

PRIMO PIANO

Enzo Sivori presidente di Aua

Enzo Sivori è il primo presidente di Aua, la rappresentanza unica degli agenti di UnipolSai. La nomina è arrivata nel corso della seconda assemblea generale dell'associazione, svoltasi dal 25 al 27 novembre all'UnipolArena di Bologna: la lista "Le radici del futuro", l'unica posta al vaglio degli associati, ha riscosso l'83% delle preferenze. "I colleghi – ha commentato Sivori – hanno evidentemente compreso e apprezzato l'entità del lavoro svolto da Aua durante la fase transitoria, prolungata a causa della pandemia e complicata dalla necessità di fronteggiare adeguatamente l'emergenza sanitaria e le sue conseguenze. I nostri associati ritengono che la nuova presidenza, la giunta e tutti gli organi associativi saranno non solo in grado di rappresentarli e tutelarli efficacemente in ogni contesto di trattativa con la compagnia, ma anche – ha sottolineato il neo presidente – individuare ed elaborare gli strumenti indispensabili all'evoluzione professionale verso l'autonomia imprenditoriale".

Paola Minini e Angelo Colia sono i nuovi vice presidenti, con la prima a ricoprire l'incarico di vice presidente vicario. Fra le priorità della nuova giunta per il prossimo triennio ci sono soprattutto il contributo al nuovo piano industriale di UnipolSai e le trattative per il "Patto 3".

Giacomo Corvi

RICERCHE

Bain, ecco l'assicurazione nel 2030

La grande crescita dei premi sarà accompagnata da una rivoluzione del modello di business, causato dalla tecnologia e da nuovi rischi che soppianteranno quelli tradizionali, che a loro volta cambieranno natura. Il campo da gioco si sposta in Asia, dove la vera sfida è in Cina

Un nuovo rapporto di **Bain & Company** prevede che il settore assicurativo raggiungerà i 10 trilioni di dollari di raccolta premi entro il 2030, grazie anche all'evoluzione dei nuovi rischi, come il cambiamento climatico, la criminalità informatica e le tensioni geopolitiche.

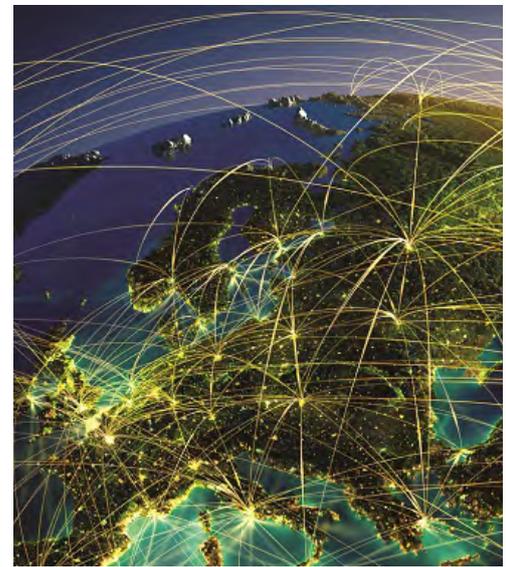
Il nuovo studio, intitolato *Assicurazioni 2030: con l'aumentare dei rischi, gli assicuratori puntano ad aumentare la protezione con la prevenzione*, esplora l'evoluzione del panorama dei rischi, mostrando quali siano in calo, o quantomeno in una fase stazionaria nelle economie mature, come l'auto, e quali si stiano invece espandendo, come i rischi cyber o quelli che mettono sotto pressione le risorse digitali, i cambiamenti climatici e i rischi crescenti di nuove pandemie. Questi cambiamenti stanno spingendo il settore assicurativo ad assumere un nuovo ruolo, passando dalla loro storica mission di pagatori a quella di educatori e stimolatori di comportamenti preventivi e virtuosi per ridurre il rischio.

CAMBIAMENTO CLIMATICO: LE PERDITE DECUPLICANO

Interessante notare, per esempio, che mentre i viaggi su strada sono oggi più sicuri che mai, con tassi di mortalità derivanti da incidenti automobilistici negli Stati Uniti in calo di circa il 70% negli ultimi quattro decenni, Bain prevede che il cambiamento climatico porterà a un aumento di circa dieci volte delle perdite economiche nei prossimi tre decenni. Solo nel corso del 2020, gli Stati Uniti hanno registrato un numero record di incendi e tempeste tropicali durante la stagione degli uragani: ma l'assicurazione non copre ancora la maggior parte delle perdite dovute a tali catastrofi naturali.

Un'altra questione messa in risalto dallo studio è che il business del rischio e della protezione si sta spostando geograficamente verso Paesi con una crescita economica più rapida.

(continua a pag. 2)



INSURANCE REVIEW
È SU FACEBOOK

Segui la nostra pagina



(continua da pag. 1)

La nuova ricerca di Bain mostra che la Cina guiderà oltre un quarto della crescita globale dei premi nel 2030. Tuttavia, pochi assicuratori multinazionali possono partecipare ai mercati assicurativi cinesi, a causa dell'intensa concorrenza e delle normative che favoriscono le imprese nazionali.

RISCHI OPERATIVI GIÙ DEL 50%

Alleata degli assicuratori sarà la tecnologia. L'automazione e l'IoT permetteranno di collaborare sempre di più, e direttamente con i clienti, al fine di identificare, prevenire e mitigare i rischi. La ricerca evidenzia come già solo queste tecnologie possano ridurre i costi operativi fino al 50%, attraverso una maggiore efficienza, e contenere i pagamenti dei sinistri fino al 20%, mitigando così l'esposizione generale del settore assicurativo.

Sebbene alcuni di questi risparmi potranno effettivamente confluire nei profitti, le dinamiche competitive probabilmente porteranno una riduzione complessiva dei prezzi, compensata da un aumento della penetrazione delle assicurazioni nelle società e una crescita complessiva più rapida.

LA FINE DELLA MUTUALITÀ?

Ma c'è l'altro lato della medaglia. Giacché la tecnologia e l'analisi dei dati consentiranno agli assicuratori di ottenere vantaggi senza precedenti nella comprensione, prevenzione e mitigazione dei rischi, è altresì probabile che aumenterà la pressione sui rischi difficili da assicurare, con conseguente incremento dei prezzi, indisponibilità delle coperture o sovraccarichi normativi.

Secondo Bain, ci sono tre principali conseguenze di questa tendenza: alcuni rischi immobiliari, come gli incendi da catastrofe naturale, diventeranno troppo costosi da coprire; l'estrema segmentazione e la discrezionalità dei prezzi di sottoscrizione indeboliranno i meccanismi mutualità; e infine la pressione dell'opinione pubblica si intensificherà su determinati settori, come quelli dell'energia ad alta intensità di carbonio.

IL NUOVO MODELLO DELL'ASSICURAZIONE INTEGRATA

I cambiamenti che ci aspettano sconvolgeranno le catene del valore tradizionali. Le capacità assicurative si stanno modificando, mettendo in discussione il ruolo della classica compagnia. Percependo questa opportunità, e incoraggiate dalle possibilità offerte dalle nuove tecnologie, una varietà di insurtech emergenti, grandi piattaforme tecnologiche e leader in altri settori, come le case automobilistiche, hanno già iniziato a prendere di mira le parti più redditizie della catena del valore attraverso nuovi modelli di business.

L'ascesa dell'assicurazione integrata al prodotto oggetto della protezione e ai servizi rimodellerà il settore: il valore dei premi lordi di questo nuovo modello di business raggiungerà i 700 miliardi di dollari entro il 2030. L'impatto varierà a seconda del ramo, con una penetrazione che inizierà nei tre comparti principali: auto, viaggi e property, dove l'assicurazione può essere facilmente integrata nei processi di vendita o prenotazione dei beni.

LE PRIORITÀ PER PRIMEGGIARE

Per avere successo in questo futuro radicalmente diverso, sostengono gli analisti di Bain, gli executive team delle compagnie trarranno vantaggio da una revisione olistica della loro strategia. A questo proposito, la società di consulenza indica alcune priorità.

In primis, in un mondo più rischioso, occorre andare oltre il trasferimento del rischio e dirigersi verso la mitigazione e la prevenzione. In alcune linee, come nel settore motor, le compagnie dovranno saper entrare e primeggiare nell'assicurazione incorporata ai prodotti. Con l'aumento della concorrenza delle insurtech che commercializzano direttamente ai clienti, diversi operatori storici dovranno coltivare modelli digitali per aumentare la loro quota di affari diretti. Il mercato cinese, come detto, sarà decisivo, ma vincere a Pechino si sta rivelando piuttosto difficile per le compagnie multinazionali: nonostante queste abbiano guadagnato quote nei rami vita e salute, conquistando circa l'8% del mercato, negli ultimi anni hanno faticato nel danni, pesando solo per il 2% del mercato. Infine, occorrerà cercare fonti alternative di capitale, in particolare nuove forme di riassicurazione, obbligazioni catastrofali e investimenti di private equity per i rami vita.



© b/wedone - Fotolia

Fabrizio Aurilia

COMPAGNIE

Crédit Agricole Italia, il bilancio del progetto “New Life”

**Iniziativa di cittadinanza attiva e
riqualificazione urbana nel progetto
promosso dal gruppo bancario insieme a
Legambiente**

Si è concluso il progetto *New Life*, iniziativa per la promozione dell'economia circolare realizzato da **Crédit Agricole Italia** e **Legambiente**. Il progetto, che ha coinvolto 41 organizzazioni e circa 200 cittadini, si è chiuso con un webinar, intitolato *Economia Circolare per il Terzo Settore*, in cui sono stati presentati i risultati raggiunti ed è stata lanciata una serie di tutorial e video-pillole con consigli utili per adottare stili di vita sostenibili.

Il progetto si inserisce all'interno dell'iniziativa globale *FReD*, promossa dal gruppo bancario per rafforzare il percorso di responsabilità sociale di tutte le entità dell'istituto di credito. Il progetto, partito con una serie di mappature territoriali, è proseguito con una serie di momenti di ascolto per individuare le priorità su cui intervenire, ed è culminato in quattro giornate di riqualificazione ambientale che hanno interessato le aree scelte dalle comunità di riferimento.

“Crédit Agricole Italia è un gruppo profondamente radicato nei territori e opera per generare valore in ambito sociale e ambientale”, ha commentato **Vittorio Ratto**, vice direttore generale di Crédit Agricole Italia. “Coerenti con il motto *Agire ogni giorno nell'interesse dei nostri clienti e della società* – ha proseguito – accompagniamo clienti, aziende e stakeholder nella transizione verso un'economia sempre più rispettosa dell'ambiente e della società. Il progetto *New Life*, in collaborazione con Legambiente, rientra in questo nostro piano d'azione e dimostra come sia possibile operare concretamente per dare ascolto e risposte adeguate ai bisogni dei cittadini e delle nuove generazioni”.

G.C.

INIZIATIVE

Al via una campagna per l'uso sicuro del digitale

Il progetto, dedicato alla sicurezza informatica, ha preso il via ieri e vede il coinvolgimento, tra gli altri, di Ivass, Abi e Bankitalia

Ha preso il via ieri la campagna *I Navigati – informati e sicuri* promossa dal **Certfin**, iniziativa cooperativa pubblico-privata finalizzata a innalzare la capacità di gestione del rischio informatico degli operatori finanziari e la cyber resilience del sistema finanziario italiano attraverso il supporto operativo e strategico alle attività di prevenzione, preparazione e risposta agli attacchi informatici e agli incidenti di sicurezza.

La campagna è realizzata in collaborazione con **Ivass, Banca d'Italia, Abi, Banca Mediolanum, Banca Popolare del Lazio, Banca Sella, Bper Banca, gruppo Cassa Centrale, Cassa di Ravenna, Credem, Generali, Icrea, Ing, Intesa Sanpaolo e UniCredit**.

Obiettivo della campagna è aumentare la consapevolezza e sensibilizzare i clienti a un uso informato e sicuro degli strumenti e dei canali digitali, per non cadere nelle trappole di quanti sfruttano la tecnologia e fanno leva sulle vulnerabilità del fattore umano.

Protagonista della campagna, che durerà fino alla fine dell'anno, è la famiglia “*Navigati*”, i cui componenti sono “esperti in sicurezza informatica”: si sono informati e hanno imparato come comportarsi per non cadere nelle insidie del web. Grazie all'informazione, anche il web diventa un luogo familiare in cui si può navigare in sicurezza.

È possibile seguire la campagna di cyber awareness su canali televisivi, radio, pagine social, testate giornalistiche; sul sito dedicato all'iniziativa www.inavigati.it è disponibile una miniserie di otto puntate su possibili truffe oltre a materiale informativo, interviste e video.



B.M.

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

10 Insurance Connect

INSURANCE CONNECT COMPIE 10 ANNI E FESTEGGIA ISTITUENDO GLI

INSURANCE CONNECT AWARDS

LA CENA DI GALA, CON L'ASSEGNAZIONE DEI PREMI
ALLE ECCELLENZE DEL SETTORE ASSICURATIVO CHE
SI SONO DISTINTE NEL 2021, SI TERRÀ IL

30 NOVEMBRE
EAST END STUDIOS
VIA MECENATE, 88/A MILANO
DALLE 18:30 ALLE 23:30

L'EVENTO SI POTRÀ SEGUIRE ANCHE IN DIRETTA SU **INSURANCECONNECT.TV**

UN GRANDE EVENTO PRESENTATO
DALLA GIORNALISTA **FEDERICA MASOLIN** (SKY)



PER PARTECIPARE ALLA SERATA SCRIVI A AWARDS@INSURANCECONNECT.IT

PER MAGGIORI INFORMAZIONI CLICCA QUI

Sponsor



welion

Sponsor
tecnico

