

## PRIMO PIANO

# Cronos, il timone a Mattioli

Enrico Mattioli sarà il nuovo direttore generale di Cronos Vita Assicurazioni. L'attuale chief financial officer della newco costituita lo scorso giugno per il salvataggio di Eurovita, stando a quanto riportato ieri sera da Radiocor, prenderà il posto di Alessandro Santoliquido, in procinto di lasciare la società per assumere il prossimo luglio la guida del business assicurativo paneuropeo di Unicredit.

Intanto, prosegue l'agenzia di stampa nella sua ricostruzione, l'andamento dei riscatti per Cronos Vita Assicurazioni resta sotto controllo, e comunque, specifica Radiocor, "nella media per un gruppo in run off": 13% nel 2024, ossia circa 1,7 miliardi di euro in termini assoluti, se si considera che le riserve complessive della società ammontavano alla fine dello scorso anno a 13 miliardi di euro.

Pare infine sempre più vicino il raggiungimento di un accordo di massima fra le cinque grandi compagnie italiane che partecipano al capitale della società, ossia Intesa Sanpaolo Vita, Generali Italia, Poste Vita, Unipol e Allianz Italia, per la ripartizione dell'ampio portafoglio di polizze dell'ex Eurovita. Lo split, previsto negli accordi firmati lo scorso novembre, dovrebbe avvenire entro la fine del 2025.

Giacomo Corvi

## RICERCHE

# Cyber risk, le imprese si sentono sempre meno protette

**La percentuale di rischi informatici non assicurati è ancora troppo alta, fa sapere Munich Re in una recente survey sull'argomento. La consapevolezza e la domanda di protezione continueranno ad aumentare a fronte delle minacce che vengono dai criminali, ma anche dalle crisi geopolitiche**

L'87% dei decision maker globali sentiti nell'ambito della Munich Re Cyber Risk and Insurance Survey 2024, afferma che la propria azienda non è attualmente protetta adeguatamente dagli attacchi informatici, un dato in peggioramento dal 2022 quando la media era all'82%.

Una percentuale che varia a seconda del paese preso in considerazione: in Italia il dato è all'80%, mentre in Cina e Germania tocca il 95%. La diffusione delle coperture cyber deve essere ulteriormente aumentata, dicono gli analisti di **Munich Re**: "Nonostante le catene del valore odierne dipendano in larga misura da asset digitali, il livello di protezione sembra essere ancora inadeguato", si legge nello studio.

### UN'IMPENNATA DI ATTACCHI

Il rischio informatico è connesso con i rapidi progressi tecnologici, dall'intelligenza artificiale generativa al cloud. Le società globali dipendono sempre di più dall'IT, dall'Internet of Things, dai servizi digitali, ognuno dei quali rappresenta una parte critica della supply chain. Il crescente livello di sofisticazione dei cyber criminali e la situazione geopolitica tesa creano un panorama sempre più complesso per le democrazie. "La percentuale di rischi informatici non assicurati è ancora troppo alta", ha commentato **Thomas Blunck**, ceo reinsurance di Munich Re. "La consapevolezza del rischio e la domanda – ha aggiunto – continueranno ad aumentare, anche a fronte di una minaccia in rapida crescita da parte di criminali informatici aggressivi, nuove tecnologie nonché crisi geopolitiche".

Negli ultimi mesi, Munich Re ha osservato "un'impennata degli attacchi informatici", con i ransomware ancora in aumento: il pagamento annuale di riscatti in criptovaluta è passato da 567 milioni di dollari nel 2022 a 1,1 miliardi nel 2023. Altri vettori di attacco sono stati la compromissione delle e-mail aziendali (Bec, business e-mail compromise) e gli attacchi alla supply chain.

### OLTRE IL 90% DEI CRIMINI NON È DENUNCIATO

Tra il 2021 e il 2023, le Bec hanno causato perdite per tre miliardi di dollari e hanno colpito 22mila vittime a livello globale; solo nel 2023 il numero di casi di è raddoppiato. Sempre l'anno scorso, si è registrato un numero doppio di attacchi ai software della supply chain rispetto al totale dei tre anni precedenti. Tuttavia, gli esperti e le autorità hanno difficoltà a compilare statistiche adeguate: lo studio di Munich Re ricorda che "è probabile che i dati rappresentino solo una piccola parte del cybercrime totale". (continua a pagina 2)



(continua da pagina 1) Tanto per avere un'idea, l'Ufficio federale di polizia criminale tedesco (Bka) stima che il 91,5% degli attacchi informatici non sia stato denunciato. Sulla base di queste considerazioni, il costo annuale globale della criminalità informatica raggiungerà i 13,8 trilioni di dollari entro il 2028, con un aumento rispetto agli 8,15 trilioni del 2023.

## DIFFICILE PREVEDERE GLI IMPATTI DELL'AI GENERATIVA

Tuttavia le tendenze passate non sono sempre indicative di quelle future. Secondo Munich Re, è essenziale anticipare i principali impatti delle potenziali minacce. Per esempio, quando si parla di intelligenza artificiale, l'era dell'AI generativa è appena iniziata e il suo impatto a lungo termine sulle economie, sulle società e sulla geopolitica rimane difficile da prevedere. Per quanto riguarda l'impatto sulla sicurezza informatica, gli analisti di Munich Re prevedono che i cyberattacchi diventeranno sempre più automatizzati e personalizzati, oltre che più economici e veloci da distribuire. Anche i criminali meno esperti di tecnologia potranno approfittarne.

Una nota positiva è che proprio l'AI e le tecnologie correlate possono essere utilizzate per rafforzare in modo specifico le capacità di rilevamento e risposta e per migliorare l'attribuzione degli attacchi informatici agli avversari, mappando le loro tecniche, tattiche e procedure. Nel settore assicurativo, l'AI sarà diffusa lungo l'intera catena del valore.

## RANSOMWARE, LA PRINCIPALE CAUSA DI PERDITE ASSICURATIVE

Dal punto di vista assicurativo, i dati delle perdite e l'esperienza di Munich Re tracciano un quadro chiaro dei rischi informatici e del loro impatto sull'assicurazione. Il ransomware continuerà a essere "il fattore dominante di rischio e di perdita": il Cyber data analytics team di Munich Re ha osservato che il ransomware è di gran lunga la principale causa di perdite assicurative in ambito informatico.

Il settore manifatturiero è quello con il maggior numero di richieste di risarcimento per ransomware. I progressi tecnologici e le strategie indicano un panorama sempre più complesso e dannoso: i modelli Ransomware-as-a-Service (RaaS) diventeranno ancora più competitivi nei mercati del dark web, in parte perché l'AI potrà guidarli e potenziarli. L'AI incoraggerà un alto grado di automazione nei processi di hacking e porterà a una forte individualizzazione degli attacchi, con phishing o estorsioni via e-mail su misura.

## SOLO UNA PICCOLA PARTE DEI RISCHI È STATA ASSICURATA

Infine, uno sguardo al mercato globale delle assicurazioni informatiche, che ha raggiunto una dimensione di 14 miliardi di dollari nel 2023 e, secondo le stime di Munich Re, aumenterà fino a circa 29 miliardi entro il 2027. Il mercato è guidato sia dalla consapevolezza della crescente frequenza e sofisticazione degli attacchi informatici, sia dai requisiti normativi sempre più severi, come la Network and information security directive (Nis2) che entrerà in vigore nell'ottobre prossimo. Altri fattori di crescita continuano a essere la trasformazione digitale, i progressi tecnologici in tutti i settori e i requisiti concreti che devono essere soddisfatti dai partner commerciali all'interno della catena di fornitura.

A oggi, solo una piccola parte dei rischi è stata assicurata. Le grandi imprese continuano a rappresentare la maggioranza dei sottoscrittori, mentre le piccole e medie imprese si assumono da sole la maggior parte dei rischi informatici. Gli assicuratori si trovano quindi ad affrontare una sfida importante nel tentativo di colmare il divario tra perdite economiche e perdite assicurate. "Contribuendo alla salvaguardia del mondo digitale – conclude Munich Re –, gli assicuratori dimostreranno ancora una volta l'importanza del settore per la resilienza dell'economia e della società".

Fabrizio Aurilia



INSURANCE  
REVIEW

è su **Twitter**

Seguici cliccando qui



## Finanza e protezione più vicine nelle mosse di due banche

**Le recenti novità nei management di Intesa Sanpaolo e Unicredit evidenziano la volontà di rafforzare le rispettive strutture del business assicurativo. Una strategia che punta alle fonti commissionali, ma che potrebbe anche contribuire alla riduzione della sottoassicurazione nei danni**

Che il tema della protezione debba essere naturalmente correlato con quello della finanza è oggi cosa nota a quasi tutti i maggiori gruppi bancari e assicurativi, ma non è stato sempre così.

I servizi di bancassicurazione hanno origine in Francia, negli anni '80, con l'integrazione tra il sistema bancario e quello assicurativo, che è arrivato tra molte perplessità in Italia all'inizio del decennio successivo.

Oggi le banche italiane sono uno dei canali più importanti per la distribuzione dei prodotti assicurativi danni e vita, perché hanno sposato appieno il concetto di bancassicurazione.

Certamente si tratta di un matrimonio di interesse dettato dalla ricerca di fonti commissionali, in vista del prossimo progressivo abbassamento dei tassi, necessarie per remunerare gli azionisti, ma anche, ed è cosa buona e giusta, per garantire una crescita sostenibile, investendo in innovazione e comunicazione, nonché aumentando la capacità di attrarre nuovi clienti oggi non adeguatamente serviti.

Ad attendere le banche al varco ci sono praterie inesplorate, basti pensare che in Italia solo il 10% della popolazione è adeguatamente protetto dai rischi più basilari, sia del ramo danni che vita. Non fanno eccezione i clienti private e gli imprenditori, con un misero 25% che è correttamente assicurato dai rischi individuali e societari.

Le mosse delle due principali banche italiane, ossia **Intesa Sanpaolo e Unicredit**, pur con le connaturate differenze che le contraddistinguono, stanno dando prova di quanto il tema della protezione sia rilevante.

Partiamo da Intesa Sanpaolo, che ha riorganizzato il suo polo del **Wealth Management**: sotto la regia di **Tommaso Corcos** confluiscono le tre divisioni **Asset management (Eu-**



Nicola Ronchetti

**rizon**), **Insurance (Intesa Sanpaolo Vita)**, **Private banking** e le reti **Fideuram**, **San Paolo Invest** e **IW**.

### Il legame con la gestione del risparmio

Basta leggere il **curriculum vitae** delle due top manager a capo rispettivamente delle divisioni **Asset management** e **Insurance** per comprendere come in Intesa Sanpaolo gestione del risparmio e protezione siano indissolubilmente legate.

Come amministratore delegato della divisione di **asset management** e a capo di **Eurizon** è stata infatti nominata **Maria Luisa Gota**, già alla guida di **Fideuram Vita**, compagnia di rilievo in Italia nel settore delle polizze vita.

**Virginia Borla** è il nuovo amministratore delegato e direttore generale di **Intesa Sanpaolo Vita**, con un'esperienza iniziata in prima linea come gestore bancario per arrivare ai vertici della Banca dei Territori.

Anche **Unicredit** ha calato il suo asso con la nomina di **Alessandro Santoliquido** a capo del suo business assicurativo paneuropeo a partire dal 1° luglio 2024: il manager sarà responsabile dell'implementazione delle strategie assicurative del gruppo, un'area in cui Unicredit vede forti dinamiche e potenzialità di crescita.

Anche Santoliquido è un fuoriclasse, con esperienze ai vertici di **Allianz** e **Amissima**, poi direttore generale di **Cronos Vita Assicurazioni**, la società che ha rilevato e salvato **Eurovita**.

Ci sono tutte le premesse per una reale e tanto attesa risposta ai bisogni delle famiglie e delle imprese italiane, basata sull'integrazione dei tre pilastri della consulenza: protezione, gestione del risparmio e **lending**.

Visto che il mercato della protezione è governato dall'offerta, ovvero dalle banche e dalle compagnie assicurative, e che queste sono indissolubilmente legate al valore delle persone, si parte con le migliori premesse.

**Nicola Ronchetti**,  
founder e ceo di Finer

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

## INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2024

11 GIUGNO 2024 | 9:00 - 17:00

Hotel Melià | Via Masaccio 19, 20149 Milano



### OPENING SESSION

#### BUSINESS TRANSFORMATION: INTELLIGENZA ARTIFICIALE E DIGITALIZZAZIONE PER LA NUOVA ASSICURAZIONE

Intelligenza artificiale, machine learning, big data, blockchain, IoT, cloud computing e digitalizzazione sono le leve che il settore assicurativo sta utilizzando per ricercare spazi di innovazione distintivi che consentano di potenziare il valore dell'assicurazione nel nostro paese, la diversificazione dei servizi e la relazione con il cliente. Il legame tra Business e Tecnologia si stringe in percorsi sempre più sfidanti, tracciati da scenari difficili e caratterizzati da crisi permanenti, effetti dei cambiamenti climatici, criteri di mutualità e ricerca di profittabilità. Il ripensamento del business assicurativo è sostenuto da modelli evoluti di valutazione e mitigazione del rischio, interpretazione dello strumento tecnologico a favore delle strategie identitarie, commerciali e di sostenibilità delle compagnie.

Modera Maria Rosa Alaggio, direttore di Insurance Review e Insurance Trade

Sponsor opening session

9.00 – 9.30



#### REGISTRAZIONE

9.30 – 10.30



#### TAVOLA ROTONDA – BUSINESS TRANSFORMATION: INTELLIGENZA ARTIFICIALE E DIGITALIZZAZIONE PER LA NUOVA ASSICURAZIONE

- Marco Amendolagine, head of product management, Europe and Apac di Cambridge Mobile Telematics
- Renzo Avesani, chief executive officer di Leithà (gruppo Unipol)
- Irene Di Deo, ricercatrice senior dell'Osservatorio artificial intelligence Polimi
- Enzo Di Puma, chief operating officer di Axa Italia
- Sergio Miedico, chief operating officer di Reale Ites
- Vanessa Perciballi, head of data products and BI tools di Generali Italia

10.30 – 10.40



#### SCENARIO DI MERCATO E INNOVAZIONE PER CITTADINI E IMPRESE

- Intervista a Umberto Guidoni, co-direttore generale di Ania

10.40 – 11.00



#### CONFIGURAZIONE ZERO-CODE ATTRAVERSO L'INTERA CATENA DEL VALORE

- Sara Zavarise, head of pre-sales di Rgi

11.00 – 11.30



#### COFFEE BREAK

11.30 – 12.30



#### TAVOLA ROTONDA – OMNICHANNEL, COSÌ CAMBIA L'INTERAZIONE CON IL CLIENTE

Strategie, tecnologie, progetti per l'evoluzione del servizio (nel mondo salute, auto, danni) e della centralità del cliente

- Marco Brachini, direttore marketing, brand and customer relationship di Sara Assicurazioni
- Letizia D'Abbondanza, chief customer & external communication di Axa Italia
- Silvia Del Sole, responsabile corporate & marketing communications e segreteria societaria di Blue Assistance
- Mirella Maffei, direttore business development & finance di Assimoco e direttore generale di Bcc Assicurazioni
- Lorenzo Maselli, head of go to market di Doxee
- Eddy Piedepalumbo, responsabile agenzie, affinity e broker di Helvetia Italia

12.30 – 13.00



#### TAVOLA ROTONDA – INSURTECH: IDEE, TECNOLOGIE E AREE DI APPLICAZIONE

Il contributo di insurtech e start up all'innovazione del settore assicurativo: scenario di mercato, azioni intraprese, risultati e opportunità da cogliere

- Massimiliano Caradonna, senior vice president di Dekra Group
- Simone Ranucci Brandimarte, presidente dell'Italian Insurtech Association
- Nicolò Soresina, ceo e chief executive officer e chief operating officer di Vittoria hub

13.00 – 14.00



#### LUNCH



Sponsor sessione tematica



Official sponsor



## INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2024

11 GIUGNO 2024 | 9:00 - 17:00

[WWW.INSURANCECONNECT.TV](http://WWW.INSURANCECONNECT.TV)

## SESSIONE TEMATICA INTERMEDIARI

14.00 - 15.30

- I trend di mercato, le strategie delle compagnie e gli orientamenti del cliente stanno accelerando le azioni degli intermediari in un quadro fatto di ricerca di stabilità, competitività, efficienza e valore aggiunto per il cliente. A caratterizzare il cambiamento sono digitalizzazione, piattaforme tecnologiche, specializzazione, accordi commerciali e società di servizi.

14.00 – 14.20 – **MODELLI ORGANIZZATIVI E GESTIONALI, UNA LEVA DI SUCCESSO PER GLI INTERMEDIARI**  
- Fabio Orsi, partner di Innovation Team - Mbs Consulting (gruppo Cerved)

14.20 – 15.30 – **TAVOLA ROTONDA – TECNOLOGIE, ORGANIZZAZIONE E PARTNERSHIP: DALLE ESIGENZE DELLA CLIENTELA AL NUOVO BUSINESS**  
modera Fabio Orsi, Innovation Team

- Alberto Bonomo, amministratore di X Consulting
- Alessandro Lazzaro, presidente dell'Unione Agenti Axa
- Enzo Sivori, presidente di Agenti UnipolSai Associati
- Giuseppe Suter, presidente del Gruppo Agenti Italiana Assicurazioni
- Enrico Ullivieri, presidente del Gruppo Agenti Zurich
- Luigi Viganotti, presidente di Acb

## SESSIONE TEMATICA INNOVATION LAB

14.00 – 15.30

- Interpretare il cambiamento, anticipare l'evoluzione del mercato e della clientela, amplificare le possibilità di offrire soluzioni e servizi. Con questo obiettivo sono nati centri di competenza e importanti iniziative capaci di prevedere il futuro, favorire nuove opportunità, fornire risposte concrete al cliente.

14.00 - 14.20 – **AI ACT IN ACTION: SFIDE E OPPORTUNITÀ DI INNOVAZIONE PER IL SETTORE ASSICURATIVO**  
- Stefania Salmi, manager di Scs Consulting

14.20 - 15.30 – **TAVOLA ROTONDA – STRATEGIE E PROGETTI PER L'INNOVAZIONE**

- Enkeleida Bitri, responsabile innovazione di Intesa Sanpaolo Vita
- Andrea Cavallero, chief operations & IT officer di Generali Italia
- Giacomo Lovati, chief beyond insurance officer di UnipolSai
- Maurizio Rainò, chief claims officer di Axa Italia
- Elena Repetto, chief operating officer del Gruppo Helvetia Italia
- Davide Ricci, senior manager di Scs Consulting

Sponsor opening session



Sponsor sessione tematica



Official sponsor



## SESSIONE TEMATICA COMUNICAZIONE

15.30 – 17.00

La comunicazione, attraverso i social, sul territorio o coinvolgendo dipendenti e reti di vendita, è un pilastro per trasmettere i valori identitari delle compagnie, sensibilizzare la clientela verso l'importanza dell'educazione finanziaria, l'inclusione, la partecipazione. E far emergere, con strumenti e iniziative innovative, il ruolo economico e sociale dell'assicurazione.

### 15.30 – 16.45 – TAVOLA ROTONDA – INIZIATIVE PHYGITAL, EDUCATIVE E INCLUSIVE

modera Gianluca Zanini, partner di Excellence Consulting

- Carla Bellavia, direttore risorse umane, organizzazione e comunicazione di Groupama Assicurazioni
- Luciano Chillemi, responsabile comunicazione istituzionale e customer care di Vittoria Assicurazioni
- Chiara Pastorino, responsabile personale e organizzazione di Intesa Sanpaolo Vita
- Luca Petermaier, responsabile comunicazione di gruppo, relazioni esterne e corporate identity del gruppo Itas
- Alessandra Pugliese Levi, head of internal communication, change management & D&I di Axa Italia

16.45 – 17.00 – Q&A

## SESSIONE TEMATICA DISTRIBUZIONE E MODELLI DI OFFERTA

15.30 – 17.00

La pluralità di modelli distributivi è espressione della ricerca di innovazione da parte degli operatori del settore, tra nuove strategie basate sulla tecnologia e sulle partnership, capacità di comporre e valorizzare prodotti e servizi (anche in ottica embedded insurance o polizze parametriche), e di interagire con i clienti.

### 15.30 – 16.45 – TAVOLA ROTONDA – STRATEGIE PER L'INNOVAZIONE DEI MODELLI DISTRIBUTIVI

- Fabio Ariolli, energy & insurance director di Wind Tre
- Leonardo Felician, ceo BeRebel (gruppo Unipol)
- Simone Lazzaro, chief underwriting officer di Revo Insurance
- Gianfilippo Lena, ad di Telepass Assicura
- Jean-François Mossino, presidente della Commissione Agenti Bipar
- Antonio Valitutti, ad di Isybank

16.45 – 17.00 – Q&A

Sponsor opening session



Sponsor sessione tematica



Official sponsor



**ISCRIVITI CLICCANDO QUI**  
**SCARICA IL PROGRAMMA COMPLETO**