

PRIMO PIANO

## Dana, è ancora emergenza

Nell'attesa che arrivi una qualche stima dei danni generati dalle terribili alluvioni che hanno colpito i dintorni di Valencia, prosegue la triste conta dei morti provocati dalle piogge estreme. Il fenomeno conosciuto in Spagna come Dana (depression aislada en niveles altos, conosciuto da noi come "goccia fredda") è ormai noto anche ai non esperti e indica una depressione con aria fredda al proprio interno, che si stacca dal flusso delle correnti d'aria che vanno da ovest verso est; non un evento rarissimo, ma diventato più intenso con il riscaldamento globale. L'entità della tragedia sta tutta nell'elevato numero di vittime, che al momento ammonta ufficialmente a 214, ma che è inevitabilmente destinato a crescere, considerando l'alto numero di dispersi.

Il settore assicurativo spagnolo nel suo complesso si sta attivando per assistere la popolazione. Gli intermediari si sono messi al servizio delle persone colpite dalle inondazioni sia attraverso le loro organizzazioni di categoria, sia attraverso adesioni a titolo individuale. Naturalmente anche le compagnie sono impegnate in prima linea, con una serie di iniziative, e tra queste figurano le imprese di origine italiana, Generali e Reale Seguros (parte di Reale Group). Per leggere la news completa, clicca qui.

Beniamino Musto

COMPAGNIE

## Tutela legale, un rischio universale

**Il concetto di mercato di nicchia non si addice più a un ramo che può dare risposte a un'esposizione crescente in campo legale per imprese e privati. Servono piuttosto gli strumenti, anche tecnologici, e l'organizzazione per far comprendere il bisogno e far arrivare le proposte. In questo la formazione e le collaborazioni sono la via per la specializzazione**

Il primo passo per far crescere il mercato delle coperture di tutela legale è uscire dalla convinzione che si tratti di un mercato di nicchia e approcciarlo come in realtà è, cioè un bisogno di protezione che riguarda tutti. Questo cambio di prospettiva è l'unico modo per far crescere i numeri di un ramo che in Italia è ancora molto al di sotto del suo potenziale: 640 milioni di euro di raccolta, pari a sette euro di spesa pro capite, sono pochi se comparati ai cinque miliardi della Germania; inoltre, secondo **Ania**, i premi pagati dalle imprese per la tutela legale sono solo il 14% della raccolta totale. A ciò si aggiunga che oggi le polizze stand alone rappresentano circa un terzo del mercato della tutela legale, il resto sono soluzioni inserite in pacchetti.

Per uscire dall'inerzia e dall'alibi del mercato di nicchia, servono strategie, innovazione nei modelli, strumenti adeguati e una collaborazione proattiva tra compagnie e reti. È questo lo scenario che ha fatto da sfondo alla convention 2024 degli agenti di **Arag**, organizzata dalla compagnia a Brescia il 30 ottobre scorso.

### NUOVI TREND E OPPORTUNITÀ PER GLI INTERMEDIARI

Il mercato assicurativo è in crescita, il calo del numero delle agenzie sembra essersi assestato così come tiene la quota di mercato rappresentata dagli agenti (60,2%), nonostante le spinte di broker e banche. **Fabio Orsi**, partner di **Innovation Team – Mbs Consulting**, ha tratteggiato il panorama degli ultimi anni, che mostra un aumento di oltre cinque miliardi di euro di raccolta danni non auto tra il 2019 il 2023, un trend confermato anche per quest'anno. Nello specifico, la tutela legale è cresciuta del 31% nello stesso periodo, con una media annua del 6,9%. Oltre la metà degli agenti interpellati nella ricerca ha confermato la crescita dei premi di agenzia nello scorso anno e una tendenza positiva, "ma la ragione – ha affermato Orsi – va ricercata soprattutto nell'aumento dei prezzi delle coperture. Le sfide per rendere strutturale la crescita riguardano la riorganizzazione dei modelli di agenzia, in cui la specializzazione ha un ruolo essenziale; l'omnicanalità di agenzia come nuovo modello nella relazione con il cliente; il ricorso ai dati e all'intelligenza artificiale per incrementare l'efficacia commerciale; puntare su emersione dei bisogni e consulenza".

### INVESTIRE PER FAR CRESCERE LA RETE AGENZIALE

Arag ha una quota di mercato che supera il 25% del totale della tutela legale in Italia e chiuderà l'anno a 170 milioni di euro tra canali diretto e indiretto, ha spiegato **Andrea Andreta**, ceo di Arag Italia e membro del comitato esecutivo di gruppo, intervistato dal direttore delle testate di **Insurance Connect Maria Rosa Alaggio**. "Il contesto è caratterizzato da complessità normativa e da diffuse occasioni di litigiosità che aumentano i rischi di contenzioso per imprese, professionisti e famiglie, segmenti che sembrano cogliere questa diffusa insicurezza". Per parlare al mercato Arag crede nel ruolo delle reti agenti: "gli intermediari rappresentano il 25% del nostro portafoglio, i soli agenti sono il 15%, ma è il canale in cui abbiamo scelto di investire di più. A loro è indirizzato il 38% del costo del personale e il 42% dei costi di tecnologia". Lo scopo è di mettere a disposizione strumenti e competenze per sviluppare le potenzialità delle agenzie, "attraverso un ecosistema che abbia i mezzi per parlare al cliente dei vantaggi della tutela legale e gli dia le risposte che cerca". (continua a pagina 2)



(continua da pagina 1) In questo la tecnologia ha un ruolo abilitante: “le tecnologie innovative sono accessibili ed essenziali per cambiare il modello di agenzia secondo le inclinazioni di ciascuno”. Un esempio sono i 34 software di robotica che operano in Arag per eliminare le attività ripetitive a basso valore e dare maggiore qualità al tempo del personale di compagnia e delle agenzie.

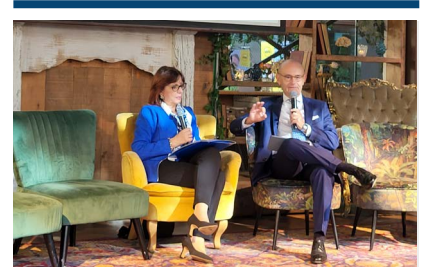
## UN ECOSISTEMA FLESSIBILE PER INCONTRARE IL MERCATO

Nell'ecosistema della tutela legale creato da Arag, alla gamma di prodotti si associano una serie di servizi tra cui il network di oltre 900 avvocati e il team di consulenti legali interni alla compagnia, oltre a piattaforme tecnologiche che agevolano l'accesso ai diritti. “La nostra offerta e i modelli che proponiamo corrispondono alle diverse caratteristiche di mercati come il retail, circolazione e famiglia, il mondo delle imprese e le soluzioni *embedded* e *affinity*”, ha affermato **Roberto Anesin**, direttore divisione intermediari e business assicurativo digitale di Arag Italia. Ne sono un esempio le campagne di marketing digitale per il retail a supporto degli agenti: “attualmente stiamo utilizzando l'AI per campagne di vendita, *up* e *cross selling* con 120 agenti e il tasso di conversione che stanno ottenendo è di grande soddisfazione, pari al 16% per il segmento famiglie e al 14% nel segmento circolazione nell'*up selling*”.

Un target su cui gli agenti dovrebbero concentrarsi con maggiore determinazione è per Anesin quello delle imprese, dove “la tutela legale ha una bassa penetrazione, soprattutto nel caso di polizze *stand alone*. Tuttavia si tratta di un settore molto esposto, con elevata litigiosità, complessità normativa e regolamentare e una forte esigenza di consulenza”. L'orientamento alla specializzazione può rappresentare un vantaggio nell'affrontare un target verso il quale Arag sta implementando iniziative come la selezione del rischio, grazie a una valutazione dell'azienda secondo i rating di credito e Esg. Su questo tema **Massimo Scalzotto**, presidente **Gaai** e titolare dell'agenzia Scalzotto e Associati, nel corso di una tavola rotonda dedicata alle esperienze degli agenti, ha raccontato come la sua agenzia abbia rafforzato la consulenza e introdotto gli strumenti di analisi dei rischi di impresa e dei rischi legali grazie ai quali costruire offerte personalizzate.

## NUOVI MODELLI PER LA CRESCITA DELL'AGENZIA

Gli ambiti *embedded insurance* e *affinity* rappresentano un'ulteriore opportunità da sviluppare, considerato che si stima in Italia un potenziale di 60 miliardi di euro entro il 2030. Rientra in questo contesto l'iniziativa per i concessionari auto, su cui lavorano già 640 intermediari, basata sulla proposta di un'offerta personalizzata di prodotti, servizi e tecnologia per l'offerta assicurativa. Nella tavola rotonda, oltre a Scalzotto, hanno portato le proprie esperienze gli agenti **Giuseppe D'Onofrio**, responsabile commerciale DbA, e **Giuliano Perego**, amministratore di In Pine Agency (Grifo Holding) che hanno sottolineato il supporto ricevuto da Arag nella costruzione di una proposta *win-win* con i dealer auto. **Mauro Salemme**, direttore divisione sinistri, operations, tecnologia e trasformazione digitale della compagnia, ha sintetizzato i punti di forza del supporto organizzativo alla rete: “la nostra strategia va verso un'estensione del servizio al cliente e un crescente supporto agli intermediari che si indirizza nelle competenze specialistiche, nella consulenza legale, nell'uso della tecnologia per facilitare il contatto e la proposta e nella formazione e affiancamento dell'agente e dei suoi collaboratori”. La collaborazione in chiave organizzativa è stata di supporto nelle trasformazioni di agenzia: **Giorgio Padovese**, co-titolare di Assipoint Servizi Assicurativi, ha raccontato degli sforzi per uniformare una rete di agenzie cresciuta in pochi anni e su un vasto territorio; **Vincenzo Parisi**, socio dell'agenzia Sviluppo & Trading, ha parlato della propria esperienza nelle collaborazioni orizzontali con i broker e **Chiara Invernizzi**, co-titolare dell'agenzia Indoo ha raccontato dell'occasione derivata dal passaggio generazionale per rivedere tutta la struttura agenziale.



Maria Rosa Alaggio e Andrea Andreta

Maria Moro

## AI, EFFICIENZA OPERATIVA E CENTRALITÀ DEL CLIENTE



**INSURANCE  
CONNECT TV**

Inserita nell'ampia strategia di sviluppo del *beyond insurance* di Unipolsai, la customer experience su cui si basa Unipol Move trova supporto nelle tecnologie evolute di Assist Digital, unite alla specializzazione nella gestione dei processi di vendita e post vendita, anche basati su strumenti di intelligenza artificiale. Ne parliamo con Francesca Gabrielli, amministratrice delegata Assist Digital e Giorgio Battista, responsabile operations Unipol Move

GUARDA LA VIDEO INTERVISTA  
SU [WWW.INSURANCECONNECT.TV](http://WWW.INSURANCECONNECT.TV)

## RISK MANAGEMENT

# Polizze e incident response management per difendersi dal rischio cyber

**Di fronte a una minaccia informatica in crescita, le imprese si stanno dotando di misure di difesa e di prevenzione che mitigano il rischio ma che non lo possono prevenire completamente. Il settore assicurativo fornisce un supporto complementare, nel quale con le coperture assicurative possono essere compresi anche servizi per la gestione dell'evento critico**

Gli attacchi informatici sono in continuo aumento a livello globale, nonostante stia crescendo in parallelo la sensibilità da parte delle imprese e con essa la cultura della protezione e gli strumenti di difesa. Le organizzazioni considerano il rischio cyber come il più grave per la propria operatività, soprattutto a causa delle conseguenze a cascata, a partire dall'interruzione di attività e dalla compliance, fino al danno finanziario diretto e all'impatto sulla reputazione.

Secondo l'**Enisa Threat Landscape**, le principali minacce alla sicurezza informatica registrate tra luglio 2023 e giugno 2024 sono arrivate da attacchi Dos o Ddos (41%) e ransomware (26%), seguiti dai furti di dati (19%), social engineering (6%) – una minaccia che riguarda in modo particolare le Pmi – e malware (5%).

Qualche altro numero rende tangibile il pericolo: solo lo scorso anno gli attacchi ransomware sono aumentati del 73%; a livello globale si verifica un incidente cyber ogni undici secondi e il costo medio di un data breach è quantificato in 4,37 milioni di euro.

Proprio sui temi dell'analisi dei rischi cyber e della risposta del settore assicurativo, **Qbe** ha organizzato un webinar, in collaborazione con **Anra**. È stata l'occasione per presentare la nuova soluzione **QCyberProtect** per i rischi informatici, che oltre alla copertura assicurativa prevede un servizio di **incident response management**, in partnership con lo studio legale **Advant Nctm**.

La gestione del rischio cyber è molto complessa, in primis per la difficoltà a individuare le minacce e a contenerle, oltre che per le sue ricadute in tutte le aree dell'attività aziendale. Proprio per questo le imprese hanno necessità di potersi avvalere di svariate competenze, interne o esterne, capaci di rafforzare le difese ad ampio spettro – dai sistemi di monitoraggio delle minacce fino alla formazione del personale e ai test sui sistemi di difesa – e di sapere come intervenire in caso di attacco.

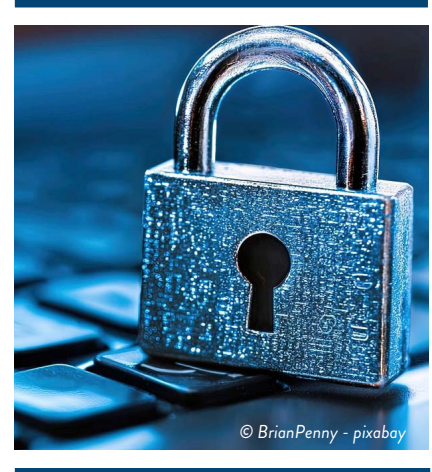
### Il ruolo dell'incident response management

Nonostante un'elevata preparazione, le organizzazioni possono comunque restare scoperte per qualche parte del rischio e in questo caso è opportuno considerare il ricorso alle coperture assicurative. "La minaccia cyber è difficile da contenere e mitigare, per questo, oltre a dotarsi di un livello di sicurezza informatica, è consigliabile trasferire una

parte del rischio a un partner assicurativo di fiducia", ha affermato **Stefano Pompeo**, senior cyber underwriter di Qbe Italia. "In un momento critico com'è un incidente cyber, è fondamentale agire immediatamente: uno dei punti chiave è poter contare su qualcuno che ha la lucidità e le competenze per contenere il danno e risolverne le conseguenze, oltre a dare un supporto economico".

In quest'ottica risiede la collaborazione di Qbe con lo studio legale **Advant Nctm** che si è specializzato nella gestione delle conseguenze legali, di immagine e tecniche di un attacco informatico. "L'attività di incident response management riguarda la gestione dell'incidente, da quando il cliente ne ha contezza a quando è ripristinata la normalità", ha spiegato **Giulio Uras**, avvocato e counsel dello studio legale. "A seconda della tipologia di incidente, vanno coinvolti professionisti con competenze diverse: esperti legali, per ottemperare agli obblighi previsti dalle numerose normative in tema cyber, esperti di IT forensic per le indagini forensi sull'origine dell'attacco, per la ricostruzione dei dati violati e il data mining, negoziatori per gestire una eventuale interlocuzione con gli hacker, soprattutto in caso di ransomware, professionisti della comunicazione per i rapporti con la stampa, la comunicazione al mercato e alle persone interessate dal data breach, poi credit e identity monitoring per verificare la presenza nel dark web di dati rubati".

Come per tutti i rischi, il trasferimento non è l'unica forma di difesa e deve avvenire in parallelo a misure di mitigazione e prevenzione che le imprese mettono in atto. Data questa rete di protezione, che include le polizze cyber e di responsabilità professionale, un incidente cyber adeguatamente gestito può essere risolto in 72 ore.



## COMPAGNIE

# Intesa Sanpaolo Vita, cresce la produzione nei primi nove mesi del 2024

**Il risultato netto consolidato si attesta a 693,3 milioni di euro, in calo rispetto ai 751,2 milioni del 30 settembre 2023 e risente dell'accantonamento dei contributi da riferire al Fondo di garanzia**

Intesa Sanpaolo Vita ha riportato una produzione lorda vita di 13.700,7 milioni di euro nei primi nove mesi del 2024, un dato in crescita del 10,9% dai 12.348,9 milioni del 30 settembre 2023. La crescita, fa sapere la società in una nota, è da attribuire principalmente alla raccolta delle polizze unit linked (+32,2%) ma anche le tradizionali di Ramo I sono andate bene crescendo del 4,7%. Il comparto previdenziale, invece, cede l'8,9%.


I premi del business protezione sono stati pari a 1.134 milioni di euro, in aumento del 5% rispetto al settembre 2023. I premi del comparto non motor (escluse le Cpi) sono risultati in crescita del 3,6%, trainati principalmente dalle linee

di business Imprese, Casa e Famiglia e Infortuni. In crescita anche la componente motor, +7,9%, e i prodotti legati al credito (+33,5%).

Il risultato netto consolidato del gruppo si attesta a 693,3 milioni, in calo rispetto ai 751,2 milioni del 30 settembre 2023 e risente dell'accantonamento dei contributi da riferire al Fondo di garanzia del comparto vita, istituito con la legge di bilancio 2024.

Infine, il solvency ratio al 30 settembre 2024 è pari al 271%.

F.A.

Allianz 

SIAMO ALLIANZ COMMERCIAL

Dalle grandi aziende  
alle piccole imprese

Scopri di più

### 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)

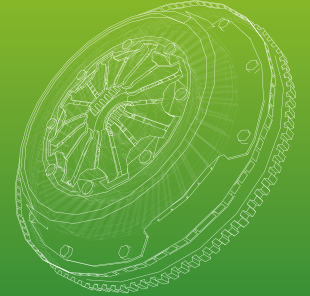
Per inserzioni pubblicitarie contattare [info@insuranceconnect.it](mailto:info@insuranceconnect.it)

Supplemento al 4 novembre di [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it) – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577

## RC AUTO, DAL CLIENTE ALLA SOSTENIBILITÀ DEL SISTEMA

12 NOVEMBRE 2024 | 9:00 - 17:00

Hotel Meliá | Via Masaccio 19, 20149, Milano



La competitività nel ramo auto si gioca oggi su più livelli di azione e di investimento: l'efficienza operativa, l'utilizzo di tecnologie evolute e dei dati che queste sono in grado di generare, la profilazione del cliente, il contrasto alle frodi, la formulazione di servizi più o meno integrati in un ecosistema della mobilità, le partnership tecnologiche e distributive.

Il settore assicurativo ha vissuto in poco tempo una accelerazione dell'innovazione nell'Rc auto: un dinamismo che però ha sempre dovuto fare i conti con la necessaria sostenibilità del sistema, il rigore tecnico e il prezzo della polizza in un mercato sempre più competitivo.

Trasversalmente a questo scenario resta il grande tema della normativa e delle attività del regolatore, i cui obiettivi sono la tutela del cliente, la tenuta del sistema, il controllo di una concorrenza virtuosa.

Molti sono ancora i nodi che sembrano contrastare l'andamento dell'Rc auto e condizionarne lo sviluppo, in un mercato basato sulla mutualità a cui dare ogni giorno risposte adeguate, efficienti e di qualità per i clienti. Un contesto che richiede il costante dialogo tra istituzioni, compagnie e operatori della filiera distributiva e liquidativa.

### Il convegno si propone di analizzare:

- *I trend di mercato, l'andamento dei premi e la relazione tra consumatori e costo dell'Rc auto*
- *Le strategie competitive delle compagnie*
- *La riforma dell'Rc auto: criticità e opportunità*
- *L'underwriting come attività strategica: tecnologie, strumenti e obiettivi*
- *La customer experience tra utilizzo e valore dei dati, gestione del rischio e servizi integrati*
- *Rc auto, l'omnicanalità nell'ecosistema della mobilità*
- *L'evoluzione della mobilità*
- *La centralità dell'attività antifrode*
- *Gestione sinistri: il valore economico del legame tra efficienza e servizio*
- *Il ruolo della rete distributiva e liquidativa*

Main sponsor



## PROGRAMMA

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

09.00 – 09.30	■ <b>REGISTRAZIONE</b>
09.30 – 09.50	■ <b>I TREND DI MERCATO E IL GRANDE CANTIERE DELLA RIFORMA RC AUTO</b> <i>Keynote speech</i> - Alina Fantozzi, partner di Innovation Team - Mbs Consulting (Gruppo Cerved) - Maurizio Hazan, managing partner dello studio legale Thmr
09.50 – 10.10	■ <b>CONNECTED INSURANCE: LA NUOVA FRONTIERA DELLA CUSTOMER JOURNEY</b> - Marco Amendolagine, head of product management, Europe and Apac di Cambridge Mobile Telematics
10.10 – 10.40	■ <b>TAVOLA ROTONDA – UNDERWRITING: CONOSCENZA DEL CLIENTE E GESTIONE DEI RISCHI</b> - Pamela Botta, responsabile underwriting di Zurich Italia - Daria Cigliana, responsabile funzione attuariale di Intesa Sanpaolo Vita - Francesca Di Paola, direttore attuariato di Sara Assicurazioni
10.40 – 11.00	■ <b>DATI E AI: STRADA OBBLIGATA PER LA PRICING SOPHISTICATION</b> - Giuseppe Dosi, head of insurance di Crif
11.00 – 11.30	◆ <i>Coffee break</i>
11.30 – 13.00	■ <b>TAVOLA ROTONDA – DAL CLIENTE ALLA SOSTENIBILITÀ DEL SISTEMA</b> - Luca Colombano, direttore generale di Italiana Assicurazioni - Antonio De Pascalis, capo del servizio studi e gestione dati di Ivass - Gilberto Guerrieri, responsabile servizio Gestione fondi e organismo di indennizzo di Consap - Umberto Guidoni, co-direttore generale di Ania - Maria Cristina Leoni, responsabile servizio Amministrazione fondi di Consap - Enrico San Pietro, insurance general manager di UnipolSai
13.00 – 14.00	◆ <i>Lunch</i>
14.00 – 14.20	■ <b>DUSTIN, DECISIONI BASATE SUI COMPORTAMENTI DEL CONDUCENTE</b> - Enrico Landolfi, R&D Manager di Innovability - NetCom Group
14.20 – 14.40	■ <b>OUTSOURCING SINISTRI FRA INNOVAZIONE E SOSTENIBILITÀ</b> - Francesco Privitera, ceo di Sogesa
14.40 – 15.10	■ <b>TAVOLA ROTONDA – LA MOBILITÀ DEL FUTURO</b> - Giuseppe Benincasa, direttore generale di Aniasa - Lorenzo Premuda, technical manager di Carglass - Elisa Vannini, ricercatrice dell'Osservatorio Connected Vehicle & Mobility del Politecnico di Milano
15.10 – 15.30	■ <b>RIFORMA RC AUTO: L'IMPORTANZA DELL'ATTIVITÀ ANTIFRODE</b> - Sonia De Canale, owner di Claim Expert
15.30 – 17.00	■ <b>TAVOLA ROTONDA – GESTIONE SINISTRI, IL VALORE ECONOMICO DEL LEGAME TRA EFFICIENZA E SERVIZIO</b> - Luigi Barone, direttore sinistri di Reale Mutua - Daniele Ferraro, responsabile del servizio sinistri di Bene Assicurazioni - Laura Gargasole, responsabile sinistri del Gruppo Helvetia Italia - Michele Grilli, direttore sinistri Rc auto di Sara Assicurazioni - Norberto Odorico, chief claims officer di UnipolSai - Pierluigi Pellino, head of motor claims & head of claims support di Generali Italia - Attilio Speri, head of claims di Verti Assicurazioni - Roberto Trementozzi, responsabile gestione sinistri area tecnica danni di Crédit Agricole Assicurazioni



## CONVEGNO

12 NOVEMBRE 2024 | 9:00 - 17:00

### RC AUTO, DAL CLIENTE ALLA SOSTENIBILITÀ DEL SISTEMA

Main sponsor



ISCRIVITI CLICCANDO QUI

SCARICA IL PROGRAMMA COMPLETO