

PRIMO PIANO

Polizza cat nat, imprese preoccupate

Gli imprenditori italiani sono preoccupati per l'imminente entrata in vigore dell'obbligo di assicurazione contro le catastrofi naturali, che sarà effettivo dal primo gennaio 2025. Ieri, a margine dell'inaugurazione del Cersaie a Bologna, il presidente di Confindustria, Emanuele Orsini, ha affermato che l'obbligo potrebbe "disincentivare gli investimenti nelle aree a rischio", rischiando di "desertificare intere zone industriali".

Una richiesta di proroga dell'entrata in vigore della norma è arrivata, sempre ieri, da Cna, Confartigianato e Casartigiani, associazioni intervenute al tavolo delle assicurazioni sui rischi catastrofali convocato dal Mimit, durante il quale sono stati illustrati i contenuti dello schema di decreto interministeriale. Claudio Giovine, direttore della divisione Economica e sociale della Cna, parlando a nome anche di Confartigianato e di Casartigiani, ha detto che "la proroga è necessaria per definire le linee contenute nella legge di Bilancio per il 2024 e colmare le incertezze del testo, nonché per mettere le imprese nelle condizioni di sottoscrivere in piena consapevolezza polizze efficaci a costi che tengano effettivamente conto del principio di mutualità del rischio". Per leggere la news completa, clicca qui.

Beniamino Musto

RICERCHE

AI, come cambierà il settore assicurativo

Le compagnie dovranno sfruttare le capacità dell'intelligenza artificiale per ripensare completamente il proprio ruolo: da singoli operatori a protagonisti di ecosistemi multiplayer riguardanti numerose aree di bisogno di cittadini e imprese, capaci di offrire nuovi servizi che vadano oltre la tradizionale protezione. I suggerimenti della nuova analisi di Deloitte

L'intelligenza artificiale sta registrando un crescente successo a livello globale, anche grazie ai recenti sviluppi della tecnologia generativa, e si prevede che nel prossimo futuro permeerà ogni aspetto della nostra vita quotidiana. Questa tecnologia è destinata a ritagliarsi un ruolo fondamentale nella rivoluzione dei paradigmi di ambiti cruciali come salute, mobilità, casa, risparmio, imprese e cambiamenti climatici, ossia di cui il settore assicurativo si occupa da sempre. Di conseguenza, anche le compagnie evolveranno, per diventare forze trainanti nella risoluzione delle sfide della società. Questa tecnologia consente un approccio più personalizzato, predittivo ed efficiente alla valutazione del rischio, alla gestione delle polizze e dei sinistri e all'assistenza dei clienti, ed è in grado di trasformare radicalmente il modo in cui le assicurazioni operano.

Stando al report *AI e assicurazioni: una partita aperta e senza precedenti*, la nuova analisi di **Deloitte** sulla rivoluzione dell'intelligenza artificiale nel mercato assicurativo, il numero di utilizzatori di questa tecnologia nel mondo ha raggiunto la cifra di 250 milioni nel 2023, il doppio rispetto al 2020, e si prevede che entro il 2030 arriverà a 700 milioni. Parallelamente, dal punto di vista dell'offerta, sempre più imprese stanno sviluppando e potenziando modelli linguistici di grandi dimensioni (Llm), dimostrando una maggiore consapevolezza delle potenzialità di questo strumento. Dal punto di vista degli investimenti, il trend sull'AI rimane positivo: anche se gli investimenti globali venture capital in start up sono diminuiti (-38%) nel 2023 rispetto all'anno precedente, quelli legati a start up AI sono cresciuti (+9%), raggiungendo il valore globale di circa 50 miliardi di dollari. Globalmente, il mercato AI registra una crescita annua del 28%, nonostante il complesso contesto geopolitico attuale, e si stima che nel 2030 avrà un impatto di crescita sul Pil a livello globale compreso tra il 7,3% e il 9,4%.

LE COMPAGNIE DOVRANNO EVOLVERE

Secondo il documento, le compagnie dovranno sfruttare le capacità dell'AI per ripensare completamente il proprio ruolo, rivedere il modello di business e offrire nuove tipologie di servizi, superando la loro vocazione tradizionale. L'AI generativa, in particolar modo, abiliterà ulteriori opportunità per il settore su tre direttrici principali.

In primo luogo, grazie all'utilizzo esteso dei dati, il modello operativo e tecnico del futuro sarà rivoluzionato in una logica di efficienza e *data driven*, convergendo verso una maggiore automazione e personalizzazione. L'intelligenza artificiale, oltre a migliorare le attività di valutazione del rischio, avrà un impatto sostanziale lungo tutta la catena del valore, consentendo un aumento della produttività e della qualità dei processi aziendali grazie alla possibilità di estrarre e classificare in modo sempre più efficace eventi eterogenei e non strutturati. (continua a pagina 2)



(continua da pagina 1) Secondariamente, le compagnie evolveranno da singoli operatori a protagonisti di ecosistemi multiplayer afferenti a numerose aree di bisogno di cittadini e imprese, offrendo nuovi servizi che andranno oltre la protezione. Gli ecosistemi in cui le assicurazioni potranno essere protagoniste sono quelli della salute, della mobilità, del clima, della casa e dei rischi cyber e di impresa: si andrà sempre più nella direzione di una "centralità assicurativa", con le compagnie che orchestreranno i diversi attori coinvolti. In questo contesto, le assicurazioni saranno incoraggiate a instaurare collaborazioni strategiche con una vasta gamma di partner esterni come start up, investitori, centri di ricerca e società tech consolidate. Secondo lo studio Deloitte, già oggi il 60% delle iniziative AI più rilevanti delle compagnie assicurative a livello globale sono sviluppate in partnership con soggetti terzi, quali provider di servizi, insurtech e aziende di tecnologia.



L'IMPATTO SUGLI AGENTI

Da ultimo, grazie all'intelligenza artificiale il settore assicurativo migliorerà il livello generale dei servizi offerti alle imprese e ai cittadini. Oltre all'ottimizzazione dei prezzi e alla liquidazione istantanea dei sinistri, tale efficientamento si tradurrà principalmente in un'assistenza costante e sempre più efficiente, nonché in un'offerta sempre più personalizzata che comprenderà anche nuovi prodotti per nuovi rischi. Questi cambiamenti avranno un impatto anche sul ruolo degli agenti assicurativi che, grazie all'AI, potranno far evolvere il loro lavoro di consulenza e assistenza personalizzata verso gli assicurati, innalzando così la customer satisfaction. L'intero sistema potrà inoltre mettere know how, informazioni e servizi a disposizione della pubblica amministrazione, incrementando la capacità dello Stato di assicurare protezione e sviluppo ai propri cittadini. Assistiamo già ad esempi oltreoceano dove un pool di compagnie statunitensi ha dato vita a una società per affrontare il cyber crime, collaborando con le forze dell'ordine per creare dataset aggregati e fornendo aggiornamenti sulle minacce cyber emergenti.

FOCUS SUL MERCATO ITALIANO: È IL MOMENTO DI ACCELERARE

Guardando alla situazione italiana, negli ultimi mesi le nostre imprese assicurative hanno fatto progressi eccezionali nell'adozione dell'AI, ma è indubbio che il settore sia ancora in una fase iniziale del percorso. Secondo le analisi di Deloitte, gli investimenti da parte delle compagnie arriveranno a sfiorare quota 100 milioni di euro nel 2025: ancora pochi, quindi, anche se la cifra è quasi doppia rispetto al 2024.

In generale, le tempistiche di adozione diffusa di soluzioni basate sull'AI nel settore italiano dipenderanno fortemente dalla capacità del comparto di continuare a investire in modo strategico in innovazione. Per le nostre compagnie "è il momento di accelerare", si legge nel report Deloitte, delineando una chiara strategia di adozione della tecnologia. Affinché questo avvenga, sarà necessario attivare iniziative strategiche che sappiano rispondere alle aree di bisogno e alle priorità di intervento. Le istituzioni dovranno disegnare una normativa equilibrata e, infine, dovranno essere attivati meccanismi pubblici di incentivazione per valorizzare gli investimenti messi in atto dalle imprese.

M.S.

**Insurance made
by Entrepreneurs
for Entrepreneurs.**

**Your Partner
in Mid-Market.**

**More than
120
YEARS
Industrial
Insurance**

HDI

NORMATIVA

Il diritto privato riscopre l'interesse generale

Il richiamo alla valorizzazione dell'ambiente e del sociale, insiti nell'orientamento alla sostenibilità, che dalla produzione normativa è calata nelle imprese, nelle associazioni e nelle istituzioni, ha dato origine a una rinnovata sensibilità verso l'impegno sociale di cui la giurisprudenza deve tenere conto

La riforma dell'articolo 9 della Costituzione che ha introdotto la tutela dell'ambiente tra i diritti fondamentali della persona, i documenti elaborati nel contesto delle Nazioni Unite sul concetto di sostenibilità e sviluppo sostenibile, la normativa comunitaria in materia di sostenibilità, che ha avuto uno sviluppo dal 2019 con la Comunicazione della Commissione sul Green deal europeo, la legislazione nazionale e le iniziative di imprese e cittadini per la cura dei beni ambientali, nonché le azioni civili promosse dai cittadini ed enti del terzo settore a tutela dell'ambiente, testimoniano un cambiamento che si sta verificando negli istituti del diritto privato, la crisi della dicotomia pubblico/privato e soprattutto la constatazione che nel diritto privato si possono realizzare anche interessi generali.

L'impegno delle imprese verso l'interesse generale

Oggi una parte della dottrina afferma che il diritto privato sta riscoprendo il sociale e l'interesse collettivo per effetto delle novità normative che ho richiamato all'inizio.

Ma c'è un aspetto che è poco considerato dalla dottrina e che è rappresentato dal fenomeno dell'autoregolazione dei soggetti privati e dalle nuove istituzioni privatistiche per una maggiore sostenibilità ambientale e sociale anche in assenza di leggi che fissano obblighi di condotta alle imprese e ai cittadini.



Ecco qualche esempio. Nella prassi societaria, già da diversi anni, e comunque ancor prima della Comunicazione della Commissione sul Green deal europeo e del Regolamento Ue 2020/852, che ha fissato i criteri per stabilire se un'attività economica è ecosostenibile e conforme agli scopi di tale regolamento, molte imprese hanno adottato codici etici nei rapporti con gli stakeholder con i quali si sono impegnate a rispettare principi e valori come la mutualità, il rispetto dell'ambiente, il benessere dei dipendenti e, dunque, interessi generali e non soltanto la massimizzazione del profitto. (continua a pagina 4)

RGI Next 2024

26 Settembre 2024 | Milano - Superstudio Events

ESPLORA
l'innovazione
tecnologica

SCOPRI
l'ecosistema
di partner

ASCOLTA
le esperienze delle
assicurazioni europee

REGISTRATI

(continua da pagina 3) Basta leggere i codici etici adottati da diverse compagnie assicurative, ad esempio, per verificare la presenza di regole etiche e di sostenibilità ambientale e sociale che le imprese devono rispettare.

Sulla stessa scia dei codici etici, occorre oggi registrare anche la presenza di clausole di sostenibilità negli atti costitutivi e negli statuti di molte imprese. Con queste clausole gli amministratori si impegnano a perseguire anche interessi generali come la tutela dell'ambiente e l'interesse degli stakeholder, oltre all'interesse privatistico alla massimizzazione del profitto a favore dei soci. Questo interesse va perciò, in teoria, bilanciato con altri interessi generali (salute, ambiente, mutualità).

Queste clausole statutarie rispettano i principi enunciati dai novellati articoli 9 e 41 della Costituzione, in forza dei quali la tutela dell'ambiente è divenuto un diritto fondamentale delle persone e l'esercizio di un'attività economica non può svolgersi in contrasto con l'utilità sociale o in modo da arrecare danno alla salute, all'ambiente, alla sicurezza, alla libertà e alla dignità umana.

I patti di collaborazione tra cittadini ed enti locali

Un altro esempio di istituzione creata dai privati per la tutela dei beni ambientali è rappresentato dai patti di collaborazione tra cittadini attivi e la pubblica amministrazione (in particolare i Comuni) per la tutela e la rigenerazione dei beni ambientali e sociali come i giardini, i parchi, le fontane, le scuole e i quartieri.

Ormai sono più di 300 i Comuni che hanno stipulato questi patti con i cittadini, associazioni, enti del terzo settore e imprese. E anche questa istituzione, che approfondirò in un prossimo articolo, dimostra la tesi sostenuta all'inizio secondo la quale il diritto privato sta cambiando e sta scoprendo e riscoprendo (come era avvenuto negli anni '70 del secolo scorso) il sociale e l'interesse generale, come insegnavano allora grandi giuristi tra cui **Rodotà, Perlingieri e Lipari**.

Paolo Mariotti,
avvocato del Foro di Milano

IVASS

Rca, premio medio in aumento del 6,7% ad agosto

Tutte le province italiane registrano incrementi: tra Napoli e Aosta il differenziale è di 272 euro



Continua a crescere il premio medio Rc auto, secondo i dati dell'indagine Iper effettuata ogni mese da Ivass. Per i contratti sottoscritti nel mese di agosto, lo studio segnala un prezzo medio della garanzia Rca di 418 euro, con un aumento su base annua del 6,7% in termini nominali e del 5,6% in termini reali, cioè al netto dell'inflazione. Tutte le province italiane registrano incrementi: si va dalla provincia di Foggia, nel cui territorio gli automobilisti hanno dovuto pagare il 2,6% in più dell'agosto 2023, fino al +12% di quella di Roma.

Il differenziale di premio considerato da Ivass come riferimento, cioè quello tra Napoli e Aosta, è di 272 euro, in aumento del 9,7% su base annua anche se resta in riduzione del 42,4% rispetto allo stesso mese del 2014, anno in cui l'istituto di vigilanza del comparto assicurativo ha cominciato le rilevazioni. Per gli assicurati appartenenti a classi di merito superiori alla prima, l'incremento di prezzo medio è stato del 10,4% a fronte di un aumento del 6,1% per gli assicurati in prima classe.

A commento dei dati, il **Codacons** ha fatto notare che dalla seconda metà del 2022 i prezzi delle polizze hanno subito un rincaro del 18,4%, passando da una media di 353 euro ai 418 euro attuali.

Fabrizio Aurilia

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

INTERMEDIARI E CLIENTI, UNA RELAZIONE DI VALORE

3 OTTOBRE 2024 | 9:00 - 17:00

Hotel Meliá | Via Masaccio 19, 20149, Milano



Gestione dei dati, omnicanalità e approccio phygital. Ma anche conoscenza del mercato e di prodotti complessi, da gestire nel rispetto della normativa e affrontando quotidianamente tutti i problemi legati alla redditività. Sono queste le sfide più importanti che condizionano l'attività degli intermediari, chiamati anche a ripensare l'organizzazione operativa, gestionale e tecnologica in funzione delle strategie delle compagnie e delle peculiarità interne, senza mai perdere di vista quanto viene richiesto loro dalla clientela nonostante le politiche tariffarie a volte sfidanti. In questa complessità sta evolvendo la professione dell'intermediario, ogni giorno alla ricerca di opportunità per coltivare una relazione di valore con il cliente ibrido, ma al contempo un rapporto sempre più fondato sulla vicinanza, la prossimità, la consulenza, la personalizzazione. Affrontare il futuro significa pertanto per gli intermediari sviluppare competenze e capacità di cogliere il cambiamento per circoscrivere il perimetro in cui distinguersi dalla concorrenza. E per fare tutto questo servono investimenti, strumenti tecnologici, soluzioni assicurative adeguate e formazione continua.

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

Il convegno si propone di analizzare:

- *Agenti e broker: assetti di mercato e ruolo nella distribuzione assicurativa*
- *Le risposte del settore assicurativo all'evoluzione dei rischi e delle esigenze di protezione di cittadini e aziende*
- *New business e proattività commerciale: aree di crescita e strumenti disponibili*
- *Limiti e ostacoli allo sviluppo dell'offerta assicurativa e della redditività degli intermediari*
- *Il ruolo della tecnologia e il contributo dell'intelligenza artificiale*
- *Il dialogo con la compagnia: i risultati dei tavoli di lavoro tra intermediari e mandanti*
- *Gli investimenti necessari per guardare al futuro (tecnologia, formazione, riorganizzazione delle strutture aziendali)*

Main sponsor



Official sponsor



PROGRAMMA

09.00 – 09.30
09.30 – 09.50
09.50 – 10.30
10.30 – 10.40
10.40 – 11.00
11.00 – 11.30
11.30 – 13.00
13.00 – 14.00
14.00 – 14.30
14.30 – 14.50
14.50 – 15.30
15.30 – 17.00

- **REGISTRAZIONE**
- **INTERMEDIARI E CLIENTI, UNA RELAZIONE DI VALORE**
Presentazione dell'Osservatorio sulla Distribuzione Assicurativa 2024
- Giorgio Lolli, manager di Scs Consulting
- **TAVOLA ROTONDA – STRATEGIE, STRUMENTI E OFFERTA PER FAVORIRE LA PROATTIVITÀ COMMERCIALE**
- Roberto Anesin, director intermediaries & digital insurance business, member of Executive Committee Arag SE Branch Italy
- Giuseppe Barbati, deputy chairman and managing director di Acrisure Italia
- Ezio Peroni, responsabile Distribution di Alleanza
- **INSURTECH: IL VALORE DI UNA NUOVA PIATTAFORMA DIGITALE PER GLI INTERMEDIARI**
- Matteo Fabiano, responsabile operativo Italnext
- Alessandra Meli, amministratrice delegata di Plurima
- **OPERATIVITÀ E SVILUPPO: QUALI NUOVE RESPONSABILITÀ PER GLI INTERMEDIARI?**
- Lorenzo Sapigni, direttore generale per l'Italia di Cgpa Europe - Rappresentanza generale per l'Italia
- ◆ *Coffee break*
- **TAVOLA ROTONDA – ASSICURARE CITTADINI E AZIENDE: GLI INTERMEDIARI TRA PROBLEMATICHE E OPPORTUNITÀ**
- Claudio Belletti, chief commercial officer di UnipolSai
- Vincenzo Cirasola, presidente di Anapa
- Claudio Demozzi, presidente di Sna
- Umberto Guidoni, co-direttore generale di Ania
- Roberto Novelli, capo dell'ufficio Segreteria di Presidenza e del Consiglio di Ivass
- Flavio Sestilli, presidente di Aiba
- Luigi Viganotti, presidente di Acb
- ◆ *Lunch*
- **DIALOGO CON LA COMPAGNIA, TAVOLI DI LAVORO E RIORGANIZZAZIONE DELLA RETE AGENZIALE**
- Pierangelo Colombo, presidente del Gruppo Agenti Allianz Viva
- Mariagrazia Musto, presidente di Asap (Associazione Agenti Professionisti)
- Stefano Passerini, presidente gruppo agenti Hdi
- **LA COMPONENTE DI SERVIZIO ED ASSISTENZA COME TRATTO DISTINTIVO DELL'AGENTE**
- Federico Bernabei, sales manager intermediari assicurativi di AXA Partners Italia
- Guido Dell'Omo, business leader retail di AXA Partners Italia
- **TAVOLA ROTONDA – EVOLUZIONE DEI RISCHI E RUOLO DEGLI INTERMEDIARI, RISPOSTE A VALORE AGGIUNTO PER IL MERCATO ITALIANO**
- Davide Anselmo, general manager per l'Italia di Qbe
- Mario Cipriano, presidente di Uea
- Emanuela Mantini, chief commercial officer del Gruppo Helvetia Italia
- Revo*
- **TAVOLA ROTONDA – OMNISCANALITÀ E CENTRALITÀ DEGLI AGENTI: COME E DOVE INVESTIRE?**
- Alberto Bonomo, amministratore di X Consulting
- Ennio Busetto, presidente dell'Associazione Agenti Allianz
- Michele Colio, head of distribution marketing e customers di Zurich Italia
- Massimo Levati, direttore commerciale agenti di Axa Italia
- Laura Puppato, vice presidente di Agit – agenti Groupama Italia
- Federico Serrao, presidente del Gruppo Agenti Generali Italia
- Enzo Sivori, presidente di Agenti UnipolSai Associati (Aua)
- Simone Tarchiani, direttore rete agenziale di UnipolSai



CONVEGNO

3 OTTOBRE 2024 | 9:00 - 17:00

INTERMEDIARI E CLIENTI, UNA RELAZIONE DI VALORE

Main sponsor



Official sponsor



*Invitato a partecipare

ISCRIVITI CLICCANDO QUI

SCARICA IL PROGRAMMA COMPLETO

WIDE
GROUP