

## PRIMO PIANO

### Cattolica, recessi sotto il 20%

Il numero delle azioni Cattolica oggetto di diritto di recesso non supera il limite del 20% meno un'azione del totale delle azioni emesse dalla società e quindi rappresentanti il totale del capitale sociale alla data della delibera di trasformazione. Questa soglia era "la condizione prevista dalla delibera di trasformazione in spa del 31 luglio 2020 per la relativa efficacia ed esecuzione", spiega un comunicato di Cattolica diffuso nella serata di ieri. Via libera, dunque, all'aumento di capitale della società e all'avvio della partnership con il gruppo Generali. Il termine per il diritto di recesso per i titolari di azioni Cattolica e per i soci che lo scorso 31 luglio non hanno approvato la trasformazione da cooperativa a Spa è scaduto il 24 settembre scorso.

Allo stato attuale, rivela il gruppo veronese, il diritto di recesso è stato esercitato per 20.294.811 azioni ordinarie di Cattolica, rappresentanti l'11,64% del capitale sociale ordinario, per un controvalore complessivo pari a 111.012.616,17 euro calcolato al valore di liquidazione di euro 5,47 per ciascuna azione. "Il dato è suscettibile di marginali aggiustamenti a seguito delle opportune verifiche sulle comunicazioni ricevute", precisa la società.

Per leggere la news completa, clicca qui.

B.M.

## INTERMEDIARI

### Uea, l'importanza di incontrarsi anche ai tempi del Covid

**Il 47esimo congresso annuale dell'Unione europea assicuratori si è svolto in presenza, a Venezia, nelle giornate del 25 e 26 settembre, per eleggere il nuovo consiglio direttivo**

Nei giorni 25 e 26 settembre Uea (Unione europea assicuratori) ha celebrato il suo 47esimo congresso nazionale a Venezia. L'appuntamento dell'associazione si è svolto nell'attuale contesto della pandemia, e in un momento certamente delicato e sfidante per il mondo dell'associazionismo in generale. Uea, dopo un'ampia e profonda discussione in seno al consiglio direttivo, ha deciso di mantenere il congresso in presenza, con l'intento, spiega una nota dell'associazione, "di ritrovarsi e ripensare, in modo concreto e creativo, il ruolo di Uea all'interno del mercato e il suo posizionamento strategico rispetto alle sfide del prossimo futuro". Questa decisione è stata "fortemente voluta" dal consiglio direttivo per rispondere alla precisa volontà "di riaffermare e valorizzare l'importanza della relazione per un'associazione che vive dell'amicizia, del confronto e dello scambio di esperienze tra i soci, provenienti da tutta Italia e rappresentanti di tutte le compagnie del mercato".



Roberto Conforti, presidente di Uea

#### IL NUOVO CONSIGLIO DIRETTIVO

In particolare, i lavori del venerdì sono stati incentrati sul futuro dell'associazione e le risultanze di quanto emerso costituiranno il piano triennale di progetti e iniziative, che sarà divulgato una volta approvato dal direttivo.

La partecipazione attiva dei soci si è concentrata sui driver di sviluppo delle attività associative e sui temi rispetto ai quali "sarà importante dedicare attenzione e far sentire la voce di Uea": tra questi, in particolare, l'associazione indica "la tutela del consumatore, della concorrenza e di un mercato sano e regolato; il fondamento etico della professione di agente; il coinvolgimento delle università, dei centri del sapere e delle associazioni di categoria nelle iniziative di studio e ricerca Uea".

L'assemblea di sabato mattina ha visto la lettura della relazione annuale del presidente **Roberto Conforti** e l'elezione del nuovo consiglio direttivo, che sarà in carica fino al 2023.

I soci presenti con diritto di voto, e coloro che hanno fatto pervenire la loro delega, hanno scelto quali consiglieri (in ordine alfabetico): **Alberto Balzotti** (nuovo ingresso); **Fabio Boni** (nuovo ingresso); **Francesco Carpené**, **Mario Cipriano**; **Carlo Colombo**; **Roberto Conforti**; **Anna Fasoli**; **Filippo Gariglio**; **Marina Robino**; **Roberto Sanna**; **Alfonso Santangelo**. Nella prima seduta utile, prevista a metà ottobre, i nuovi consiglieri provvederanno a nominare presidente, vice presidente e segretario tesoriere dell'associazione.

#### I CAMBIAMENTI E LE CONSEGUENZE DEL LAVORO DA REMOTO

Protagonista della seconda giornata dei lavori, come anticipato, è stata la relazione del presidente Conforti, che è partita con una panoramica su alcune delle più evidenti "storture, inefficienze e aberrazioni burocratiche che contraddistinguono il Sistema Italia", spaziando dall'ambito assicurativo alla pubblica amministrazione. (continua a pag. 2)

(continua da pag. 1)

Un corposo passaggio è stato dedicato al Covid-19, rispetto al quale Conforti ha citato diverse fonti e cifre ufficiali per delineare il quadro generale della sanità pubblica e l'urgenza di una collaborazione pubblico-privata secondo un "modello catastrofale".

Il presidente di Uea ha poi analizzato i principali cambiamenti, e le relative conseguenze, del lavoro da remoto, rilevando come questo abbia "immediatamente elevato il rischio (da tutti sottovalutato anche prima della pandemia) del furto dei dati e dell'utilizzo fraudolento degli stessi" e provocato "una accelerazione dell'automazione della forza lavoro, con possibili ricadute sull'occupazione, sull'aumento delle diseguaglianze sociali (vero rischio al quale porre la massima attenzione) con le relative conseguenze sulla salute mentale dei cittadini più esposti, sulla coesione sociale e sull'ordine pubblico".

Con riferimento alle realtà agenziali, Conforti ha sottolineato l'accresciuta importanza della comunicazione, definita "il collante che unisce l'organizzazione".

Nello specifico, quando la crisi passerà, "se avremo ben utilizzato questo collante, il personale sarà più fedele, perché maggiormente coinvolto e consapevole delle priorità economiche, sociali e ambientali. Restare connessi con i clienti, verificare i loro protocolli di sicurezza al fine di renderli compatibili con i nostri; verificare le alternative disponibili per raggiungere il miglior risultato possibile anche cambiando priorità, metodi di comunicazione e strumenti tecnologici per lavorare da remoto, affrontando il vuoto lasciato dalla mancanza di contatto fisico. Addestramento all'utilizzo di nuove metodologie e strumenti tecnologici, predisposizione di linee guida e kit di strumenti, anche con l'aiuto di esperti del settore, sono gli atout necessari per gestire al meglio la nuova realtà".

## I RISCHI DELLA NUOVA NORMALITÀ

A partire da queste considerazioni, Uea ha ideato il progetto *Eureka*, oggetto di un capitolo dedicato della relazione del presidente.

Altri passaggi sono stati focalizzati sulle linee guida in materia di protezione dei lavoratori e dei clienti e alla possibilità di darsi di una attestazione di conformità, secondo un protocollo messo a punto da **Asacert**, composto da 14 punti sulla sicurezza e salubrità dei locali, chiamato *Regolamento di attestazione protocollo Covid protection*.

Conforti ha quindi passato in rassegna quelli che considera "i principali rischi della nuova normalità" post-Covid, con un'approfondita disamina dell'impatto della pandemia sulle agenzie di assicurazione, dell'evoluzione dei bisogni e dei comportamenti di acquisto dei consumatori e dei diversi temi di compliance correlati all'adeguatezza dei prodotti, con particolare riferimento alle responsabilità degli intermediari.

Nella parte conclusiva della sua relazione, il presidente di Uea ha sottolineato il fatto che "le polizze di assicurazione sono contratti complessi, scritti in un linguaggio incomprensibile. La legge – ha osservato – affida a noi il compito e la responsabilità di renderle chiare e intelleggibili ai nostri clienti effettivi o potenziali; a noi il compito, la responsabilità e la dimostrazione che gli stessi abbiano compreso". (continua a pag. 3)



**CRESCITA**  
e **SOSTENIBILITÀ**  
del **BUSINESS**

**INSURANCE DIGITAL WEEK**  
12-16 Ottobre **2020**

Insieme  
per accelerare  
il cambiamento

**CRIF**  
Finance Meeting 2020



© Pattanaphong Khunkeaw - iStock

(continua da pag. 2)

Per Conforti, tuttavia, "assolvere questi obblighi in maniera sostanziale, dandone dimostrazione compiuta, è semplicemente impossibile, di conseguenza a noi restano le sanzioni e le richieste di danni da responsabilità civile professionale. Possiamo cercare di adempiere in maniera formale (oppo- nendo il vecchio brocardo "nemo ad impossibilia tenetur") e andare oltre, verso l'etica comportamentale, utilizzando il mo- dello organizzativo predisposto da Uea".

## UN CAMBIAMENTO DI MENTALITÀ PER L'INTERMEDIARIO

Secondo Conforti, i nuovi bisogni di protezione, dalla tutela legale alle malattie, dalla mobilità alla Rc generale, dai danni indiretti al cyber risk, "amplificano il nostro ruolo di consulenti di fiducia e la necessità, oggi più che mai (alla faccia dei canali digitali e remoti), della nostra vicinanza fisica ai nostri clienti".

Queste nuove sfide richiedono un nuovo modo di pensare, "un cambiamento di mentalità volto a una analisi olistica sulla identificazione e gestione delle minacce specifiche, ed una flessibilità di comprensione dei possibili futuri scenari; perché è difficile sapere da dove arriverà il prossimo disastro". Oggi l'unica certezza è che l'incertezza continuerà, "e il nostro compito è quello di valutare le vulnerabilità dei nostri assistiti, per imparare ed attuare misure che aiuteranno noi e i nostri clienti a mitigare e gestire il prossimo evento catastrofico; compito impegnativo e difficile anche senza passare dalle polizze parametriche oggi tanto di moda".

Conforti ha poi concluso ricordando che, a fronte "delle difficoltà evidenziate, della bulimia normativa, e della enorme necessità di competenze, che fa di ciascuno di noi un supereroe, scorrazzano per le case delle famiglie italiane, ancora oggi, migliaia di sedicenti promotori mutualistici i quali, al sol- do di centinaia di società di mutuo soccorso, spacciano poliz- ze assicurative o garanzie assicurative in totale violazione, gli uni e le altre, di tutte le norme esistenti. Questo nonostante Uea abbia presentato da anni due esposti a Ivass e al Mise, a ogni inutilmente".

Beniamino Musto

## SUBAGENTI

# Dalla fattura di consulenza alla privacy

Un workshop organizzato da Ulias approfondirà i principali cambiamenti che interessano gli iscritti in sezione E. Appuntamento il 23 ottobre a Enna



Dopo il lockdown, e osservando scrupolosamente le direttive per il contrasto alla diffusione del Covid-19, Ulias organizza il primo incontro in presenza fisica rivolto agli intermediari di sezione E. L'appuntamento è fissato per il 23 ottobre a Enna, presso il Federico II Palace Hotel. L'obiettivo dell'incontro è in primis quello di fare chiarezza sulla consulenza remunerata da parte degli iscritti in sezione E, ma sarà anche l'occasione per preparare i subagenti alla nuove direttive che entreranno in vigore il 31 marzo 2021. Durante il seminario saranno osservate tutte le indicazioni per contrastare la diffusione del Covid-19. Il numero massimo sarà di 60 partecipanti. A ogni partecipante sarà consegnata una mascherina e un gel igienizzante da 100 ml.

La giornata inizierà alle ore 9 con la registrazione dei partecipanti. I lavori veri e propri partiranno alle 9.30 con l'introduzione del presidente di Ulias, **Sebastiano Spada**, cui seguirà la presentazione, del progetto *Digital innovation sub agency*, del servizio Otp per subagente. Subito dopo si terrà un approfondimento sul tema Gdpr e privacy, cosa fare e come adeguarsi, che vedrà come relatori **Laura Lucchi** e **Paolo Baldassarre**, entrambi cyber solving presso **Asc Consulting**. Alle ore 12 l'avvocato **Alessandro Bugli**, dello studio legale Taurini-Hazan, parlerà di fattura di consulenza, vendita abbinata, i nuovi modelli 3 e 4 e il nuovo regolamento Ivass in vigore a partire dal 31 marzo 2021.

Il seminario si concluderà alle ore 13.30 con il test finale, al superamento del quale il partecipante potrà vedere riconosciute quattro ore di crediti formativi Ivass per l'anno 2020.

B.M.



L'OPINIONE

## Salute e approccio ecosistemico nella definizione del prodotto assicurativo

**La concorrenza di mercato di banche e big tech impone un ripensamento del business model tradizionale: il dato non può più essere utilizzato per la definizione del premio, ma deve diventare parte della costruzione di un'offerta di servizi**

I media hanno dato particolare risalto al fatto che **Alexa**, che fa capo a **Amazon**, e **DeepMind**, propaggine di **Alpha-bet** e quindi parte dell'universo **Google**, abbiano entrambe firmato dei contratti con il servizio sanitario nazionale del Regno Unito. Alla fine dell'anno scorso, prima della emergenza sanitaria, **Facebook** ha lanciato invece *Preventive Health*, uno strumento che consiglia agli utenti di sottoporsi a controlli regolari in base all'età e al sesso.

Come abbiamo visto in un precedente contributo, non serve solo entrare nel merito di analisi e riflessioni sulla questione del grande fratello rappresentato dai big player globali delle nuove tecnologie, un tema che ha indubbiamente importanti impatti legali, etici e persino democratici. Ciò su cui vogliamo soffermarci è il fatto che questi competitor esistono nel settore assicurativo, a maggior ragione in un'epoca in cui conviviamo con l'emergenza legata al Covid-19, e che con essi bisogna confrontarsi.

### Andare oltre, con i dati

Per affrontare questi colossi, le compagnie, che già si scontrano con banche che sempre più investono nell'offerta di prodotti assicurativi, devono certamente partire dai dati, ma leggerli in una nuova luce. Per le assicurazioni, da che mondo è mondo, è naturale servirsi dei dati, se non altro per valutare l'incidenza della probabilità di rischio e la conseguente definizione di un prodotto adeguato.

Tuttavia, partendo dai dati, finora le compagnie si sono quasi sempre focalizzate sulla definizione del premio, quasi che l'analisi dei dati e del rischio di sinistro indicasse in modo consequenziale e deterministico il prezzo. Una visione miope: il prezzo andrebbe letto e interpretato come una delle variabili che concorrono alla definizione dell'offerta, insieme al target di clientela che si vuole raggiungere, ai contenuti del prodotto che devono evolvere nel tempo ed essere sempre più personalizzati sulle specifiche esigenze dei clienti, agli strumenti (e qui torna la questione del digitale) con cui entrare in contatto con gli stessi clienti, fino

a come promuovere il prodotto (con il digitale che ritorna e nel futuro giocherà sempre più la parte del leone). È in questo contesto che si apre l'opportunità di andare oltre. Utilizzare i dati, la conoscenza che la compagnia ha del cliente per puntare all'approccio di ecosistema, ovvero alla costruzione di un sistema di partnership e joint venture con aziende terze, *fintech* ed *insurtech* fortemente sinergiche con il business della compagnia.

### Polizze e servizi

Alla base di questo paradigma sta la capacità di associare al prodotto assicurativo tradizionali e nuovi servizi: pensiamo nell'area della salute ai servizi di telemedicina; a un call center che sappia davvero fare consulenza, soprattutto a valle di un sinistro (quindi in uno stato di bisogno effettivo); alla possibilità di consultare un guru della medicina per avere una seconda opinione su una diagnosi ricevuta particolarmente importante; a un servizio di indirizzamento verso le strutture sanitarie più efficienti e più adeguate a rispondere alle specifiche esigenze del cliente; fino ad arrivare, perché no?, a un network di strutture sanitarie attivamente monitorate dalla compagnia assicurativa. Un cliente è sempre disposto a spendere di più se gli si offre un miglior servizio, ma oggi, troppo spesso, alla prova dei fatti (ossia del sinistro), la compagnia si limita a pagargli la prestazione.



**Maurizio Primanni,**  
ceo di Excellence Consulting

### Insurance Daily

**Direttore responsabile:** Maria Rosa Alaggio [alaggio@insuranceconnect.it](mailto:alaggio@insuranceconnect.it)

**Editore e Redazione:** Insurance Connect Srl – Via Montepulciano 21 – 20124 Milano

**T:** 02.36768000 **E-mail:** [redazione@insuranceconnect.it](mailto:redazione@insuranceconnect.it)

Per inserzioni pubblicitarie contattare [info@insuranceconnect.it](mailto:info@insuranceconnect.it)

## XVIII CONVEGNO Benpower

Venerdì 16 ottobre in diretta web

### IL CAMBIAMENTO

Pianificare e reagire alle emergenze.

- 10.00**      **Introduzione**  
**Ben Isufaj**, Amministratore e Fondatore di Benpower
- 10.10 - 11.20**      **Tavola rotonda: Preparati all'imprevedibile**  
**Daniele Barini**, Presidente Anpre  
**Claudio Gava**, Responsabile Divisione Sinistri Itas  
**Paolo Iurasek**, Vice Presidente Anapa Rete ImpresAgenzia  
**Massimo Lordi**, Placement Officer Wholesale Insurtech Network  
**Lorenzo Spagna**, Presidente CdA Rda Servizi e Direttivo Assiprovider  
**Anna Vaglietti**, Presidente Women in Insurance Network e socio Aipai  
**Luigi Viganotti**, Presidente Acb Associazione Categoria Brokers  
modera **Maria Carolina Balbusso**,  
Responsabile Marketing e Comunicazione Benpower
- 11.20 - 11.30**      **Nuovi paradigmi**  
**Massimo Michaud**, Presidente Cineas
- 11.30 - 12.30**      **Interviste di Maria Rosa Alaggio**,  
Direttore Responsabile Insurance Review  
- **I contenuti di una strategia per la gestione delle emergenze**  
**Lorenzo Bizio**, Responsabile Sinistri Property Generali Italia  
- **L'innovazione nel processo di conduzione dei sinistri property**  
**Sergio Ginocchietti**, Dirigente Liquidazione Property UnipolSai  
- **Sinistri e servizio, un binomio in evoluzione**  
**Luca Nava**, Head of Claims Allianz Global Corporate & Specialty
- 12.30**      **Conclusione**  
**Renato Vecchio**, Direttore Network Assicurativo Benpower

CLICCA QUI PER REGISTRARTI  
GRATUITAMENTE AL CONVEGNO ONLINE