

## PRIMO PIANO

# Hdi Global, tutto in crescita

Hdi Global apre il 2024 con un utile netto di 104 milioni di euro, in rialzo del 51% su base annua. Nel primo trimestre dell'anno, come illustra una nota stampa diffusa ieri dalla compagnia, la società del gruppo tedesco Talanx ha messo a bilancio ricavi assicurativi per 2,3 miliardi di euro (+13%), grazie soprattutto agli effetti dell'inflazione sull'andamento dei premi e alle "nuove attività negli ambiti property, liability e specialty". Bene anche il trend relativo alle perdite assicurative, con il dato fermo ad appena 17 milioni di euro contro i 34 milioni dei primi tre mesi del 2023: forte di questa performance, il combined ratio migliora di 1,4 punti percentuali e si attesta al 91,8%.

"Con i positivi risultati messi a bilancio nel primo trimestre del 2024, Hdi Global ha realizzato una partenza davvero promettente per il nuovo anno finanziario", ha commentato Edgar Puls, ceo della società. "La nostra performance nei primi tre mesi del 2024 pone le basi per un'annata favorevole, perché solo quando riusciamo a mantenere una solida posizione finanziaria – ha aggiunto – siamo in grado di garantire un servizio di qualità e un'assoluta affidabilità ai nostri clienti e intermediari". Puls ha infine sottolineato l'ambizione della società di porsi "partner nella trasformazione" dei propri clienti.

Giacomo Corvi

## RICERCHE

# Manifatturiero, 1160 miliardi di euro di fatturato nel 2024

**Come si legge nell'ultima edizione del Rapporto Analisi dei Settori Industriali di Intesa Sanpaolo e Prometeia, di fondamentale importanza sarà il contributo del canale estero, ma anche il mercato interno darà una mano. Nel biennio 2025-26, in cui saranno realizzati gli investimenti del Pnrr, l'industria potrà crescere a tassi più dinamici**

Il fatturato dell'industria manifatturiera italiana, a prezzi correnti, dovrebbe stabilizzarsi sui 1160 miliardi di euro a fine anno. Ciò vorrebbe dire +250 miliardi rispetto al 2019, degna conclusione di un ciclo post-Covid da record. A prezzi costanti ci si aspetta invece un moderato rimbalzo (+0,6%), che consentirà di recuperare solo parte di quanto perso nel 2023 (-2,1%). Dopo una prima parte dell'anno ancora debole, si prevede un secondo semestre di maggior dinamismo, grazie all'impatto positivo che il rientro dell'inflazione avrà sulla domanda interna e internazionale e al conseguente ribasso dei tassi d'interesse. È quanto emerge dall'ultima edizione del Rapporto Analisi dei Settori Industriali di Intesa Sanpaolo e Prometeia.

L'indice Istat, che sintetizza il clima di fiducia delle imprese manifatturiere italiane, è ancora in territorio negativo ma in costante ripresa dai minimi di novembre 2023. I giudizi su ordini e domanda sono in miglioramento, nonostante un saldo ancora negativo sia sul fronte interno sia sui mercati esteri, e si riscontra inoltre un minor pessimismo degli operatori relativamente alle attese sulla produzione.

### IL MAGGIOR CONTRIBUTO ARRIVERÀ DALL'EXPORT

Stando al report, il commercio mondiale dovrebbe ritrovare progressivamente slancio dopo la battuta d'arresto dell'anno scorso, nonostante le pressioni al ribasso che potrebbero esercitare i rischi geopolitici. Buone opportunità di export emergeranno sia sui mercati extra-europei (soprattutto gli Stati Uniti), che stanno registrando performance superiori alle attese sia all'interno dell'area Ue. Se le imprese italiane saranno in grado di cogliere le opportunità offerte dai mercati internazionali, si registrerà una crescita dell'export del 2,6% a prezzi costanti che confermerebbe la buona competitività dimostrata negli ultimi anni. La previsione è che a rallentare il passo nel corso del 2024 saranno soprattutto gli investimenti in costruzioni, dopo il ciclo eccezionale degli anni post-Covid. La contrazione dell'edilizia residenziale, indotta da un contributo meno espansivo della riqualificazione (rimodulazione del Superbonus, stop definitivo alla cessione del credito e allo sconto in fattura), potrà essere compensata solo parzialmente dagli investimenti legati al Pnrr.

### CONTINUA LA RIPRESA DEI CONSUMI

Grazie al recupero del reddito disponibile eroso dall'inflazione, nel 2024 i consumi interni si manterranno in crescita posizionandosi sopra i livelli di spesa pre-Covid anche a prezzi costanti. (continua a pag 2)



© Collab Media - Pexels

(continua da pag 1) A trainare il recupero saranno i servizi (in particolare quelli legati alla socialità, come alberghi e ristoranti, cultura e spettacolo) e i beni durevoli per la mobilità, che si confermeranno in crescita dopo il punto minimo toccato durante la pandemia. In sostanziale tenuta la spesa per beni alimentari, che a seguito dei recenti rincari continuerà a incidere in maniera rilevante sulla spesa complessiva per consumi nel 2024, e sui redditi delle famiglie meno abbienti. I beni durevoli per la casa, invece, risentiranno dell'effetto di sgonfiamento degli incentivi rivolti al comparto delle ristrutturazioni edilizie. In un'ottica storica più ampia, il quadro consumi delle famiglie italiane resta comunque depresso: a fine 2023, l'Italia mostrava ancora un livello di consumi interni inferiore al 2007 (-1,1%, sempre a prezzi costanti), a fronte del sorpasso realizzato in Spagna (+2,3%), Francia (+12,6%) e Germania (+13,4%).



## LA CRESCITA SARÀ PIÙ INTENSA DAL 2025

Nello scenario di medio termine, l'industria manifatturiera italiana potrà crescere a tassi relativamente dinamici nel biennio 2025-26 (+1,2% medio annuo) grazie alla realizzazione degli investimenti pubblici attivati direttamente dal Pnrr (soprattutto in ottica green, digitale e di infrastrutturazione del paese) e agli investimenti privati, indispensabili per proseguire nel processo di rafforzamento competitivo delle imprese. Un salto di produttività via investimenti materiali, immateriali e di upskilling del capitale umano si prefigura necessario anche per garantire continuità di fronte a un quadro prospettico di progressivo calo demografico e invecchiamento della popolazione, che influirà negativamente sulla forza lavoro e sui consumi interni. Questi ultimi si manterranno su un sentiero di crescita modesta nell'orizzonte di previsione, soprattutto con riferimento ai consumi di beni manufatti. L'attenzione alla sostenibilità e alla tecnologia, soprattutto nelle fasce più giovani della popolazione, sarà controbilanciata da una maggiore propensione degli over-65 al benessere personale e alla salute, che favorirà la crescita dei consumi di servizi.

## L'IMPATTO DEI RISCHI DI MATRICE GEOPOLITICA

Nel quadriennio 2025-28 il principale fattore di rischio sarà rappresentato dalle tensioni geopolitiche che però, secondo il rapporto, non incideranno particolarmente sulle nostre esportazioni, comunque attese crescere a un ritmo medio annuo del 2,7%, a prezzi costanti. Anche le importazioni dovrebbero mantenersi vivaci (+2,5% in media d'anno, sempre a prezzi costanti), portando l'import penetration oltre il 51% nel 2028 (dal 47% del 2023). Le condizioni economico-finanziarie del manifatturiero rimarranno pertanto solide anche nei prossimi anni, garantendo alle imprese una buona sostenibilità dei processi di investimento. Nel biennio 2025-26 con il maggior traino della domanda anche sul mercato interno, margini e redditività potranno recuperare parte di quanto perso nel 2022-23, per poi normalizzarsi su livelli comunque elevati. Nel complesso del quadriennio 2025-28, si stima un margine operativo lordo medio al 9,2% e un roi al 7,8%, in linea con il pre-Covid. Il processo di rafforzamento della struttura patrimoniale e finanziaria delle imprese, verso un costante riequilibrio fra fonti interne ed esterne di finanziamento, determinerà un ulteriore calo del leverage, con effetti positivi sulla capacità di generare utili e flussi di cassa.

## IL RANKING SETTORIALE TRA IL 2025 E IL 2028

I settori che avranno le maggiori opportunità di crescita sono quelli legati alla twin transition, a iniziare da Elettrotecnica (+2,6% medio annuo in termini di fatturato deflazionato nel quadriennio 2025-28), Meccanica (+2%) ed Elettronica (+1,4%). Più distanti gli Autoveicoli e moto (+0,9%, in linea con la media manifatturiera). Molto positive le prospettive di Largo consumo (+2,3%) e Farmaceutica (+1,9%), grazie alla migliore tenuta sui mercati internazionali e a una dinamica della domanda interna vivace. Le esportazioni saranno il principale driver di crescita anche per i produttori di beni di consumo tipici del Made in Italy, quali Sistema moda e Alimentare e bevande, che manterranno un ritmo di sviluppo di poco inferiore all'1% medio annuo nel quadriennio, nonostante consumi domestici poco dinamici. Nella parte bassa della graduatoria 2025-28 si posizionano tutti i settori produttori di beni intermedi, con spunti di crescita leggermente migliori per gli Intermedi chimici (+0,8%). Sostanzialmente stazionari, in termini di crescita del fatturato deflazionato, i settori Metallurgia (+0,5%), Altri intermedi (+0,3%) e Prodotti in metallo (+0,1%), che risentiranno dell'aumento dell'import penetration. Chiudono la graduatoria i Prodotti e materiali da costruzione, con fatturato deflazionato in calo (-1,2% medio annuo nel periodo in questione) soprattutto a causa della debolezza dell'edilizia residenziale nel mercato interno.

## RICERCHE

## Gli italiani e la salute, un rapporto tra luci e ombre

**Una survey di Groupama Assicurazioni e Doxa, realizzata per indagare i trend che cambieranno il Paese da qui al 2030, evidenzia come il 42% del campione abbia il timore di non potersi curare adeguatamente in futuro**

Per quasi un italiano su due (48%) la salute rappresenta un complesso equilibrio da raggiungere, che riguarda non solo il corpo, ma anche la mente. Secondo la quarta edizione dell'osservatorio *Change Lab, Italia 2030*, realizzato da **Groupama Assicurazioni** in collaborazione con **Bva Doxa**, oggi più della metà della popolazione (52%) si dichiara soddisfatta del proprio stato di salute, sia fisico che psicologico, e mostra grande attenzione al tema della prevenzione: il 66% del campione intervistato fa periodicamente analisi del sangue/urine, il 47% segue percorsi di screening e il 44% fa regolare attività fisica. Solo per il 16% degli intervistati, però, il medico di base rimane il principale e unico riferimento in ambito salute, mentre per il 36% rappresenta una figura centrale ma non l'unica, dal momento che quasi nove italiani su dieci (88%) dichiarano di aver fatto ricorso anche al consulto di medici specialistici negli ultimi anni, tra cui soprattutto fisioterapista/osteopata/massoterapista (34%), nutrizionista (27%) e psicologo (21%).

La survey, che ha l'obiettivo di indagare i principali trend che entro il 2030 cambieranno le abitudini di vita degli individui, quest'anno ha analizzato l'approccio degli italiani per comprendere come i temi della salute e del benessere evolveranno nei prossimi 10 anni, con un focus sulle principali paure. E se da un lato emerge la fiducia verso il sistema sanitario italiano attuale, dall'altro si avverte la mancanza di alcuni servizi considerati necessari, come ad esempio: maggiore accesso alle prestazioni sanitarie in via digitale (per il 60%); migliori servizi di assistenza nella rete scolastica (38%) e ancora la disponibilità di uno "psicologo di base" al fianco del medico di famiglia (35%) o di un consulto medico online in tempo reale (34%).

Guardando al futuro, infatti, oltre quattro italiani su dieci (42%) manifestano il timore di dover assistere al peggioramento delle proprie condizioni fisiche senza poter ricorrere alle cure necessarie: una paura che condiziona il 59% degli intervistati, i quali dichiarano di aver già sottoscritto o pensano di sottoscrivere un'assicurazione sanitaria.

B.M.

## CARRIERE

## Carlo Cimbri nominato Cavaliere del Lavoro

**Il nome del presidente di Unipol è nella lista del Quirinale con le 25 personalità cui sarà assegnato il titolo**

C'è anche il nome del presidente di **Unipol**, **Carlo Cimbri** (nella foto), tra i 25 nuovi Cavalieri del Lavoro annunciati oggi dal Presidente della Repubblica, **Sergio Mattarella**.

Nato a Cagliari nel 1965 e laureato con lode in Economia e Commercio presso l'Università degli Studi di Bologna, Cimbri ha oltre 30 anni di esperienza nel settore assicurativo e bancario. La sua carriera in Unipol è iniziata nel 1990 e, nel corso degli anni, ha ricoperto ruoli di crescente responsabilità fino a diventare nel 2005 uno dei direttori generali del gruppo. È diventato poi direttore generale unico nel 2007 e amministratore delegato nel 2010, carica che ha ricoperto fino all'aprile del 2022, quando è stato nominato presidente.

Sotto la sua guida, Unipol è cresciuta fino a diventare il principale operatore italiano nel ramo danni, con circa 12mila dipendenti, 13,3 miliardi di euro di raccolta assicurativa nel 2021 e circa 16 milioni di clienti, punto di riferimento in Europa per numero di scatole nere installate e, più in generale, uno dei principali player del settore assicurativo a livello europeo.

Attualmente Cimbri ricopre anche la carica di consigliere di amministrazione di **Rcs Media Group** e di Euresa Geie, ed è componente del consiglio direttivo della **Fondazione Censis**. Nel 2016 è stato insignito del **Premio Guido Carli**, e dallo stesso anno è titolare del corso di laurea specialistica in Management delle Assicurazioni presso l'Università Luiss Guido Carli di Roma. Dal maggio 2018 Carlo Cimbri è presidente dell'Istituto Europeo di Oncologia di cui fa parte anche il Centro Cardiologico Monzino.



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 31 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 officer 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 Ulivieri, 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**