

PRIMO PIANO

IE, bene gli sforzi sulle pensioni

Insurance Europe plaude all'impegno della Commissione Europea per garantire pensioni adeguate in tutto il continente. Commentando il green paper dell'esecutivo comunitario sull'invecchiamento della popolazione, la federazione degli assicuratori europei ha sottolineato l'importanza di riconoscere "il contributo che un assetto a più pilastri può offrire nell'assicurare la sostenibilità e l'adeguatezza dei sistemi previdenziali". Nello specifico, secondo Insurance Europe, è necessario che i prodotti pensionistici restino convenienti e attenti per la clientela, attraverso, per esempio, incentivi fiscali che possano consentire agli assicuratori di "continuare a svolgere un ruolo fondamentale nella fornitura di assistenza a lungo termine". Inoltre, prosegue la federazione, serviranno nuovi "modelli per rendere la copertura più accessibile alla popolazione". Insurance Europe ha sollecitato la Commissione Europea a promuovere fra gli Stati membri partenariati fra pubblico e privato. Intanto, Eiopa ha lanciato un'indagine sui Pepp, prodotti pensionistici individuali pan-europei che potranno essere commercializzati nel continente a partire dal prossimo 22 marzo: gli operatori interessati a partecipare, assicurazioni comprese, potranno lasciare le loro osservazioni sul portale dedicato entro il 31 maggio.

G.C.

RICERCHE

Le imprese escono dalla crisi più aperte e innovative

Il 36,5% delle imprese italiane prevede per quest'anno una crescita del fatturato fino al 20% rispetto al 2020. Per raggiungere l'obiettivo puntano su digitalizzazione, filiere nazionali e sulla costruzione di un ecosistema con i business partner

Durante i mesi del lockdown e quelli trascorsi da allora la maggioranza delle imprese italiane non è rimasta ad attendere e ha reagito nell'immediato con i mezzi a disposizione, spesso facendo leva sulle potenzialità fino a quel momento non espresse, ma anche monitorando i cambiamenti del mercato e pianificando in parallelo nuove strategie per affrontare la ripartenza.

È un po' un bicchiere mezzo pieno quello che emerge dalla survey realizzata da **Duff & Phelps**, una divisione di **Kroll**, su oltre un centinaio di figure apicali in imprese attive nei principali settori produttivi italiani e che risiedono nelle regioni a maggiore impatto sul Pil nazionale. La survey ha indagato gli esiti delle restrizioni dell'ultimo anno, dai mesi del lockdown fino a fine 2020, e le prospettive che gli intervistati intravedono per l'anno in corso.

Senza dubbio il 2020 ha avuto un impatto su tutti i settori (in qualche caso anche con esiti positivi)", ma emergono capacità di reazione diverse, "dovute in parte alla centralità dell'ambito di appartenenza rispetto alle esigenze di mercato che si sono affermate con il Covid, in parte alla capacità delle imprese di trovare risorse per reagire in tempi brevi. Oltre a strategie basate sul proprio rapporto con il mercato, le aziende stanno valutando quali siano le iniziative più opportune da intraprendere spaziando tra governance, innovazione, digitale.

LO SCORSO ANNO SOLO IL 13% È CRESCIUTO

La fine del 2020 ha fatto segnare un fatturato in contrazione per due imprese su tre tra quelle intervistate, nella maggior parte dei casi con un calo tra il 10% e il 50%, quelle che non hanno evidenziato particolari effetti sul giro d'affari sono il 21%, mentre il 13% del campione intervistato afferma di aver avuto una crescita dei ricavi.

Dopo un anno difficile, le riaperture graduali e la prospettiva che vaccino e cure possano essere un contrasto reale al virus, fanno intravedere alle imprese un 2021 moderatamente positivo, come effetto del rimbalzo della ripartenza. Il 41,7% dei manager intervistati attende per le proprie imprese un fatturato in crescita nei primi sei mesi del 2021 o nel corso dell'anno, il 21,7% si aspetta ricavi stabili, ma un non trascurabile 36,6% ne prevede la riduzione (per circa il 9% il calo è previsto inferiore al 10%, per gli altri è superiore, con la fetta maggiore, 16% circa del totale, collocata su perdite tra il 10% e il 20%). Il 41% delle imprese che attende quest'anno una crescita di fatturato è composto principalmente da quelle, circa il 23% del totale, che crescerà sotto il 10%.

Anche il ritorno ai volumi di fatturato pre-crisi non avverrà per tutti in tempi brevi: a fronte di un 39,1% che raggiungerà l'obiettivo nel 2021, il 40% delle aziende pensa di dover attendere il 2022 per recuperare il livello di ricavi del 2019, mentre un quinto (20,9%) teme di dover andare anche oltre il prossimo anno. (continua a pag. 2)



(continua da pag. 1)

LA DIGITALIZZAZIONE PERCORSO PREFERENZIALE

Per raggiungere gli obiettivi di crescita, un intervistato su cinque ritiene fondamentali orientarsi alla digitalizzazione, sia per l'applicazione nell'efficiamento dei processi e dell'organizzazione, sia per andare incontro a un mercato in cui le abitudini dei consumatori sono cambiate ed è stata superata la barriera verso l'intermediazione digitale.

È stato proprio sulla spinta della pandemia e delle misure di contenimento che alcune organizzazioni hanno accelerato verso un utilizzo più pervasivo delle tecnologie informatiche, che si è trasformato in benefici per l'impresa: smartworking e nuove modalità di lavoro sono state perseguite dal 41,7% delle imprese intervistate, il 25,2% ha puntato a una maggiore digitalizzazione dei processi e il 13% ha operato per sviluppare nuovi modelli di business.

"L'emergenza pandemica, pur tra mille difficoltà, ha rappresentato un forte propulsore di innovazione, organizzazione e evoluzione per le aziende italiane, introducendo nuovi modi di pensare, trasformando i processi di business e l'organizzazione del lavoro, cambiando l'approccio commerciale e impattando anche i modelli produttivi. La survey ha messo in evidenza la grande rilevanza della globalità degli asset intangibili come spinta per la ripartenza", ha osservato **Enrico Rovere**, managing director della practice valuation advisory di Duff & Phelps, in una nota dell'azienda.



COME VALORIZZARE IL KNOW-HOW

Interpellate su quale ambito intendono puntare per basare la ripartenza, il 20,9% delle aziende ha infatti indicato la digitalizzazione come fattore prioritario; come seconda voce (13,9%) è stato indicato il potenziamento delle filiere italiane, una scelta utile a mantenere il know-how, l'innovazione e la proprietà intellettuale all'interno nel nostro Paese. L'adattamento è fattore segnalato come fondamentale per il 13% degli intervistati, convinti dell'importanza della flessibilità organizzativa e della capacità di riconvertire e adeguare la produzione; sempre un 13% ha invece indicato l'importanza della formazione e la valorizzazione dei talenti presenti all'interno delle organizzazioni (indicazione non estranea alla necessità di puntare sulla digitalizzazione e sull'innovazione). Infine, l'11,3% del campione pensa di orientarsi su investimenti in ricerca & sviluppo; una percentuale analoga guarda a operazioni di fusione e aggregazione, e meno del 10% pensa a una diversificazione delle attività. Da notare che oltre due intervistati su tre non ritengono di avere necessità di operazioni di finanza straordinaria nel prossimo futuro, mentre il 28,7% è disponibile a valutare una fusione con un altro player del settore o l'entrata nella compagine azionaria di un fondo o di un nuovo investitore di minoranza.

CHI AIUTA LE IMPRESE

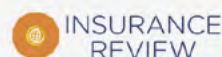
La pandemia è una difficoltà esterna al mondo imprenditoriale, un evento che impatta sul business ma non è controllabile. Questa situazione ha messo le imprese nella necessità di "navigare a vista", una condizione che diventa meno difficoltosa se non si è da soli. Questa conclusione emerge dai risultati dell'indagine rispetto all'aiuto che le aziende si attendono per ripartire: al primo posto c'è il ruolo di un Governo credibile e forte (42,6%), ma il 37,4% degli intervistati punta sui business partner, la cui funzione è di creare un ecosistema virtuoso che collabori per obiettivi comuni e di cui fanno parte imprese, società di consulenza, associazioni di categoria, istituzioni finanziarie e agenzie governative. Il 13,9% degli intervistati sottolinea il ruolo dei giovani talenti, risorse su cui puntare per la familiarità con gli strumenti digitali e per la capacità di essere flessibili di fronte ai nuovi scenari evolutivi e a nuovi schemi di lavoro.

Maria Moro



INSURANCE REVIEW
È SU FACEBOOK

Segui la nostra pagina



CARRIERE

Cineas, Massimo Michaud confermato alla presidenza

Guiderà il consorzio universitario fino al 2024

Massimo Michaud resta presidente di **Cineas**. Il cda e l'assemblea del consorzio universitario, riunitisi in via telematica lo scorso 22 aprile, hanno confermato all'unanimità il mandato che era stato affidato per la prima volta al top manager nel 2018. Michaud resterà in carica fino al 2024.

"Il Cineas opera da sempre per la diffusione della cultura del rischio: nel contesto attuale, abbiamo potuto osservare un'augmentata sensibilità sui temi della gestione dei rischi e, contestualmente, un rapido adattamento dell'attività produttiva", ha commentato in una nota Michaud. "Il nostro progetto continua a evolvere al servizio della società e delle imprese. Per i prossimi anni – ha proseguito – l'obiettivo è quello di mettere a disposizione le esperienze del mondo assicurativo per gestire i rischi post-pandemici e per promuovere la conoscenza dei rischi, con proposte rivolte ai vertici delle imprese e ai consigli di amministrazione".

In concomitanza con la rielezione del presidente, sono stati nominati cinque vice presidenti. **Carlo Ortolani** è stato confermato vice presidente vicario del consorzio. A **Giorgio Basile**, presidente e azionista di riferimento di **Isagro**, è stata affidata la vice presidenza per il settore Imprese, mentre la vice presidenza per il settore Assicurazioni è andata a **Dario Focarelli**, direttore generale dell'**Ania**. **Gustavo Galmozzi**, consulente e clinical risk manager del **Irccs – Istituto nazionale dei tumori**, è stato nominato vice presidente per il settore Sanità, e infine a **Marco Valle**, presidente e amministratore delegato della **Marco Valle Srl** e vice presidente di **Aipai**, è stata affidata la vicepresidenza per il settore Periti.



G.C.

INTERMEDIARI

Anagina, raccolta premi di quattro miliardi di euro

La sigla guidata da Davide Nicolao arriva così a coprire il 40% del fatturato di Generali in Italia

Anagina raggiunge il traguardo di una raccolta premi di quattro miliardi di euro. Numeri impressionanti, pari al 40% del fatturato e al 50% della rete commerciale di **Generali** in Italia, che confermano, come ha specificato il presidente **Davide Nicolao** durante il summit dell'associazione, la bontà del modello di agenzia imprenditoriale. "Si tratta – ha detto Nicolao – del modello di agenzia assicurativa che sta registrando le migliori performance all'interno del gruppo Generali e del mercato".

Al summit, di fronte a una platea virtuale di più di 4000 spettatori tra agenti, intermediari e personale della compagnia, hanno partecipato **Marco Sesana**, amministratore delegato e country manager di Generali Italia, il chief marketing and distribution officer **Marco Oddone** e il direttore vendite Italia **Gabriele Tedesco**.

"Il modello di agenzia imprenditoriale è il modello vincente in campo assicurativo, come dimostrano i risultati crescenti raggiunti in questi anni", ha ricordato Nicolao. "Si tratta – ha proseguito – di un modello unico nel suo genere che coinvolge figure professionali come il recruiter per il reclutamento di nuovi collaboratori, il formatore per la formazione iniziale e continua dei nuovi collaboratori, il consulente commerciale professionalizzato, fulcro produttivo e di gestione dei clienti, lo specialista che applica la sua preparazione tecnica alla creazione di nuovi business assicurativi, il social media manager che ha il compito di curare la coerenza tra l'immagine reale e quella virtuale delle agenzie e della loro struttura, il team manager che affianca sul campo le nuove figure professionali e, infine, il responsabile commerciale, coordinatore globale di tutte queste nuove figure professionali. A capo di questa squadra – ha concluso – vi è poi ovviamente l'agente generale imprenditore, vero e proprio capitano di azienda, ideatore del business dell'agenzia e delle strategie per il raggiungimento dei target commerciali e il rispetto della complessa normativa che regola il mercato assicurativo".

G.C.

Insurance Daily

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio alaggio@insuranceconnect.it

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

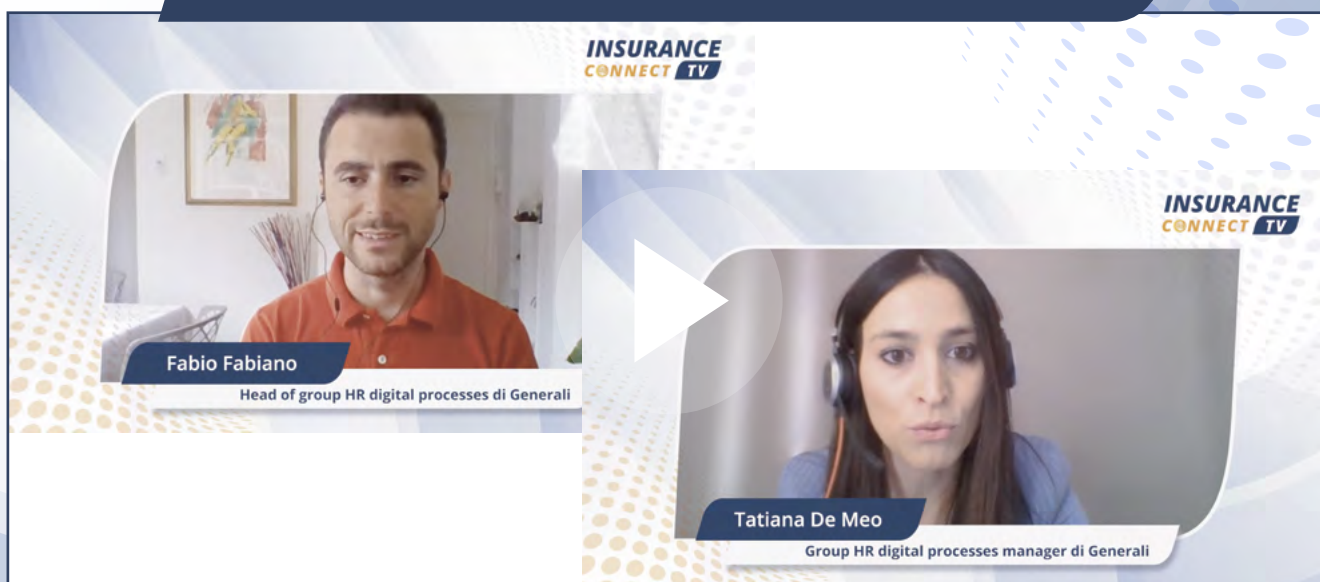
T: 02.36768000 E-mail: redazione@insuranceconnect.it

Per inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.it

Supplemento al 26 aprile di www.insurancetrade.it – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577

INSURANCE CONNECT TV

Strumenti per la formazione a distanza



Fabio Fabiano, head of group HR digital processes di Generali;
Tatiana De Meo, group HR digital processes manager di Generali.

La tecnologia mette a disposizione soluzioni per rendere più rapidi ed efficaci i percorsi di formazione per il personale aziendale. Il Gruppo Generali racconta la propria esperienza, un progetto destinato a 75mila dipendenti in tutto il mondo.

**GUARDA LA VIDEO INTERVISTA
SU WWW.INSURANCECONNECT.TV**

