

## PRIMO PIANO

### Nobis prende Darag

Nobis Assicurazioni ha annunciato il completamento dell'acquisizione del portafoglio rami danni di Darag Italia, la compagnia nata nel 2016 dall'acquisizione di Ergo Assicurazioni, e rafforzata nel 2019 con l'incorporazione del portafoglio danni della filiale italiana di Donau. La chiusura dell'operazione è arrivata grazie al provvedimento 89712 dell'Ivass che ha autorizzato l'acquisizione. Oggetto della transazione sono stati i circa 52 milioni di euro di premi, costituiti per la maggior parte da polizze auto (68%) e per il 32% da contratti di rami elementari. I prodotti di Darag sono offerti al pubblico attraverso una rete di 132 agenzie distribuite sull'intero territorio nazionale. L'accordo prevede inoltre il trasferimento a Nobis di parte dell'attuale personale di Darag impegnato nelle aree assuntiva, tecnica e commerciale.

L'amministratore delegato di Nobis, Giorgio Introvigne, ha definito l'accordo un'operazione "perfettamente coerente con il piano di sviluppo", che si è concretizzata "in un anno particolarmente complesso ma al tempo stesso ricco di soddisfazioni e di conferme". Il gruppo Nobis ha chiuso il 2020 con un solvency ratio sopra il 200% e, considerando i premi di Darag, il volume di affari supera quota 350 milioni di euro, quindi "in linea con gli obiettivi di crescita", ha chiosato Introvigne.

Fabrizio Aurilia

## INTERMEDIARI

### Aiba, il ruolo del broker per la cultura assicurativa

**In occasione del suo convegno annuale, l'associazione ha rimarcato il ruolo che il consulente può ricoprire nel sensibilizzare le imprese e nell'accompagnarle lungo la fase di profondo cambiamento che stiamo attraversando. Servono una maggiore percezione del rischio e strumenti in grado di mitigarlo in maniera efficace**

Neanche l'esperienza del coronavirus sembra aver smosso la percezione del rischio di imprese e famiglie in Italia. La conferma è arrivata da un'indagine che è stata presentata nelle battute iniziali del convegno nazionale di Aiba. Secondo i risultati della ricerca, realizzata su un campione di 750 imprese di piccole e medie dimensioni, per il 56,3% delle aziende la gestione del rischio si traduce in un atto puramente burocratico: si fa soltanto quello che è prescritto dalla legge, assicurazioni obbligatorie comprese. Il 6,5% afferma, più candidamente, di pensarci il meno possibile. Quasi il 40% delle imprese non si ritiene esposta al rischio. E meno del 10% delle aziende ritiene che il cambiamento climatico possa comportare il rischio di interruzioni dell'attività. Più in generale, il 60% degli intervistati ha dichiarato di riporre mediamente fiducia nel proprio assicuratore. Bene ma non benissimo, visto che, come ha osservato in apertura **Luca Franzì De Luca**, presidente di Aiba (nella foto), "la gestione del rischio dovrebbe ricoprire un ruolo fondamentale nei modelli aziendali e basarsi su una fiducia piena nei confronti del proprio assicuratore".

Svoltosi ieri pomeriggio in diretta streaming, il convegno ha avuto come titolo *Todo cambia. I rischi del cambiamento*. Tutto cambia, dunque. Tranne, forse, una percezione del rischio che in Italia resta bassa e mantiene il nostro sistema produttivo in una condizione di sostanziale sotto-assicurazione. "C'è poca cultura assicurativa e poi si fa fatica a trovare soluzioni adeguate alle esigenze della clientela", ha affermato Franzì de Luca. "Il cambiamento – ha proseguito – fa parte delle vite di tutti noi: bisogna accettarlo come fattore di rischio, ma anche come elemento evolutivo della nostra società".

#### LE LINEE DI CAMBIAMENTO IN ITALIA

E di cambiamenti, in questo peculiare momento storico, ce ne sono davvero parecchi. **Riccardo Cesari**, consigliere dell'Ivass, ne ha elencati tre: digitalizzazione, pandemia e regolamentazione. Tutti elementi che generano per le imprese (ma non solo) rischi e opportunità. E che pertanto bisogna imparare a gestire, attraverso un impegno più incisivo nella diffusione della cultura assicurativa e un rinnovamento più incisivo del catalogo prodotti. In questo contesto, a detta di Cesari, un ruolo fondamentale lo potranno ricoprire proprio i broker. "Gli intermediari hanno un contatto caldo e diretto con la clientela. Devono essere in grado di sfruttare questa relazione – ha sottolineato – per aprire un tavolo di confronto con le compagnie che possa portare a un rinnovamento delle coperture pensate per le aziende".

Alla cultura assicurativa e all'innovazione di prodotto **Maria Bianca Farina**, presidente dell'Aina, aggiunge un ulteriore elemento: una più stretta partnership fra pubblico e privato. "È necessario – ha detto – avviare una riflessione che ci consenta di proteggere le imprese e, allo stesso tempo, di liberare capitali per il rilancio dell'Italia dopo la pandemia". Farina, a tal proposito, ha rimarcato a più riprese il coinvolgimento della sfera pubblica in forme di partenariato che, in un regime di obbligatorietà o semi-obbligatorietà della copertura assicurativa, possano consentire di proteggere il tessuto imprenditoriale da rischi molto pervasivi, come le catastrofi naturali, e di sfruttare il meccanismo della mutualità per avere tariffe accessibili a tutti. (continua a pag. 2)



(continua da pag. 1) “L’intero settore deve evolvere e sviluppare modelli di assicurazione innovativi, che possano prevedere il coinvolgimento del pubblico e sensibilizzare gli imprenditori sulla necessità di proteggere la propria azienda”.

## ASSICURAZIONI NELLA PANDEMIA

Punto di partenza di qualsiasi situazione è la fiducia. E le assicurazioni, secondo **Fausto Parente**, direttore di **Eiopa** (nella foto), hanno dimostrato nei mesi più caldi della pandemia che i clienti possono riporre fiducia nei suoi professionisti. “Il settore assicurativo in Europa è solido, ha mediamente un indice di solvibilità che è il doppio dei requisiti regolamentari”, ha esordito Parente. “Come Eiopa – ha proseguito – abbiamo fatto tutto il possibile durante la pandemia per consentire a compagnie e intermediari di restare vicini ai propri clienti: ci sono state rivisitazioni di prodotto e sconti sui premi, tutte iniziative che, secondo una nostra indagine, gli assicurati hanno davvero apprezzato”.



Adesso però all’orizzonte si stagliano nuove sfide. L’esperienza del coronavirus, per esempio, ha fatto vedere che esistono ampie aree di scopertura. E sullo sfondo restano i grandi cambiamenti della nostra società. “In Europa, soltanto il 35% delle perdite legate al cambiamento climatico sono assicurate. Abbiamo bisogno di società più resilienti, dobbiamo trovare – ha affermato – soluzioni condivise in cui le assicurazioni, che non possono fare tutto da sole, siano un primo baluardo di protezione contro gli imprevisti del cambiamento: stiamo lavorando a meccanismi che coinvolgono cittadini, imprese, assicuratori e amministrazione pubblica per arrivare a un modello che parta dalla prevenzione e arrivi alla copertura residuale del rischio da parte dello Stato”.

## UNO SCENARIO IN TRASFORMAZIONE

Prima di delineare il possibile mercato del futuro, bisogna però affrontare lo scenario che le assicurazioni hanno davanti qui e ora. Uno scenario, come ha ricordato **Piero Gancia**, senior partner di **McKinsey & Company**, caratterizzato da una perdurante situazione di sotto-assicurazione. “La maggior parte dei premi danni è convogliata nel motor, mentre gli altri rami permangono ampie zone di scopertura”, ha commentato. Solo un terzo delle case è assicurato e appena il 3% delle imprese ha stipulato una polizza contro il rischio di business interruption. A ciò si aggiungono poi nuovi rischi, dettati dalla trasformazione in corso, che risultano ancora poco presidiati: cyber risk, sostenibilità ambientale ed evoluzione sociale sono elementi praticamente sconosciuti agli assicurati. “Abbiamo bisogno di prevenzione, cultura e coperture”, ha detto Gancia. “Le istituzioni – ha aggiunto – potranno avere un ruolo proattivo attraverso l’introduzione di meccanismi di obbligatorietà delle polizze, ma molto dipenderà anche dal ruolo degli intermediari nel diffondere la cultura delle assicurazioni e del risk management”.

**Antonio Grimaldi**, partner della società di consulenza, si è soffermato in particolare sul grande tema del cambiamento climatico. “La prossima crisi sarà climatica, e qui non esiste vaccino”, ha affermato. “Senza un’azione forte contro il cambiamento climatico – ha aggiunto – in futuro in Italia ci saranno ondate di calore, siccità e alluvioni”. Le assicurazioni saranno pienamente investite da questo cambiamento. Innanzitutto in termini di esposizione al rischio delle imprese clienti. E poi in termini di minore raccolta per le perdite che l’economia più in generale registrerà a seguito del cambiamento climatico. “L’orizzonte annuale delle premi, che consente alle compagnie di rimodulare le tariffe secondo le proprie necessità, non renderà il mercato assicurativo immune alle conseguenze del cambiamento climatico: è necessario – ha concluso – aumentare la consapevolezza sui rischi per attivare così meccanismi di prevenzione e riduzione delle minacce”.

## A CONFRONTO CON LE AZIENDE

Il convegno si è concluso con una tavola rotonda a cui hanno partecipato, oltre al già citato Franz De Luca, anche **Federico Di Palma**, environmental engineer di **Unindustria**, e **Umberto Guidoni**, co-direttore generale dell’Ania. Dal dibattito è emersa la necessità di un confronto più diretto e approfondito fra tutte le parti in causa per giungere a più efficaci meccanismi di protezione per le aziende. “Bisogna ragionare innanzitutto sulla cultura del rischio e poi su un’offerta in grado di coprire davvero il rischio residuo che non può essere gestito: c’è insomma bisogno di dialogo per capire le esigenze delle imprese e costruire su queste basi nuove soluzioni assicurative”, ha detto Di Palma. Guidoni si è detto pienamente disponibile al dialogo, facendo però notare che le peculiarità del tessuto produttivo italiano non sempre facilitano l’incontro fra domanda e offerta. “È davvero soltanto un limite dell’offerta se in Italia solo il 3% delle imprese hanno polizze contro la business interruption? O forse non dipende dal fatto che il nostro sistema imprenditoriale è fatto prevalentemente da aziende di piccole e medie dimensioni che magari non hanno la capacità economica di coprire tutti i rischi?”, si è chiesto Guidoni. “Dobbiamo partire – ha aggiunto – da una maggiore attenzione al risk management per giungere poi, alla fine, alla copertura”. Anche Franz De Luca si è detto aperto al confronto. Secondo il presidente di Aiba, bisogna sicuramente lavorare sulla cultura del rischio, ma “anche il mercato deve evolvere e rendersi più accessibile e comprensibile alle piccole imprese”. In caso contrario, ha affermato, “la clientela avrà sempre la percezione che il mercato esclude il rischio quando il rischio è presente”. E il valore della polizza sarà sempre misurato in termini di “recupero di un’eventuale perdita: così facendo, si sviluppa l’impressione che, se non avvengono sinistri, il premio assicurativo sia soltanto un investimento a fondo perduto e non, come è in realtà, un impiego che consente di liberare serenamente risorse per lo sviluppo e la crescita della propria azienda”.

## COMPAGNIE

### L'assistenza medica internazionale ai tempi del Covid-19

**A circa un anno dall'esplosione globale della pandemia, Allianz Partners fa il punto su come è stata gestita la sua attività transfrontaliera, resa più complessa dal nuovo coronavirus**

Allianz Partners fa il punto sul proprio impegno nell'assistenza medica internazionale in questo anno di emergenza sanitaria dovuta al Covid-19. La compagnia spiega di aver "interamente riorganizzato la gestione dei casi di assistenza medica". Tra gli ostacoli affrontati rientrano la cancellazione dei voli commerciali, l'aumento delle regolamentazioni e delle restrizioni di viaggio, i servizi sanitari messi a dura prova e l'obbligo di quarantena per i team di medici.

In queste circostanze straordinarie, Allianz Partners, come si legge in una nota, con un team formato da oltre 1.000 medici, infermieri e coordinatori, "ha potuto garantire a clienti e pazienti in tutto il mondo, 24 ore su 24, il miglior trattamento, fornendo al contempo supporto fisico e psicologico tempestivo soprattutto durante i difficili periodi di quarantena. Nel corso del 2020, Allianz Partners ha così gestito oltre 350mila casi di assistenza medica".

Trovarsi nel mezzo di una pandemia globale è ancora più preoccupante se ci si è lontani da casa, ricorda la compagnia citando come esempio il caso di un cliente partito con la moglie dall'Italia a inizio marzo 2020 e rimasto bloccato a Cochabamba, in Bolivia.

"Positivo al Covid-19, il cliente ha ricevuto le prime cure sul posto da un medico locale, vista anche la considerevole distanza dal centro ospedaliero attrezzato più vicino. Oltre ad aver immediatamente predisposto il rimborso veloce delle spese mediche sostenute, Allianz Partners ha attivato un trasferimento con aereo sanitario da Cochabamba (Bolivia) a San Paolo (Brasile), e da lì il rientro in Italia con scorta medica, attrezzatura di supporto alla respirazione e ambulanza".

Ogni anno, Allianz Partners organizza oltre 17mila rimpatri medici a livello globale, di cui più di due terzi sono effettuati da compagnie aeree commerciali. "Nel contesto della pandemia di Covid-19 – spiega la compagnia – tutti i trattamenti urgenti sono stati garantiti presso le migliori strutture locali, grazie alla rete di oltre 900mila partner medici globali. Dopo il trattamento e la guarigione, i pazienti possono tornare a casa come normali passeggeri e di conseguenza nel 2020 il trasporto medico con scorta medica sui voli commerciali è diminuito sostanzialmente".

B.M.

## COMPAGNIE

### UnipolSai, via libera al dividendo

**L'assemblea dei soci dà il via libera alla distribuzione di 538 milioni di euro (0,19 per azione). Chiuse le azioni di responsabilità verso i Ligresti**



Ieri si è tenuta l'assemblea degli azionisti di UnipolSai che ha approvato il bilancio 2020 e dando anche il via libera alla distribuzione di dividendi per complessivi 538 milioni di euro circa, corrispondenti 0,19 euro per ciascuna azione ordinaria. Il dividendo sarà pagato a partire dal 26 maggio, con data di stacco della cedola dal 24 maggio, e record date il giorno successivo.

L'assemblea inoltre ha nominato in consiglio di amministrazione **Mario Cifiello** e **Maria Paola Merloni**, e ha eletto il collegio sindacale, la cui presidenza va alla lista dei fondi, che hanno candidato **Cesare Conti**, mentre Unipol, che controlla l'85% del capitale, vede eletti i sindaci effettivi **Angelo Mario Giudici** e **Silvia Bocci**. L'assemblea ha inoltre autorizzato l'acquisto e la vendita di azioni proprie e di Unipol con un limite di spesa, per ciascuna categoria di titoli, di 100 milioni di euro.

L'assise di ieri ha infine approvato la transazione con cui chiude le azioni di responsabilità promosse nel 2013 e nel 2014 da alcune società del gruppo Unipol, tra cui la stessa UnipolSai, nei confronti dei membri della famiglia **Ligresti**, di ex amministratori ed ex sindaci di **Fonsai, Milano Assicurazioni** e di alcune società controllate da queste ultime, nonché di altri convenuti. L'intesa porterà nelle casse del gruppo Unipol 42,2 milioni di euro.

Beniamino Musto

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)

Supplemento al 29 aprile di [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it) – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577



## INSURANCE CONNECT TV

### Itas e Federlegno Arredo, una partnership nel segno della sostenibilità



La mutua trentina e le aziende che lavorano nel settore del legno hanno sottoscritto un accordo per favorire la diffusione di tecnologie innovative per l'edilizia, offrendo un servizio qualificato di consulenza assicurativa alle imprese. **Alberto Rossi**, direttore centrale di Itas, e **Angelo Marchetti**, presidente di Assolegno, ci spiegano come è nata e quali sono gli obiettivi di questa collaborazione.

**GUARDA LA VIDEO INTERVISTA  
SU [WWW.INSURANCECONNECT.TV](http://WWW.INSURANCECONNECT.TV)**

