



PRIMO PIANO

WTW vende a Gallagher

Adesso è ufficiale: il broker statunitense Arthur J. Gallagher ha annunciato ieri di aver rilevato alcuni rami d'azienda di Willis Towers Watson per 3,57 miliardi di dollari. L'operazione riguarda Willis Re e altre attività riassicurative, la divisione In-space e alcuni servizi di brokering in Nord America, Regno Unito ed Europa. "Questa acquisizione accelererà la strategia a lungo termine di espandere in maniera significativa la nostra proposta globale di riassicurazione, di ampliare la nostra influenza nel brokering al dettaglio e nel rafforzare alcune nicchie di mercato", ha commentato il presidente e ceo J. Patrick Gallagher jr.

L'operazione, come noto, rientra nella partita della fusione fra Aon e Willis Towers Watson, messa in pausa da un'indagine della Commissione Europea sui possibili effetti del merger sulla concorrenza. "Questo accordo risolve la questione sollevata dalla Commissione Europea e si propone di rispondere alle domande arrivate dai regolatori in altre giurisdizioni", si legge in una nota delle due società. "Aon e Willis Towers Watson – prosegue la nota – sono al lavoro per ottenere l'approvazione regolamentare in tutte le giurisdizioni, inclusi gli Stati Uniti, dove le autorità stanno effettuando un'indagine indipendente sulla fusione".

Giacomo Corvi

COMPAGNIE

Alleanza Assicurazioni, percorrere nuove strade nel mondo danni

Con la soluzione assicurativa Casa Semplice, lanciata ad aprile, la società è entrata nel segmento abitazione. Renato Antonini, responsabile vita e danni, spiega a Insurance Daily in che modo questo prodotto si colloca all'interno di una più ampia strategia

Il mese scorso **Alleanza Assicurazioni** ha annunciato il suo ingresso nel segmento abitazione con il lancio di **Casa Semplice**, la nuova soluzione assicurativa costruita in forma modulare e con un ampio utilizzo della tecnologia. **Renato Antonini**, responsabile vita e danni di Alleanza Assicurazioni, ha illustrato a *Insurance Daily* quali sono state le riflessioni alla base della costruzione di questa nuova offerta e come essa si colloca all'interno della strategia della compagnia di **Generali Country Italia**.

"Alleanza – spiega – ha scritto un importante pezzo di storia nell'ambito delle assicurazioni vita in Italia e aveva già iniziato a offrire i prodotti danni all'epoca della fusione con **Toro Assicurazioni** e la nascita della compagnia **AlleanzaToro**". L'idea di percorrere nuove strade nel mondo danni è stata dettata dal fatto che "secondo noi si sposa molto bene con la possibilità di offrire una consulenza professionale completa al cliente".

Casa Semplice arriva sulla scia della strategia partita nel 2018, che si è sviluppata con un'altra soluzione modulare, **Semplice** di Alleanza, che prevede coperture nell'ambito salute e infortuni. "Pertanto – aggiunge Antonini – volevamo replicare questa storia di successo e di vicinanza al cliente anche nell'ambito casa".

UNA PROSPETTIVA PIÙ AMPIA

In estrema sintesi, **Casa Semplice** offre servizi e soluzioni studiati per la protezione della casa, la salvaguardia dei beni, della famiglia e degli animali domestici. La nuova soluzione assicurativa è adatta a case di proprietà o concesse in affitto, ed è pensata anche per far fronte a eventi catastrofali come terremoti, alluvioni o inondazioni, e per prevenire eventuali rischi, integrando le tecnologie di **Generali Jeniot** tramite sensori intelligenti che avvisano tempestivamente in caso di anomalie (rilevazione di gas, fumo, allagamento); per monitorare e gestire le emergenze è stata realizzata, inoltre, una specifica app che permette di accedere ai dispositivi anche in caso di assenza di corrente elettrica. (continua a pag. 2)



Renato Antonini

INSURANCE CONNECT
È SU TWITTER

Seguici cliccando qui

Insurance
Connect



(continua da pag. 1)

Gli italiani da sempre guardano alla casa come un asset fondamentale. Ma da un anno a questa parte, cioè da quando il lockdown ha costretto un po' tutti a rinchiuderci dentro alle mura domestiche, si è sviluppato un rapporto forse ancora più profondo. "La casa – dice Antonini – è diventata il posto in cui le persone passano molto più tempo rispetto al passato, in molti casi è anche un luogo di lavoro. Questo ha ampliato anche la nostra prospettiva di offerta per prevedere delle soluzioni specifiche per inquadrare la casa in questa accezione più ampia: non solo come elemento affettivo, ma anche con uno sguardo più approfondito, compreso il mondo digitale".

UN'ASSISTENZA TECNICA E PSICOLOGICA

Casa Semplice prevede quattro soluzioni con diverse possibili estensioni: protezione dell'abitazione, protezione dei beni, protezione degli animali domestici e protezione della famiglia e della vita digitale. Su quest'ultimo aspetto, in particolare, Antonini sottolinea quella che è "una caratteristica distintiva di questo prodotto", e cioè il fatto che oltre alla responsabilità civile del capofamiglia è presente una soluzione ad hoc che protegge anche l'ambito della vita digitale sotto l'aspetto tecnico e sotto quello psicologico. A livello tecnico, la polizza mette a disposizione un'assistenza continua per risolvere i problemi con i device informatici presenti in casa, siano essi mobili o fissi, in caso di sinistro, ad esempio in seguito a un attacco malware, o in caso di intrusione nella cosiddetta vita digitale, con copertura del cyber risk per l'appropriazione dei propri dati personali. Un'altra specificità riguarda la copertura del cyber risk nei confronti dei minori, quindi non solo quello che è la copertura sotto il versante informatico, ma di tutto quello che è definibile come *cyber bullismo*. "In questo ambito abbiamo previsto un'assistenza psicologica verso i minori, che può essere di supporto anche alle famiglie. Questo elemento – sottolinea Antonini – rappresenta un elemento di vicinanza di Alleanza a problemi reali che purtroppo esistono e condizionano tante famiglie, soprattutto in questo periodo storico, che spesso si trovano impreparate di fronte a questo rischio". Un ulteriore elemento messo in evidenza dal manager riguarda il fatto che la polizza offre una copertura su tutto il territorio nazionale (senza la distinzione tra zone di rischio) delle calamità naturali: alluvioni, grandine, bombe d'acqua, ma anche il terremoto.

LE CARATTERISTICHE DELLA RETE ALLEANZA

La nuova soluzione Casa di Alleanza si presenta dunque con caratteristiche interessanti, e tuttavia deve fare i conti con la sottoassicurazione italiana. Solo per citare un paio di dati noti a chiunque operi nel settore assicurativo, sebbene il 73% delle famiglie italiane sia proprietario della casa in cui vive, solo il 22% ha una polizza abitazione, e più del 60% delle famiglie decide di assicurarsi solo dopo avere subito un danno in casa. In questo scenario, Antonini evidenzia "l'aspetto fondamentale dell'attività consulenziale della rete Alleanza. Noi – aggiunge – abbiamo un sistema molto rodato grazie al quale riusciamo a proporre al cliente un preventivo richiedendo pochissime informazioni". La semplicità della proposizione è una chiave per superare la sottoassicurazione, ma per colmare il gap non è sufficiente. Secondo il manager di Alleanza, bisogna stimolare la clientela a riflettere su due aspetti. Il primo, di tipo culturale, caratterizza l'approccio verso il mondo della protezione. "C'è un aspetto piuttosto diffuso tra gli italiani, e riguarda la tendenza a mantenere parecchia liquidità sui conti correnti, in caso di imprevisti. Tuttavia, così facendo si tiene bloccato del denaro che potrebbe essere investito in maniera più fruttuosa". Il secondo aspetto riguarda la scelta implicita di gestire i possibili rischi attraverso l'autoassicurazione. Una decisione poco avveduta, riflette Antonini, "perché ci si può salvaguardare da rischi potenzialmente letali investendo somme modeste trasferendo il rischio in capo alla compagnia. Quello di rendere consapevole il cliente, attraverso la consulenza della nostra rete – prosegue – è un elemento secondo noi fondamentale".

I due elementi che secondo Antonini contraddistinguono una rete come quella di Alleanza, sono "la capacità di essere vicini al cliente, fisicamente o anche da remoto, e la dotazione di strumenti digitali: un processo, quello dell'informatizzazione della rete, che la compagnia ha avviato ben prima che scoppiasse la pandemia", ricorda il manager.



Beniamino Musto



RICERCHE

Mobilità, verso la polizza “multimodale e flessibile”

Per analizzare i trend e le dinamiche sociali che evolvono, Groupama Assicurazioni e Bva-Doxa hanno creato l'osservatorio Change Lab, Italia 2030: un punto d'osservazione che affronta i grandi temi del prossimi 10 anni

Come cambieranno le abitudini di vita degli italiani da qui al 2030? Quanto influirà il lascito della pandemia sui comportamenti delle persone? Per analizzare i trend e le dinamiche sociali che evolvono, **Groupama Assicurazioni** e **Bva-Doxa** hanno creato l'osservatorio *Change Lab, Italia 2030*: un punto d'osservazione che parte dalla mobilità e affronta i grandi temi del prossimi 10 anni.

Un primo dato risulta già indicativo: un italiano su due, il 53% di chi ha risposto ai quesiti, si dice pronto a rivedere sostanzialmente le proprie abitudini in termini di mobilità proprio a seguito di questi anni di pandemia. “L'effetto Covid-19 si sente”, scrivono gli analisti, “e incide sulle forme e sui mezzi di trasporto che in futuro orienteranno gli spostamenti in Italia”.

Evoluzione e non rivoluzione

Oggi, fa notare la ricerca, esiste ancora “una certa reticenza” a utilizzare *il car sharing*, mezzo di trasporto che attualmente utilizzano solo tre italiani su 10, ma il trend si inverte decisamente guardando al prossimo decennio, con un forte incremento delle formule alternative di mobilità: più di sei italiani su 10 (62%) si dichiarano pronti alla *shared mobility*; il 40% è pronto utilizzare mezzi diversificati in base alle esigenze di movimento; il 36% si mostra disposto anche ad avvalersi esclusivamente di mezzi ecologici, mentre ben nove su 10 “sognano carburanti 100% green”.

Ma non si tratterà di una rivoluzione, quanto più di un'evoluzione.

(continua a pag. 4)

QBE. Siamo pronti.

Nuovo Codice della Crisi d'Impresa e impatti sui rischi D&O

Webinar 18 maggio, 11:30 - 12:30 (CET)

Se sei un intermediario registrati qui

Made possible
 **QBE**



(continua da pag. 3)

Anche tra 10 anni, per l'85% degli intervistati "l'auto di famiglia" continuerà a essere un bene irrinunciabile (oggi lo è per il 93%), mentre sei su 10 non smetteranno di usarla quotidianamente, senza però rinunciare a spostarsi con mezzi alternativi e complementari, come biciclette, monopattini, mezzi pubblici ecc.

"Spunta il bisogno di un'assicurazione multimodale e flessibile, che segua la persona e non più il veicolo", si legge nello studio. Questa polizza attrae i clienti e tre italiani su 10 la sottoscriverebbero anche subito.

L'impennata delle bici

C'è inoltre una correlazione tra la grandezza del comune di residenza e la possibilità di vivere senz'auto: la percentuale varia dal 5% per chi abita in piccoli centri (con meno di 10mila abitanti) al 10% di chi risiede in grandi città (più di 100mila abitanti).

Tra dieci anni, due italiani su 10 (18%) non penseranno automaticamente all'auto come mezzo di trasporto principale, ma sceglieranno di volta in volta il mezzo più congeniale in base allo spostamento che dovranno affrontare.

Un classico esempio dell'evoluzione della mobilità è l'approccio al car sharing. Tra 10 anni sarà molto più utilizzato di oggi: il 62% del campione intervistato è convinto che ne farà uso, contro il dato di oggi che si ferma a tre italiani su 10. Ma anche il bike sharing dovrebbe registrare un'impennata degli utenti, dato che circa un italiano su due pensa di poter utilizzare questo servizio. Lo scooter sharing sarà scelto, invece, da tre su 10. In particolare, i giovani tra i 18 e i 34 anni si dichiarano i più propensi a far ricorso alla mobilità condivisa e gli uomini in maggior numero rispetto alle donne.

Una polizza per gli spostamenti

La sostenibilità e la cura dell'ambiente vanno di pari passo con l'evoluzione della mobilità. Per il 35% degli intervistati occorre limitare al massimo, se non abolirlo proprio, l'uso di veicoli inquinanti in città; per il 36% occorre utilizzare solo mezzi di trasporto ecologici e per tre italiani su 10 (29%) si deve fare ricorso alla mobilità multimodale per gli spostamenti: più mezzi e forme di trasporto, anche condivise, e meno inquinanti.

Ecco quindi che si sta affermando il bisogno di avere una polizza legata "più alla persona che ai singoli mezzi di proprietà", un contratto in grado di "coprire tutti gli spostamenti, compresi quelli realizzati attraverso i servizi di sharing".

Questa soluzione riscontra il favore soprattutto dei più giovani, che la preferirebbero nel 37% dei casi, a pari merito con la proposta di assicurare in un'unica soluzione tutti i mezzi di trasporto di proprietà.

Fabrizio Aurilia

MERCATO

Uk, il costo della business interruption per Covid-19

Le compagnie britanniche hanno finora liquidato oltre 700 milioni di sterline per sinistri di blocco delle attività a seguito della pandemia di coronavirus

Il coronavirus presenta il conto alle compagnie assicurative in Regno Unito. Secondo la **Financial Conduct Authority**, l'autorità di vigilanza di Londra, le imprese britanniche hanno finora liquidato oltre 700 milioni di sterline per sinistri legati al blocco delle attività a seguito della pandemia di Covid-19. Gli indennizzi sono arrivati a seguito di una pronuncia della Suprema Corte che ha imposto alle compagnie di liquidare i sinistri di business interruption denunciati dai clienti, soprattutto esercizi commerciali, a causa dell'emergenza sanitaria e delle misure di lockdown decise dal governo. Nel dettaglio, secondo l'autorità, le imprese hanno corrisposto pagamenti intermedi per 268 milioni di sterline e raggiunto accordi definitivi per 433 milioni. Il conteggio potrebbe tuttavia essere ancora più alto, visto che per alcune attività ci vorrà ancora del tempo per registrare l'evidenza di una perdita economica.

"Dove vediamo ritardi, interveniamo intraprendendo azioni di vigilanza", ha affermato **Nikhil Rathi**, ceo dell'autorità, in un'audizione al parlamento britannico. Rathi ha inoltre evidenziato che alcune attività hanno accettato fondi governativi per poter continuare a pagare i propri dipendenti durante il lockdown, sollevando la questione se questi esercizi abbiano diritto anche agli indennizzi delle compagnie. "È qualcosa che dipende dalle precise clausole del contratto – ha aggiunto – e non possiamo pensare che la pronuncia della Suprema Corte sia una sorta di Sacro Graal, in grado di dare una risposta completa a questa domanda". Proprio la Financial Conduct Authority aveva sollevato la questione di fronte alla più alta corte britannica lo scorso anno, sottolineando che la dinamica avrebbe potuto interessare più di 60 assicuratori, 700 tipi di polizza, 370mila assicurati e miliardi di sterline di indennizzi.

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



convivioassicurativo.com



convivioassicurativo.com

INSURANCE CONNECT TV

**Felicità, una dimensione sociale,
individuale e aziendale**



Elga Corricelli, co-founder di ELEHUB e dell'Osservatorio italiano sulla felicità;
Anna Deambrosis, head of change management Reale Group.

"Wellbeing" è un termine che ha generato un orientamento culturale in crescita nel mondo e nel nostro Paese. Tutte le aziende, e in particolare le assicurazioni, si confrontano su questo concetto, con un occhio attento alle conseguenze della pandemia, non solo per supportare la produttività aziendale ma soprattutto per conoscere le esigenze di protezione del cliente.

**GUARDA IL VIDEO INTERVENTO
SU WWW.INSURANCECONNECT.TV**





INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2021

9-10 GIUGNO 2021 | 9:30 - 17:00

IN DIRETTA SU
WWW.INSURANCECONNECT.TV

50
RELATORI



2

OPENING
SESSION



6

SESSIONI
TEMATICHE

A CHI SI RIVOLGE

Compagnie di assicurazione – Banche – Intermediari – Collaboratori – Periti – Associazioni di categoria



- Responsabili comunicazione
- Responsabili marketing
- Responsabili commerciale
- Responsabili area innovazione/telematica



- Responsabili IT
- Head of digital
- Responsabili organizzazione
- Responsabili operations
- Responsabili customer analytics



- Responsabili rami vita e danni
- Direttore tecnico auto
- Underwriting
- Responsabile attuario
- Responsabili fiduciari e processi organizzativi

ISCRIVITI CLICCANDO QUI

SCARICA IL PROGRAMMA COMPLETO

Main sponsor opening session



GFT

Main sponsor sessioni tematiche



prima.it

RGA