

PRIMO PIANO

L'uscita di scena di Bedoni

Il presidente di Cattolica, Paolo Bedoni, ha confermato ieri davanti alla commissione parlamentare di inchiesta sul sistema bancario, che non si ricandiderà per il rinnovo del cda della compagnia veronese. "Con la trasformazione di Cattolica da cooperativa a società per azioni dal prossimo primo aprile – ha detto – ritengo di aver concluso il mio compito", confermando che l'attuale cda si presenterà interamente dimissionario alla prossima assemblea del 14 maggio.

Quanto ai rilievi dell'Ivass, che nella sua relazione ispettiva ha puntato l'indice proprio contro di lui, parlando di "governance carente e foriera di rischi gestionali", Bedoni si è difeso spiegando che "in questi anni, con cda coesi, abbiamo difeso i valori e lo spirito della compagnia dall'approccio alla finanziarizzazione, in voga negli ultimi 20 anni, i cui risultati abbiamo drammaticamente vissuto nel sistema bancario italiano, ma non in quello assicurativo".

Anche sul fronte delle recenti difficoltà patrimoniali del gruppo, che hanno reso necessario l'aumento di capitale, Bedoni ha voluto rivendicare che il gruppo è "solido, resiliente e capace di stare sul mercato in modo competitivo". Per leggere la news completa, clicca qui.

Beniamino Musto

MERCATO

Banche, assicurazioni: il futuro non aspetta

Nell'ultimo report di Efma, gli analisti affermano che il 2020, con l'inizio della pandemia, è servito da acceleratore per le tendenze già in atto, in primis guardando alle trasformazioni digitali. Il settore del credito e il comparto dei rischi possono trovare un nuovo ruolo e restare rilevanti: ma solo a certe condizioni

In una crisi come quella che stiamo vivendo, c'è la tendenza a credere che tutto cambierà in modo permanente, che aziende e persone siano costrette dall'oggi al domani a ripensare completamente il modo in cui vivono. In questi mesi, le istituzioni finanziarie hanno dovuto garantire la continuità delle operazioni e la fornitura di servizi, mentre le persone, molte delle quali avevano già iniziato la migrazione dalle interazioni fisiche a quelle virtuali (soprattutto nel settore bancario), sono diventate ancora più dipendenti dai loro smartphone per gestire la loro intera vita finanziaria.

Tuttavia, ne sono convinti gli analisti che hanno redatto l'ultimo report di Efma, *Efma Review 2021: Navigating disruption*, è probabilmente esagerato affermare che tutto sia cambiato a causa della pandemia. È invece più probabile che lo scorso anno sia servito da importante acceleratore per le tendenze già in atto, in primis guardando alle trasformazioni digitali.

IL 2020, UN CATALIZZATORE DEL CAMBIAMENTO

Le aziende con le migliori prestazioni avevano abbracciato già da tempo questo sviluppo, distinguendosi dai loro concorrenti e consentendo di gestire questa crisi con minori disagi. Ora, anche quelle aziende che avevano resistito alle necessarie trasformazioni sono state costrette a modificare radicalmente il modo in cui fanno affari. Con la prossima generazione di lavoratori e di clienti, che cercano una maggiore flessibilità digitale in tutti gli aspetti della loro vita, il 2020 si è rivelato un catalizzatore per il cambiamento e le istituzioni finanziarie hanno riconosciuto "l'urgente necessità di innovare e fornire vero valore ai propri clienti".

(continua a pag. 2)



INSURANCE REVIEW
È SU LINKEDIN

Segui la pagina

INSURANCE
REVIEW

in

(continua da pag. 1)

LE DIFFICOLTÀ DELLE PMI

Questi anni sono stati particolarmente difficili per le Pmi. Quando la pandemia ha iniziato a dilagare, le persone e le aziende di tutto il mondo non sapevano cosa aspettarsi. Le Pmi si sono trovate in una posizione particolarmente precaria, date le loro dimensioni e la natura personale di molte delle loro attività.

Tuttavia, alcuni settori hanno dimostrato di tenere più di altri: tra questi le banche che si sono attivate per fornire il supporto necessario. Mentre gli stessi istituti stavano adattando i loro processi per mantenere la continuità operativa, sono anche stati in grado di fornire aiuti fondamentali per la sopravvivenza dei loro clienti Pmi. Non si tratta ovviamente di beneficenza: anche in questo contesto è possibile fare business.

BANCHE, UN NUOVO RUOLO PER UN FUTURO MIGLIORE

Una recente ricerca di **Bcg** mostra come la redditività delle banche che lavorano molto con le Pmi possa essere notevolmente migliorata. Adattando e digitalizzando i modelli, le banche possono trasformare il loro rapporto con le aziende più piccole. Scegliendo la giusta strategia digitale, possono costruire modelli di vendita più intelligenti per semplificare le loro operazioni e migliorare significativamente l'esperienza del cliente, portando a maggiori entrate e minori costi operativi. L'esperienza di Bcg suggerisce che le banche che spostano il loro segmento Pmi verso modelli digitali, basati sui dati, possono aumentare i ricavi del 15-20% e ridurre i costi del 15-30%, aumentando infine il loro ritorno sul capitale del 15-25%.

Secondo Efma è questo il momento di dimostrare una maggiore responsabilità da parte del settore bancario, e il riconoscimento del ruolo che il comparto può svolgere nella creazione di un futuro migliore. Ciò significa adottare strategie proattive sulla sostenibilità e modelli di business nuovi, ispirati alla diversità e all'inclusione.

UN'ASSICURAZIONE PER IL POST-COVID

Come nel settore bancario e delle Pmi, le preferenze e i comportamenti dei clienti stanno guidando la trasformazione anche del comparto assicurativo. Secondo gli analisti, il percorso migliore, e forse l'unico, per gli assicuratori che cercano di rimanere rilevanti nella vita dei loro clienti è trasformare il modello di business in senso digitale.

Una componente chiave di questa trasformazione è lo sviluppo e il consolidamento degli ecosistemi assicurativi. Gli assicuratori stanno costruendo piattaforme imponenti, con più offerte e punti di contatto per i loro clienti. Per fare ciò, è sempre più comune il ricorso alle insurtech che stanno portando sul mercato prodotti più digitali e di facile comprensione per i clienti. L'economia della condivisione, la tecnologia indossabile (wearable), l'IoT sono solo alcune delle aree in cui gli assicuratori stanno proponendo nuove offerte. I precedenti paradigmi assicurativi sono in via di estinzione e stanno prendono il loro posto nuovi modelli, servizi e tecnologie su misura per il consumatore post-Covid-19.

UNA CULTURA DEL CAMBIAMENTO

Sono tante le sfide all'orizzonte per il settore assicurativo, ma gli assicuratori sanno che per rimanere rilevanti nella vita dei loro clienti, è fondamentale innovare continuamente: quelle imprese che stanno sfruttando questo momento con una prospettiva incentrata sul digitale si stanno preparando per il successo in futuro. Ma si tratta di un processo d'innovazione, di un viaggio, non di cambiamenti meccanici: ancora una volta, c'è bisogno, soprattutto nel comparto dei rischi, di una cultura del cambiamento e dell'innovazione, che guardi al futuro.

Secondo **Rob Galbraith**, analista tra i più esperti, e autore del libro *La fine dell'assicurazione come la conosciamo, c'è troppo dibattito sul fatto se l'insurtech sia veramente dirompente o semplicemente evolutiva: "coloro che discutono di questa distinzione – ha affermato – perdono la verità più importante: il futuro dell'assicurazione si sta plasmando oggi nel presente".* Le domande che il mercato dovrebbe farsi sono: chi cambia il settore? In quali modi? Quanto velocemente? "Sarai uno dei leader che determinano il futuro dell'assicurazione se la tua organizzazione stabilirà il nuovo standard con cui gli altri si misureranno: il futuro non aspetta il momento giusto", ha chiosato Galbraith.



Fabrizio Aurilia

Il passaggio generazionale, questo sconosciuto

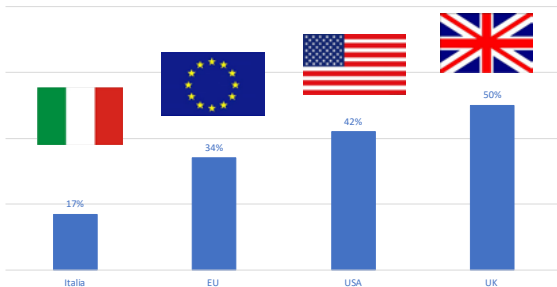
L'età media degli imprenditori italiani è in aumento ma solo il 55% ha pensato a come gestire la successione in azienda. Più che come un cambio repentino è un momento che va governato secondo un processo pianificato per tempo

Nei prossimi venti anni in Italia oltre 800 miliardi di euro di patrimonio mobiliare, immobiliare e aziendale saranno interessati dal trasferimento da una generazione a un'altra.

Solo il 17% degli italiani ha affrontato e risolto il tema del passaggio generazionale, contro una media europea del 34%, del 42% in UK e del 50% in Usa (grafico 1).

GRAFICO 1

Quanti hanno già affrontato il tema del "passaggio generazionale"? In Italia ampi spazi di miglioramento



Fonti: FINER* Finance Mirror 2018-2020 e rielaborazioni FINER su dati Ufficio centrale degli Archivi Notarili, dati Comunità Europea, Principal Registry of the Family Division UK, Probate & Surrogate Court USA

Tra gli imprenditori il dato cresce al 55%, ma è ancora basso se consideriamo che l'età media dei titolari d'impresa italiani è di 68 anni e cresce di anno in anno.

Tra gli obiettivi del passaggio generazionale per gli imprenditori non vi è solo la preservazione del patrimonio per gli eredi ma anche l'individuazione di nuove risorse per la propria impresa (grafico 2).

Gestire il trasferimento del patrimonio in anticipo, in modo efficiente e strutturato, è determinante per la valorizzazione degli asset liquidi e illiquidi.

Il ricambio generazionale è complesso e molti imprenditori si rifiutano di affrontarlo perché spesso può essere traumatico: alla dimensione economico-finanziaria o di pura successione nell'impresa si affiancano quasi sempre dinamiche di tipo relazionale e familiare.

Il ricambio generazionale va affrontato considerando al

GRAFICO 2

La preservazione del patrimonio per gli eredi ma anche nuove risorse per la propria impresa, questi gli obiettivi degli imprenditori italiani



© FINER* Finance Explorer | Fonte ricerca: il contributo del consulente finanziario alla crescita dell'economia reale del paese | Nicola Ronchetti | ANASF CONSULENTIA 2019

contempo famiglia, patrimonio e impresa, e non come un evento ma un processo graduale, composto da un insieme di fasi di cui la prima è quella della pianificazione.

Solo adottando questa prospettiva il passaggio potrà essere un'opportunità di crescita più che un momento di crisi. (continua a pag. 4)



GRAFICO 3

La sensibilizzazione sulle tematiche successorie passa da un'attivazione del professionista o da fattori esogeni (imprevisti e normativa)



(continua da pag. 3)

La sensibilizzazione sulle tematiche successorie sembra passare soprattutto da un'attivazione di un professionista esterno (grafico 3) capace di garantire un approccio imparziale e oggettivo nell'identificazione di soluzioni gestionali, finanziarie e di protezione del patrimonio.

Commercialisti, notai, consulenti finanziari, private banker, agenti e broker assicurativi hanno quindi una grande opportunità ma anche una responsabilità sociale nel contribuire a garantire la continuità aziendale dei loro clienti imprenditori.

Nicola Ronchetti,
founder e ceo di Finer

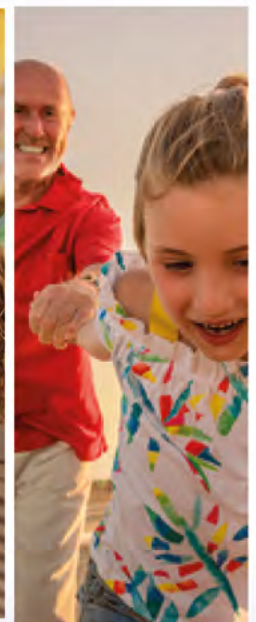


SOCIETÀ E RISCHIO
L'INFORMAZIONE PER UN MONDO CHE CAMBIA

RIVISTA ON LINE DI CULTURA
DEL RISCHIO E CULTURA ASSICURATIVA

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

www.societaerischio.it



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