

PRIMO PIANO

De Courtois alla guida di IE

Frédéric de Courtois è il nuovo presidente di Insurance Europe. De Courtois (vice ceo del gruppo Axa) succede ad Andreas Brandstetter, presidente e ceo di Uniq.

Il top manager di Axa ha ricevuto un sostegno unanime per guidare la federazione delle associazioni europee assicurative e riassicurative per i prossimi tre anni.

“La mia priorità principale sarà contribuire alla costruzione di un’Europa migliore e più competitiva”, ha detto de Courtois in occasione della sua nomina alla 14esima conferenza internazionale di Insurance Europe a Helsinki. “Il settore assicurativo – ha proseguito – è parte della soluzione ed è desideroso di impegnarsi in modo costruttivo e di lavorare con tutti gli stakeholder per sviluppare e co-costruire le giuste soluzioni”. Tra le azioni più urgenti, secondo de Courtois, ci sono l’aumento del numero di partenariati pubblico-privato e lo sviluppo di un quadro normativo europeo più agile, meno complesso e più focalizzato sul processo legislativo.

Frédéric de Courtois, con un passato anche in Generali, lavora nel settore assicurativo da oltre 30 anni, è vice ceo del gruppo Axa dal 2021 ed è membro del comitato di gestione del gruppo.

Fabrizio Aurilia

NORMATIVA

Nuove indicazioni per gli operatori dei rami danni su Pog e informativa precontrattuale

A fronte di esiti non pienamente positivi sui controlli effettuati, Ivass comunica quindici aspettative in materia di governo e controllo dei prodotti assicurativi e preannuncia interventi correttivi sui documenti precontrattuali. Particolare rilievo è posto su un maggiore coinvolgimento degli organi amministrativi degli enti e sulle modifiche per razionalizzare gli adempimenti informativi verso il cliente

Prosegue il focus di Ivass sulla distribuzione assicurativa, con particolare rilievo, a distanza di quasi quattro anni dalla pubblicazione del regolamento n. 45/2020 e di quasi sei anni da quella dei regolamenti n. 40/2018 e n. 41/2018, rispettivamente sui temi di governo e controllo dei prodotti assicurativi, distribuzione assicurativa e informativa precontrattuale.

Ma cosa si aspetta la vigilanza dagli operatori di mercato? Perché la necessità di intervenire nuovamente su questi temi?

Partiamo dalle aspettative dell’istituto in materia di governo e controllo dei prodotti assicurativi (Pog). Il 6 ottobre 2023 sul sito dell’Ivass viene rilasciato per la pubblica consultazione il documento n. 8/2023. La vigilanza esordisce con l’intento di favorire l’uniforme e corretta applicazione del framework normativo europeo e nazionale in materia. Arrivano poi le note dolenti: a seguito delle verifiche svolte dall’istituto sulle modalità di attuazione della normativa in tema di Pog attraverso richieste di documentazione, incontri e visite ispettive, sono emerse significative carenze in materia di governance del processo Pog, target market e value for money. L’Ivass ha quindi riscontrato che le imprese vigilate non applicano prassi che diano appropriata attuazione all’effettivo coinvolgimento dell’organo amministrativo e delle funzioni fondamentali nei processi Pog, all’individuazione del mercato di riferimento e della sua granularità, alla determinazione e misurazione del valore del prodotto per il cliente.

Tramite la lettera al mercato del 27 marzo 2024, l’istituto formalizza in via definitiva 15 aspettative rivolte alle imprese di assicurazione con sede legale in Italia e alle sedi secondarie, ubicate in Italia, delle imprese con sede legale in Stati terzi e agli intermediari produttori di fatto, precisando altresì che, al fine di promuovere la parità di tutela per gli assicurati italiani, rappresenterà all’home supervisor le medesime aspettative in relazione ai prodotti commercializzati in Italia da soggetti aventi sede legale nello Spazio economico europeo (SEE), attivi in Italia in regime di stabilimento o in libera prestazione di servizi.

MAGGIORE CONDIVISIONE TRA I LIVELLI SUI NUOVI PRODOTTI

Tra le aspettative che attirano di più l’attenzione per i produttori dei rami danni, sicuramente rileva quella per cui l’organo amministrativo deve avere adeguata conoscenza della normativa Pog al fine di definire gli indirizzi strategici del sistema di governo societario e verificare come tali indirizzi sono stati attuati nell’impresa. (continua a pag 2)



(continua da pag 1) È compito quindi dell'organo amministrativo dialogare, facilmente e continuamente, con le funzioni di secondo livello (compliance, risk e attuarato) e gli eventuali organi con funzioni istruttorie, consultive, propositive (comitati di rischio) per conoscere, comprendere e decidere consapevolmente sui nuovi prodotti da proporre al mercato o in caso di modifiche significative di quelli esistenti.

L'istituto auspica poi che, in tale contesto, le funzioni di secondo livello valutino le attività svolte dalle funzioni di primo livello coinvolte nei processi Pog, attraverso una verifica completa e autonoma, e che sia costituito un apposito comitato per l'approvazione dei nuovi prodotti cui partecipano le funzioni di secondo livello. Compliance, risk e attuarato, per quanto di propria competenza, dovranno quindi intervenire a gamba tesa nei processi Pog, valutare concretamente ciascun nuovo prodotto in termini di conformità al quadro normativo vigente, contenimento dei rischi correlati, rispetto delle politiche di sottoscrizione e riservazione, e fornire evidenza documentale delle proprie analisi in merito.



TARGET PIÙ SPECIFICI E PIÙ ATTENZIONE SUL PROFIT TEST

La definizione del mercato di riferimento dovrà essere effettuata con un adeguato livello di granularità, sia con riferimento alle variabili previste dall'articolo 5 del regolamento delegato Pog, sia con riferimento ad altri elementi ritenuti rilevanti nella valutazione. Il livello di granularità sarà quindi incrementato in relazione a età ed esigenze assicurative del cliente, test e complessità del prodotto, mentre il mercato di riferimento dovrà essere determinato in base alle caratteristiche del prodotto e alle relative opzioni contrattuali (garanzie, esclusioni, franchigie, valore assicurato).

Nella fase di testing del prodotto, infine, la vigilanza sottolinea l'importanza del profit test lato cliente, ossia un'analisi che tenga conto dei rendimenti, dei costi sostenuti durante lo sviluppo del prodotto e dell'impatto dell'inflazione. Il profit test deve concludersi con il riconoscimento al cliente di un valore adeguato del prodotto, coerente con le caratteristiche del mercato di riferimento, le sue aspettative ed esigenze assicurative. In mancanza, quindi, l'impresa dovrà adottare misure correttive, quali la modifica del target market o l'interruzione della commercializzazione del prodotto.

NEL RAMO DANNI VERSO DIP PIÙ SNELLI

Lato informativa precontrattuale, invece, lo scorso 22 gennaio si è concluso il processo di pubblica consultazione avviato da Ivass con il [documento n. 9 del 23 novembre 2023](#).

Le modifiche preannunciate si propongono di razionalizzare l'informativa precontrattuale attuale con lo scopo di aumentare la trasparenza verso il cliente, da un lato, facilitando il rapporto del cliente con il distributore e favorendo una sua maggiore comprensione delle caratteristiche e del funzionamento del prodotto, dall'altro, snellendo gli adempimenti informativi in capo agli operatori di mercato attraverso una razionalizzazione di alcuni documenti precontrattuali.

I produttori dei rami danni, in particolare, sono chiamati a modificare il Dip aggiuntivo, evitando la duplicazione delle informazioni già presenti nel Dip e riducendo il numero delle pagine (il provvedimento propone che i Dip aggiuntivi siano redatti al massimo su tre pagine di formato A4). Lo schema proposto per il Dip aggiuntivo danni prevede (i) una sezione relativa ai rischi esclusi, (ii) una sezione relativa ai limiti della copertura assicurativa, (iii) una sezione relativa alla tipologia di cliente a cui il prodotto è destinato, (iv) una sezione relativa ai costi da sostenere e (v) una sezione relativa alla presentazione dei reclami e alla risoluzione delle controversie.

MODELLO UNICO PRECONTRATTUALE DIVERSO PER IBIP E NON-IBIP

Con riguardo all'informativa sul distributore, infine, il provvedimento si propone di (i) contenere il numero dei documenti informativi, prevedendo un *Modello unico precontrattuale* (Mup) differenziato per tipologia di prodotto (Ibip e non-Ibip) che integra le informazioni ora contenute in più moduli (allegato 3, 4 e 4-bis), (ii) abrogare l'allegato 4-ter sugli obblighi di comportamento del distributore, (iii) abrogare gli obblighi di pubblicazione sul sito internet/affissione nei locali del distributore dei materiali informativi, (iv) inserire una clausola di raccordo con l'informativa sul prodotto, che consenta di dare l'informativa sui reclami in un'unica sede, purché completa, al fine di valorizzare l'autonomia degli operatori e le sinergie di processo nel caso particolare in cui il prodotto sia collocato dal produttore, (v) consentire la somministrazione dell'informativa relativa ai rapporti d'affari di cui all'articolo 120-ter, comma 1, lett. e), del Cap, tramite la pubblicazione sul sito internet oppure affissione nei locali. Resta salva la consegna su supporto cartaceo su richiesta del cliente.

Lo schema del Mup prevede (i) una sezione con le informazioni generali del distributore che entra in contatto con il cliente, (ii) una sezione con le informazioni sul modello di distribuzione, (iii) una sezione con le informazioni relative a situazioni di potenziale conflitto d'interesse, (iv) una sezione con le informazioni sull'attività di distribuzione e consulenza, (v) una sezione con le informazioni sulle remunerazioni, (vi) una sezione con le informazioni sul pagamento dei premi e (vii) una sezione con le informazioni sugli strumenti di tutela del contraente. (continua a pag 3)



© Joshua Miranda - Pexels

(continua da pag 2)

UN IMPATTO CHE COINVOLGE LE FUNZIONI CHIAVE

Nell'attesa della pubblicazione del provvedimento di rettifica dei regolamenti Ivass n. 40/2018 e n. 41/2018, le modifiche proposte, eventualmente ritoccate a seguito delle osservazioni pervenute a conclusione del processo di pubblica consultazione, entreranno in vigore il giorno successivo a quello della pubblicazione in Gazzetta Ufficiale e si applicheranno ai contratti sottoscritti dopo la data di entrata in vigore del provvedimento, con possibilità per gli operatori di mercato di adeguarsi entro i sei mesi successivi.

Il 2024 si rivela dunque un anno di decisivi cambiamenti normativi per gli operatori di mercato, che dovranno, da un lato, rafforzare e applicare nella sostanza i propri processi Pog e, dall'altro, procedere con la modifica dei documenti precontrattuali da consegnare al cliente prima della formazione e conclusione del rapporto contrattuale. Si tratta di cambiamenti non di poco conto, rispetto ai quali le funzioni fondamentali, e in particolare la compliance, giocheranno un ruolo cruciale sia in fase di adeguamento alle nuove richieste sia in fase successiva di verifica del rispetto delle regole interne da parte delle funzioni di primo livello e di resoconto ai comitati esecutivi.

**Marco Cicala, compliance manager
Qbe Europe SA/NV – Rappresentanza
generale per l'Italia**

COMPAGNIE

Climate change, al via una nuova soluzione targata Generali e Cattolica

L'offerta assicurativa si rivolge a una platea potenziale di 4,5 milioni di imprese che devono proteggere fabbricati, impianti e macchinari, attrezzature industriali e commerciali e terreni dai danni provocati da eventi catastrofici

Generali Italia e la sua business unit **Cattolica** hanno annunciato il lancio di una nuova offerta assicurativa rivolta a una platea potenziale di oltre 4,5 milioni di imprese italiane che si trovano a fare i conti con l'impatto del cambiamento climatico.

La nuova soluzione è dedicata alla protezione dai danni a fabbricati, impianti e macchinari, attrezzature industriali e commerciali e terreni, direttamente provocati da eventi catastrofici quali terremoti, alluvioni, frane, inondazioni ed esondazioni. Generali, in una nota, sottolinea che il lancio di questa nuova soluzione rappresenta "una risposta che anticipa i bisogni alla luce della nuova norma introdotta dalla legge di Bilancio 2024, che introduce l'obbligo per le imprese di sottoscrivere contratti assicurativi a copertura dei danni di natura catastrofale individuati dalla legge stessa".

Nell'inquadrare il contesto in cui viene lanciata la nuova offerta, Generali ricorda come oggi in Italia il 94% dei comuni sia a rischio frane, alluvioni ed erosione costiera, ma solo una piccola percentuale degli immobili è protetta da assicurazioni specifiche contro i danni provocati da eventi calamitosi. Il gap, come rilevato dall'**Ania**, riguarda le imprese, soprattutto quelle di dimensioni molto piccole: solo il 3,4% delle ubicazioni riferite a microimprese sono coperte da assicurazioni per le alluvioni e solo l'8,4% per i terremoti. Inoltre, sempre secondo Ania, anche le famiglie sono esposte al rischio: solo il 5,3% delle abitazioni civili è infatti assicurato contro le calamità naturali.

Secondo il general manager di Generali Italia, **Massimo Monacelli**, "il cambiamento climatico impone azioni concrete di fronte a eventi che non possono più essere considerati sporadici e che sono caratterizzati da impatti sempre più pesanti in termini di frequenza e intensità". Con questa nuova soluzione, ha aggiunto, "mettiamo a disposizione del motore produttivo dell'Italia una risposta concreta a un tema decisivo per la sostenibilità di tutto il Sistema Paese".



**Massimo Monacelli, general manager
di Generali Italia**

Beniamino Musto

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 30 maggio di 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

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