



PRIMO PIANO

Gioco d'azzardo vs polizza

“Molti sembrano attratti più dalla possibilità, sia pure infinitesima, di un grosso guadagno che dalla eventualità, tutt'altro che infinitesima, di evitare una grossa perdita. Questo concetto è spiegato da alcune semplici cifre: nel 2018 gli italiani hanno speso 107 miliardi di euro in giochi e lotterie legali (più del doppio rispetto a 10 anni prima). Al confronto, i 17 miliardi di premi del ramo danni-non auto, sempre nel 2018, rappresentano una cifra irrisoria. La situazione di cronica sotto-assicurazione dell'Italia emerge anche dai confronti internazionali”. Lo ha detto il presidente di Ivass, Fabio Panetta, in occasione dell'evento di ieri a Torino, organizzato da Intesa Sanpaolo (si veda a pagina 3).

Per commentare la scarsissima diffusione di polizze danni tra la popolazione italiana, e sottolinearne così l'altrettanto scarsissima cultura assicurativa, Panetta ha ricordato che “la diffusione territoriale delle polizze è inversamente proporzionale all'esposizione al rischio”.

Sarà comunque difficile, ammette il numero uno di Ivass, raggiungere l'obiettivo di innalzare il livello di copertura assicurativa se non migliorerà quello di alfabetizzazione finanziaria: parlando delle varie attività dell'Istituto in proposito, Panetta ha infine ricordato l'appuntamento del 9 ottobre con la prima edizione della Giornata dell'educazione assicurativa.

Fabrizio Aurilia

PARTNERSHIP & ACQUISIZIONI

Un matrimonio che crea valore

Annunciata a fine luglio, l'acquisizione di Mbs Consulting da parte di Cerved darà vita al primo gruppo di solution consulting di Italia. L'ad di Mbs, Paolo Ceresi, spiega a Insurance Daily cosa cambierà per la società di consulenza e quali sono le strategie previste per il prossimo futuro

Lo scorso 30 luglio, il gruppo Cerved, tra i principali operatori in Italia nell'analisi del rischio di credito, ha annunciato un accordo vincolante per acquisire il controllo di **Mbs Consulting**. Un matrimonio tra due player complementari, da cui nasce il primo gruppo di solution consulting italiano.

Nel concreto, l'operazione prevede da parte di Cerved l'acquisto del 30,7% del capitale sociale (51% delle azioni con diritto di voto) di Mbs per un corrispettivo di 21,3 milioni di euro, e un meccanismo di *put & call* per i successivi cinque anni per arrivare ad acquistare il 100% del capitale sociale a condizioni incentivanti legate alla performance.



Paolo Ceresi, ad di Mbs

DATI, KNOW HOW PER LEGGERLI E VALORIZZARLI

L'operazione consente al gruppo Mbs di assumere un profilo di competenze e una dimensione confrontabile con i principali player internazionali della consulenza strategica. Le nozze con Cerved mettono a disposizione della società di consulenza strumenti preziosi per potenziare l'efficacia della propria offerta. “Le nostre competenze di strategic advisory, di change management e ricerca saranno arricchite dallo straordinario know how di Cerved su big data, analytics e digital”, spiega **Paolo Ceresi**, amministratore delegato di Mbs, parlando con *Insurance Daily*.

IL LAVORO DIETRO LE QUINTE

Il lavoro dietro le quinte per arrivare a questo nuovo assetto parte da lontano. “I colloqui tra noi e Cerved – rivela Ceresi – sono partiti quasi un anno e mezzo fa. La nostra collaborazione era già attiva su alcuni clienti, principalmente nell'ambito del pricing Rc auto. In Mbs avevamo la necessità di aggiungere al nostro raggio di azione la capacità di lettura e analisi dei big data, elemento di cui avevamo intuito lo straordinario potenziale. Ciò che viene richiesto oggi al business consulting è la capacità non solo di supportare le scelte del management, ma anche di fornire soluzioni concrete per rafforzare le capacità dell'organizzazione.

(continua a pag. 2)

INSURANCE CONNECT È SU LINKEDIN

Iscriviti al gruppo Segui la pagina

Insurance Connect



(continua da pag. 1)

La possibilità di estrarre valore dai big data e metterlo al servizio del business è la premessa per questo tipo di esigenza". Sul fronte opposto, "Cerved ha intuito che grazie alla nostra capacità di advising avrebbe potuto valorizzare molto più il suo straordinario patrimonio di dati e suoi servizi tecnologici".

NON SOLO ASSICURAZIONI

Mbs, che ha chiuso il 2018 con ricavi pari a 23,3 milioni di euro, porta in dote al gruppo Cerved più di trent'anni di esperienza sul mercato italiano, una squadra di circa 80 professionisti distribuiti nelle sedi di Milano e Roma, e oltre 35 clienti strategici. "La nostra struttura – afferma Ceresi – non cambierà. Mbs sarà controllata da Cerved ma resterà indipendente. E la nostra organizzazione interna resterà quella che avevamo già in precedenza. Le persone non cambieranno. Saremo la business unit di advisory del gruppo Cerved".

Quanto al target dei clienti, la mission di Mbs è sempre stata quella di offrire supporto alle aziende di ogni settore nelle scelte strategiche e nella realizzazione di grandi processi di cambiamento.

La società è tra i principali operatori nel settore assicurativo ma punta a crescere anche in altri comparti in cui è già presente, come quello bancario e delle utilities. "Questo rientra nel nostro piano strategico, a cui stiamo lavorando in questi mesi", spiega Ceresi. Un'asse portante è certamente quello del consolidamento della leadership nel settore assicurativo. Ma l'alleanza con un player del calibro di Cerved, che collabora con praticamente tutti gli istituti di credito italiani, non può che mettere nel mirino un'accelerazione nel posizionamento nel settore bancario, "a cominciare dalla bancassurance, che è il ponte tra queste due industrie".

TRA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE E ESG

Un altro settore con cui Mbs vuole lavorare con più assiduità è quello della pubblica amministrazione. "L'appartenenza al gruppo Cerved consentirà a Mbs di offrire un ventaglio più ampio di servizi e mettere a disposizione le sue nuove capacità per supportare le trasformazioni in atto nella pubblica amministrazione, nelle grandi aziende private di interesse nazionale, e nelle imprese a controllo pubblico". L'obiettivo principale è lavorare sui temi legati alla sostenibilità. "D'altronde – osserva Ceresi – è qualcosa che ci portiamo dietro già dal nome: Mbs significa *management for business sustainability*. Siamo stati tra i primi in Italia a investire sui concetti di sostenibilità nell'interesse dei nostri clienti e dei loro stakeholder. Crediamo che un'azienda debba riuscire a creare valore non solo per gli azionisti ma anche per i clienti, i distributori, i dipendenti, le comunità locali e l'ambiente".

COME RENDERE PRATICA LA SOSTENIBILITÀ

Questi concetti ideali vanno poi calati in una strategia concreta. I manager in questo momento si chiedono come trovare un matching tra i 17 *sustainable goals* delle **Nazioni Unite** e i prodotti, le campagne di marketing, le strategie. Vogliono capire come allineare questi obiettivi con la propria attività. "Per rispondere a questa esigenza – dice Ceresi – da anni offriamo servizi di valutazione dell'impatto che i piani industriali hanno sugli stakeholder, con criteri di misurazione dei prodotti o di iniziative di business". Anche in questo caso, l'unione con Cerved darà a Mbs ulteriori opportunità di crescita. "Forse non tutti sanno che Cerved – conclude Ceresi – è anche una delle principali agenzie di rating in Europa, con strumenti e risorse dedicati specificamente per questa attività: nell'ambito dei criteri Esg, questo elemento non può che portare valore".



Beniamino Musto

COMPAGNIE

Intesa Sanpaolo inaugura Area X

Uno spazio a Torino, presentato ieri al pubblico, per diffondere la cultura assicurativa e far emergere il bisogno di protezione nella vita di tutti i giorni

Intesa Sanpaolo Assicura, la compagnia assicurativa del gruppo **Intesa Sanpaolo**, ha presentato ieri Area X, un nuovo spazio a Torino completamente dedicato alla cultura assicurativa e al mondo del rischio. Inserito all'interno della rinnovata sede di Via San Francesco d'Assisi, Area X si propone di accompagnare i visitatori alla scoperta delle minacce che possono incomberne sulla vita di tutti i giorni, facendo emergere la necessità di un'adeguata copertura del rischio. Il tutto attraverso il ricorso di tecnologie all'avanguardia nel campo della realtà virtuale che favoriranno, nella speranza del gruppo, la diffusione della cultura assicurativa in maniera più appassionante e coinvolgente. L'alto contributo tecnologico della struttura sarà visibile fin dall'esterno, con pannelli led sulla facciata che proietteranno immagini olografiche tridimensionali.

"Il bisogno di protezione fa parte della vita quotidiana di ciascuno di noi – ha commentato **Nicola Maria Fioravanti**, responsabile della divisione *Insurance* di Intesa Sanpaolo –, per questo il nostro gruppo ha orientato da tempo la propria azione verso le necessità assicurative delle famiglie e delle impre-

se, che intendono proteggere adeguatamente la propria salute e i propri beni". Area X, ha aggiunto, stimolerà "l'interesse verso la cultura assicurativa, invitando i visitatori ad acquisire una maggiore consapevolezza dei propri bisogni reali, dei possibili imprevisti e dell'importanza di scelte informate, così da offrire un futuro più sereno a sé e ai propri cari".

Saranno disponibili postazioni in realtà virtuale che accompagneranno i visitatori alla scoperta del mondo della protezione, e un videowall che darà voce a contributi di diversi testimonial. La visita di snoderà fra situazioni pratiche, che consentiranno al partecipante di approfondire le proprie conoscenze assicurative. Al termine della visita sarà assegnato un punteggio e verrà rilasciato un commento che punta a creare consapevolezza sull'importanza di un'adeguata pianificazione assicurativa. "Area X – ha chiosato Fioravanti – ci fa comprendere l'importanza di una protezione adeguata, così da poter vivere con maggiore serenità la vita di tutti i giorni".

Giacomo Corvi

ROADSHOW 2019

Assicurare le strutture e i sanitari con i leader di mercato

La responsabilità sanitaria alla luce della Legge Gelli e degli emananti decreti attuativi sulle assicurazioni



Per **ISCRIZIONI**
www.assimedici.it
www.insuranceacademy.it

ASSIMEDICI
CONSULENZA ASSICURATIVA MEDICI





PRODOTTI

Cattolica per proteggere beni e famiglia

Active Casa&Persona unisce in un unico prodotto assicurativo molte coperture utili al nucleo familiare

Cattolica distribuisce tramite le agenzie un nuovo prodotto assicurativo per la protezione della famiglia, della persona e della casa. La formula proposta è quella della composizione modulare, in modo da agevolare la personalizzazione secondo le necessità del cliente.

Nella compilazione del set informativo di **Active Casa&Persona**, Cattolica ha posto particolare attenzione a un'esposizione semplice e diretta, utilizzando anche sintesi delle informazioni utili e dei contatti, testi fluidi e grafiche informative.

La protezione di **Active Casa&Persona** per la casa riguarda incendio, calamità naturali e furto, include anche l'assistenza con interventi di emergenza e una rete di artigiani. Grazie alla partnership con **Ima Protect**, la polizza prevede la possibilità di installare sistemi di sicurezza gestibili da smartphone e collegati a due centrali di tele sorveglianza. È stata inoltre inserita una tutela economica in caso di eventi catastrofici.

Le coperture per la persona sono declinate su quattro stili di vita (*metropolitano, digitale, dinamico, previdente*) con offerte definite per ogni stile ma indipendenti e integrabili.

Le coperture salute presentano nuove garanzie indennitarie per infortuni o interventi chirurgici da infortunio, malattia o parto. **Active Casa&Persona** prevede una sezione dedicata alla difesa del reddito e una per il cyber risk che include la responsabilità civile, la tutela legale, servizi quali l'analisi delle vulnerabilità e la protezione dell'identità digitale, e una garanzia contro cyber bullismo e cyber mobbing.

Con **Active Casa&Persona** è stata introdotta una sezione nuova dedicata alla protezione di cani e gatti domestici.

Per ottemperare alla normativa *Patti semplici e chiari* e migliorare l'esperienza del cliente, Cattolica ha lavorato su un nuovo layout che agevoli la comprensione dei contenuti. Oltre a utilizzare un look&feel pulito e minimale, sono state realizzate tre sezioni introduttive: *Tutto a portata di mano*, che contiene le indicazioni per scaricare l'app di compagnia e accedere alla home insurance; la sezione *Sempre al tuo fianco* che consente al cliente di trovare tutti i numeri utili di Cattolica; e infine, la sezione *Racconto introduttivo* che aiuta a comprendere l'importanza della copertura assicurativa dedicata alla casa e alla persona.

Maria Moro

PRODOTTI

Nuova polizza multiramo per Zurich

Con MultinvestPac il gruppo svizzero propone un piano di risparmio flessibile su base mensile



Zurich presenta **Zurich MultinvestPac**, un prodotto d'investimento multiramo con caratteristiche finanziarie e assicurative basato su un piano di accumulo a partire da 100 euro al mese.

MultinvestPac è stato progettato per incontrare una vasta platea di risparmiatori che possono accedervi senza capitale iniziale e con versamenti mensili a partire da 100 euro. La flessibilità è data dalla possibilità di scegliere la durata dell'investimento (tra i 10 e i 30 anni), di cambiare nel tempo la composizione del piano secondo le proprie esigenze. Il sottoscrittore può personalizzare il piano bilanciando il capitale tra linee di gestione separate e linee di gestione guidate, composte da fondi esterni; può inoltre effettuare versamenti aggiuntivi con un capitale minimo di 3.000 euro.

Grazie alla componente assicurativa, in caso di morte è prevista a favore dei beneficiari la liquidazione di un capitale, calcolato mediante un meccanismo di protezione dei premi investiti in funzione del momento in cui avviene il decesso dell'assicurato.

M.M.

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.itPer inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.it



INSURANCE Daily

● GIOVEDÌ 19 SETTEMBRE 2019

N. 1603



Convegno



insurance Trade®
WWW.INSURANCETRADE.IT

8 OTTOBRE 2019

MILANO ■ 09.00 - 17.30 ■ Palazzo delle Stelline, Corso Magenta, 61

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

- 09.00 - 09.30 - Registrazione
- 09.30 - 09.50 - **Il ruolo degli agenti nella customer experience omnicanale**
Presentazione dell'Osservatorio sulla Distribuzione assicurativa
Marco Barilli, sales director Italy & Greece di Toluna Italy
Giorgio Lolli, manager mercato e finanza di Scs Consulting
- 09.50 - 10.10 - **Risultati e programmi per la valorizzazione della rete agenziale**
Simone Salerni, direttore commerciale di Allianz
- 10.10 - 10.30 - **Prodotto assicurativo e trasparenza nei comportamenti: come cambia il rapporto tra compagnie e intermediari?**
Carlo Galantini, Galantini & Partners studio associato
- 10.30 - 10.50 - **Riorganizzare la professione di intermediario gestendo priorità, obblighi e responsabilità**
Andrea Dalla Villa, responsabile area sinistri di Cgpa Europe
- 10.50 - 11.10 - **Professional Indemnity: mercato, opportunità e soluzioni**
Marcello Lombardini, direttore sviluppo commerciale di ArgoGlobal Assicurazioni
- 11.10 - 11.30 - Coffee break
- 11.30 - 12.45 - **TAVOLA ROTONDA: L'evoluzione dell'intermediario professionista, tra problematiche e opportunità**
Vincenzo Cirasola, presidente di Anapa Rete ImpresAgenzia
Stefano De Polis, segretario generale di Ivass
Claudio Demozzi, presidente di Sna
Luca Franzì De Luca, presidente di Aiba
Vittorio Verdone, direttore corporate communication & media relation del gruppo Unipol
Luigi Viganotti, presidente di Acb
Ania ()*
- 12.45 - 13.00 - Q&A
- 13.00 - 14.00 - Pranzo
- 14.00 - 14.20 - **Tutelare il cliente valorizzando la sicurezza in auto**
Marco Lovisetto, general manager di Doctor Glass
- 14.20 - 14.40 - **Business travel, analisi dei bisogni e direttrici di sviluppo**
Riccardo Torchio, chief marketing & communication officer di Europ Assistance Italia
- 14.40 - 15.00 - **Il progetto di rappresentanza degli Agenti UnipolSai Associati (Aua)**
Angelo Colia, Paola Minini, Jean François Mossino, Nicola Picaro, Enzo Sivori, comitato dei presidenti di Aua, Agenti UnipolSai Associati
- 15.00 - 15.20 - **Gli intermediari e il superamento del concetto di ripristino**
Stefano Sala, amministratore delegato del gruppo per
- 15.20 - 15.40 - **Quando la rete agenziale è una leva competitiva**
Mario Guarnone, responsabile della distribuzione di Aviva Italia
- 15.40 - 16.00 - **Il vantaggio di fare squadra per gestire la complessità e sostenere il cambiamento**
Lucia Mauro, docente Cineas del Master in management & leadership skills
- 16.00 - 17.15 - **TAVOLA ROTONDA: L'agenzia del futuro, quali interventi sulla struttura organizzativa, l'operatività e la capacità di generare business?**
Roberto Conforti, presidente di Uea
Marco Lamola, direttore distribuzione canali professionali di Cattolica
Alessandro Lazzaro, responsabile della commissione distribuzione dell'Unione agenti Axa
Donato Lucchetta, presidente del Gruppo agenti Cattolica
Dario Piana, presidente del Gama e presidente del comitato dei gruppi aziendali di Sna
Sebastiano Spada, presidente di Ulias
Enrico Ulivieri, presidente del Gruppo agenti Zurich
- 17.15 - 17.30 - Premiazione agenti

Main sponsor:



Official sponsor:



Iscriviti su www.insurancetrade.it
Scarica il programma completo

(*) invitato a partecipare