farà sempre più concreto e che porta con sé il rischio di creare zone e persone di serie A e altre di serie B: la visione urbano-centrica fa dimenticare che nel resto del territorio (ma non solo in Italia) la distribuzione di abitazioni, imprese, servizi richiederebbe un'attenzione paritaria ai problemi della mobilità e della copertura delle reti di trasmissione. Un problema anche di politica sociale nel momento in cui le scelte per incentivare l'uso di mezzi più ecologici o di mezzi pubblici si scontrano con quella parte di popolazione che non vi può accedere per ragioni di costi o logistica (esemplari le rivendicazioni dei *gilet jaunes* in Francia).



I DATI AL CUORE DEL SISTEMA

Tutto il tema della mobilità gravita attorno al dato: le auto connesse, i servizi all'utente, gli spostamenti intermodali, le fonti di ricavo. E il dato necessita (e allo stesso tempo giustifica) della creazione di un ecosistema di cui fanno parte tutti i player e in cui ognuno produce dati che vanno ad integrarsi con altri.

La mobilità diventa un sistema complesso in cui i ricavi possono provenire anche da fonti che non sono core rispetto al business automotive e che vanno dai crediti ambientali all'utilizzo dei dati raccolti fino a forme di co-marketing con player esterni al settore.

Tre sono gli elementi fondamentali perché ciò sia possibile: l'esistenza di una infrastruttura di reti capace di supportare la mole di dati generati (5G), la volontà di tutte le parti di condividere le informazioni entro determinate regole, la sicurezza e la protezione. La responsabilità del dato è di chi lo produce e raccoglie – i *car maker* per quanto riguarda l'auto, i gestori delle autostrade per l'infrastruttura, etc – ma il vero valore viene dalla possibilità di condividere il dato grezzo affinché tutti gli *stakeholder* possano trarne mutuo vantaggio anche se con obiettivi diversi: i produttori, la pubblica amministrazione, i gestori autostradali, le compagnie assicurative, i servizi di noleggio, le imprese di filiera ... Sistemi cloud, IoT e 5G sono i veri abilitatori dell'ecosistema, ma anche la *blockchain* può giocare un ruolo importante in ambiti particolari quali il mercato dei *carbon credit*.

NUOVI RISCHI E NUOVE GARANZIE DI SICUREZZA

Il tema della sicurezza delle *connected car* tocca anche il mondo assicurativo, impegnato a comprendere in che modo cambierà il rapporto tra assicurato e compagnia. Le prime istanze emerse riguardano la necessità per le compagnie di allargare lo sguardo e uscire dall'ambito ristretto della Rc auto: nel momento in cui l'auto connessa è inserita in un sistema di scambio di informazioni, la sicurezza deve venire in primis dalle tecnologie installate sul veicolo e dalle garanzie del costruttore sui dati raccolti e gestiti, ma va considerato anche il contesto in cui l'auto si muove, che a sua volta interagisce e fornisce informazioni al veicolo aumentandone la sicurezza. La prospettiva deve essere quella di una tecnologia capace di ridurre al minimo il rischio derivante dal fattore umano. Nel suo intervento **Rossella Sebastiani**, dirigente del servizio auto di **Ania**, ha posto l'accento sulla responsabilità nella gestione dei dati e sulla necessità di integrare tutti gli attori che gestiscono le possibili fonti di rischio per la vettura connessa: su questo Ania partecipa a più tavoli di lavoro e c'è la proposta di una piattaforma, prevista dal decreto *Smart Roads*, che renda possibile l'interoperabilità tra tutti i player della *connected mobility* e con le istituzioni.

DA DRIVER A MOVER

Se il veicolo è autonomo il conducente diventa un *mover*, una persona che si sposta con mezzi differenti e lascia tracce del proprio passaggio traducibili in dati. Il come creare valore da queste informazioni è uno dei temi trattati da **Andrea Galimberti**, client partner e head of mobility di **Kantar**, che ha illustrato i risultati di una survey realizzata su 8.500 utenti di auto connesse in 13 mercati. I risultati fanno emergere il ruolo guida in questo ambito del mercato cinese, che può ritenersi oggi un precursore rispetto a quello europeo e ancora di più a quello nordamericano. La novità è che l'Italia si pone come leader in Europa, mostrando una propensione e un'apertura all'esperienza connessa mediamente superiore di 10 punti rispetto al dato europeo. Il modello cinese conferma la svolta della mobilità verso il mondo esperienziale, dove prevale una sorta di *ego-centrismo* dell'utente interessato a sfruttare appieno le potenzialità dell'essere connesso: navigazione e intrattenimento sono le principali caratteristiche richieste alla vettura, che diventa il luogo in cui avviare conversazioni virtuali, scegliere ristoranti e hotel, vedere film online. Il tutto però deve essere semplice e intuitivo. Dalle ricerche di Kantar emerge anche un nuovo trend da tenere in grande considerazione, ed è il ruolo dei *millennial* nel determinare le future scelte del mercato: un target molto consapevole delle proprie esigenze, ricettivo verso i nuovi modelli e capace di influenzare anche le generazioni più vecchie.

INIZIATIVE

Sicurezza stradale, educazione “on the road”

Riparte il progetto che porterà per tre settimane una trentina di studenti a fianco della polizia locale per comprendere il valore della prevenzione sulla strada

Giunge alla 12esima edizione il progetto educativo *On the road*, iniziativa promossa dall'omonima associazione che punta a sensibilizzare i più giovani sulla sicurezza stradale, ponendoli fianco a fianco con chi lavora ogni giorno per garantire la salvaguardia di chi viaggia. Fino al 7 luglio, per tre settimane, una trentina di studenti delle scuole superiori e delle università affiancheranno la polizia locale di diversi comuni delle province di Bergamo, Brescia e Milano, per maturare una maggior consapevolezza della sicurezza stradale e carpire consigli utili in materia di prevenzione.

L'iniziativa è stata presentata lunedì 17 giugno al Palazzo Pirelli di Milano, alla presenza di vertici istituzionali e rappresentanti delle



numerose associazioni e sigle che promuovono il progetto. Tante le novità per l'edizione di quest'anno. Innanzitutto, per la prima volta, anche i genitori avranno la possibilità di affiancare le pattuglie e condividere, di conseguenza, l'esperienza con i propri figli. Previsto poi il supporto della psicologa del traffico **Alessia Natri**, che aiuterà i partecipanti a rielaborare e comprendere quello che hanno vissuto. Infine, l'edizione di quest'anno sarà documentata dai *Reporter on the road* che prendono parte al *tirocinio di eccellenza* promosso da alcuni anni dall'università di Bergamo.

Fra le realtà coinvolte nell'iniziativa entra quest'anno anche l'associazione *Tutti con Teo*: schiererà sulla strada **Elia Danelli**, amico e compagno di pallavolo di **Matteo Milani**, scomparso tragicamente lo scorso 22 luglio in un incidente in moto. I genitori di Matteo hanno voluto partecipare alla conferenza stampa di presentazione. “Sono orgoglioso di quello che ho fatto per mio figlio – ha detto il padre di Matteo – ed è anche in ricordo di lui che io e mia moglie abbiamo fatto di tutto per non subire la tragedia che ci è successa, ma trasformarla in qualcosa di positivo. Abbiamo perso un figlio – ha aggiunto – ma ne abbiamo guadagnati circa una trentina: le persone che mettono a disposizione tempo e risorse per questa associazione che abbiamo creato in sua memoria”.

TECNOLOGIE

Ecco LiquidOnline 2.0

Queirolo & Associati hanno depositato il brevetto per il nuovo servizio di perizia assicurativa



Arriva la nuova versione di *LiquidOnline 2.0*. **Queirolo & Associati** ha comunicato di aver depositato il brevetto per la release 2.0 del sistema per la gestione delle perizie assicurative. Sviluppata in partnership con il dipartimento di informatica, bioingegneria, robotica e ingegneria dell'università di Genova, la soluzione consente di realizzare perizie estimative da remoto con l'ausilio di tecnologie per la comunicazione a distanza.

Il servizio, frutto di tre anni di esperienza con quattro compagnie, garantisce il rispetto della privacy e dispone di sistemi antifrode volti a evitare la trasmissione di alterate localizzazioni geografiche o documentazione non genuina. La soluzione è disponibile tramite web app, eliminando così tutti i vincoli di device o sistema operativo, e può funzionare anche off-line.

Come specifica una nota della società, il servizio dispone di una modalità di autoperizia che consente al cliente, in piena autonomia, di seguire un percorso guidato tramite un form dinamico di acquisizione delle informazioni: grazie a un sistema integrato di valutazione parametrica dei danni, offre una valutazione economica in real time. In grado di dialogare con qualsiasi applicativo aziendale di gestione sinistri, il servizio può essere infine utilizzato come denuncia online, scalando il percorso di autoperizia su procedure di denuncia del sinistro e integrandolo sui siti o sulle app di assistenza delle compagnie assicurative.

AEC®

INVITA TUTTI GLI INTERMEDIARI AL

ROADSHOW 2019

INCONTRA AEC®



Per partecipare all'evento clicca sulla città a te più vicina

Scopri i nuovi prodotti e le linee di business con le nostre soluzioni 2019 Lloyd's e Company Market

AEC®

PROGRAMMA INCONTRO

INIZIO LAVORI

Saluti e breve presentazione del Gruppo AEC.
A cura di **Massimo Astolfi**
Direttore Generale AEC Spa

CENNI E SITUAZIONE LLOYDS MARKET a seguito della brexit

A cura di **Andrea Iannuccilli**
Underwriter Rc professionale AEC Spa

LE SOLUZIONI AEC 2019 RC PROFESSIONALE LIC E COMPANY MARKET

A cura di **Andrea Iannuccilli**
Underwriter Rc professionale AEC Spa

PRESENTAZIONE DELLE SOLUZIONI UNICHE SUL MERCATO VITA "GESTIONE SEPARATA"

A cura di **Antonio Scognamillo**
Direttore commerciale Amissima assicurazioni

PRESENTAZIONE POLIZZA "DENTAL RELAX" (Emergenza e/o Prevenzione Odontoiatrica)

di **Amissima assicurazioni**
A cura di **Massimiliano Baioni**
AD Sigma Dental

PRESENTAZIONE PRODOTTI RETAIL PROPERTY (Multiline casa/ufficio/Globale Fabbricati)

A cura di **Massimo Astolfi**
Direttore Generale AEC Spa

PRESENTAZIONE PRODOTTO

Donazione Facile (polizza donazione)

A cura di **Paola Vitiello**
Business development manager Stewart Title

PRESENTAZIONE NUOVE SOLUZIONI ASSICURATIVE TUTELA LEGALE PER PROFESSIONISTI

A cura di **Luca Massagrande**
Coordinatore Responsabile Tutela Legale AEC Spa

Si ricorda che l'incontro da diritto
ai crediti formativi Ivass.

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