



PRIMO PIANO

## Gli obiettivi di Cattolica al 2017

Incrementare la raccolta di oltre un miliardo di euro, accelerando il percorso di crescita. Investire 100 milioni in tecnologia e innovazione. Incrementare la redditività, arrivando a superare i 200 milioni di utile netto. Sono questi i principali target che il gruppo Cattolica vuole raggiungere entro il 2017. Presentato questa mattina a Milano, il piano prevede anche un aumento di capitale "fino a un importo massimo di 500 milioni - si legge in una nota- mediante l'emissione di nuove azioni, da offrire in opzione ai titolari di azioni ordinarie". L'ambizione è quella di avere un posizionamento "forte e distintivo sul mercato, tecnologicamente avanzato, redditizio per i propri azionisti", solidamente ancorato "al proprio modello cooperativo e ai propri valori". Il piano si sviluppa su sei direttrici industriali: crescita profittevole del business danni; leadership nel comparto agroalimentare; sviluppo di vita, previdenza e welfare; eccellenza distributiva e trasformazione digitale; efficienza operativa e produttività; nuovi approcci alla gestione di capitale e finanza. Infine, verrà delineato un nuovo assetto organizzativo "in linea con le evoluzioni di mercato e con le priorità industriali del gruppo".

B.M.

MERCATO

## Gli scenari e le sfide per l'assicurazione del futuro

**Cambiamenti tecnologici. Nuove modalità di uso di beni e servizi. L'era del petrolio si è conclusa: nuovi paradigmi e nuove modalità di relazione schiudono l'orizzonte di una nuova epoca. Ne è convinto l'economista americano Jeremy Rifkin, che ieri a Milano ha tenuto una lectio magistralis su invito del gruppo Unipol**

Un mondo con meno *io* e più *noi*. In cui il sistema capitalistico avrà imparato a convivere con la *sharing economy*, l'economia della condivisione in base a cui possedere un bene diventa secondario, ciò che conta è poterlo utilizzare. Un mondo dominato dall'*internet delle cose*, in cui avranno un ruolo determinante le innovazioni tecnologiche a basso costo marginale. L'universo assicurativo deve attrezzarsi già da ora per comprendere i nuovi paradigmi di questo scenario futuro. Perché sarà tutto realtà entro il 2060. Parola del guru dell'economia **Jeremy Rifkin**, che ieri a Milano ha tenuto una lectio *magistralis* su invito del gruppo **Unipol**, partecipando a un evento su *Impresa e innovazione: scenari e sfide per l'assicurazione del futuro*.



Jeremy Rifkin

### LA TERZA RIVOLUZIONE INDUSTRIALE

Secondo Rifkin, ogni cambiamento paradigmatico verificatosi nella storia umana è tracciato da tre direttrici: **nuove forme di comunicazione, nuove forme di energia e nuove modalità di trasporto**. Decretando la fine dell'epoca della 2° rivoluzione industriale, dominata dai combustibili fossili, Rifkin sostiene che siamo già entrati in una nuova era: quella della 3° rivoluzione industriale. "Ciò a cui stiamo assistendo - spiega - è l'ascesa di nuove tecnologie in grado di offrire servizi in abbondanza con un **costo marginale** che sarà sempre più vicino allo zero. Il sistema capitalista non sarà l'unico arbitro: un ruolo fondamentale sarà giocato dalla *sharing economy*, l'economia della condivisione. In futuro - preconizza Rifkin - ognuno diventerà un *prosumer*, cioè un imprenditore che potrà creare e condividere informazioni". Questo cambiamento, già in atto nei settori dell'editoria e della musica, presto coinvolgerà l'energia e i trasporti: "entro dieci anni ogni ragazzino americano avrà in casa una stampante 3D e potrà produrre oggetti che potranno viaggiare attraverso internet, e che si potranno acquistare e vendere, condividendo con gli altri le proprie competenze". Lo stesso varrà per l'energia, che potrà essere prodotta in maniera pulita a costi bassi per poi essere venduta o, appunto, condivisa: Rifkin tesse l'elogio della Germania, citando dati che parlano di 1/3 dell'energia nazionale già attualmente prodotta a costi marginali sempre più prossimi allo zero. L'Internet delle cose, sottolinea l'economista americano, porterà a dover "cambiare il nostro modello economico, in un processo di democratizzazione dei servizi che sarà completo entro 25 anni, tanti quanti ne sono bastati al *world wide web* per diventare quello che è attualmente. Per creare lavoro - ammonisce - i governi dovrebbero investire sulle tecnologie del ventunesimo secolo, non in quelle novecentesche. (continua a pag.2)



**Seguici anche su Facebook alla pagina di Insurance Connect e su Twitter @insurancetrade**



Carlo Cimbri, ad gruppo Unipol

(continua da pag. 1) La possibilità di creare occupazione esiste perché, per una quarantina di anni, serviranno ancora grandi quantità di lavoratori per passare da una tecnologia all'altra".

## UN MONDO PIÙ SOSTENIBILE

Il futuro ipotizzato da Rifkin, dominato dall'IT e dalla presenza di sensori collegati a internet, sarà percorso da automobili intelligenti che viaggeranno su una nuova rete infrastrutturale, il tutto alimentato da nuove energie. "A guadagnarci sarà il pianeta - osserva Rifkin - perché del **cambiamento climatico** ci si deve occupare già da questo momento. I nostri ecosistemi non riescono più a stare al passo con il *ciclo dell'acqua* che negli ultimi anni è cambiato, portando a evidenti sconvolgimenti climatici. Se il clima dovesse restare questo, rischiamo di perdere il 70% di tutte le forme di vita esistenti entro la fine di questo secolo. Dobbiamo svegliarci - avverte Rifkin -: una società a costo marginale zero potrebbe salvarci, attraverso prodotti utilizzati e riutilizzati sulla base del principio della condivisione".

## L'INNOVAZIONE COME VOLANO PER LA RIPRESA ECONOMICA

La sfida che il mondo assicurativo è sollecitato a raccogliere, sulla base del visionario futuro tracciato da Rifkin, impone una riflessione su quali siano i nuovi bisogni e le nuove esigenze delle persone. Comprenderli e saperli interpretare potrà portare, per l'assicurazione, a un ulteriore sviluppo del proprio ruolo sociale e a un rinnovato mutualismo. "La natura dell'assicurazione - spiega l'ad del gruppo Unipol, **Carlo Cimbri** - è quella di accompagnare le fondamenta della società, visto che la sua mission principale è quella di proteggere". Cimbri sottolinea il ruolo fortemente impattante della tecnologia non solo per gli scenari futuri, ma anche per quelli attuali: "già due milioni di

nostri assicurati auto hanno una polizza con scatola nera, che attraverso i dati forniti dal device ci permette di poter calibrare il premio sullo stile di guida dell'assicurato. Questo è solo uno degli ambiti di applicazione dei **big data** che - spiega Cimbri - stanno trovando un crescente utilizzo in molte altre tipologie di polizza". Per il numero uno di Unipol l'innovazione è l'elemento fondamentale che serve al Paese per tornare a costruire un positivo clima di fiducia. In questo l'assicurazione può avere un ruolo determinante attraverso buoni prodotti che sappiano proteggere adeguatamente l'impresa, facendole guadagnare un miglior merito di credito presso le banche. "In questo momento si fa un gran parlare di innovazione legata alle *start up*, tema che indubbiamente affascina molto. A me però piace un'innovazione meno *glamour* - osserva Cimbri - cioè quella che avviene dentro le aziende e che riesce ad affiancare l'utilizzo della tecnologia alla creazione di prodotti e servizi".

**Beniamino Musto**

DA SEMPRE, NEL MONDO,  
SPECIALISTI IN RESPONSABILITÀ.



DUAL è specialista nelle assicurazioni contro i rischi di responsabilità civile.

- RC Professionali
- RC Patrimoniali Dipendenti Enti Pubblici
- D&O

DUAL Italia "La Migliore RC Professionale" per Milano Finanza Insurance & Previdenza Awards 2014.

**DUAL**  
making relationships count

DUAL Italia S.p.a.

Via Edmondo De Amicis, 51 - 20123 Milano  
Tel. +39 02 72080597 - Fax +39 02 72080592  
reception@dualitalia.com - www.dualitalia.com



## Pmi in Italia, resilienza tra diversificazione e tagli

Nella seconda edizione del focus di Eurisko e Zurich, segnali di vivacità pur in un contesto di crisi profonda. L'Austria è il Paese più in salute, in Spagna un'azienda su dieci ha pensato di chiudere



Le piccole e medie imprese italiane puntano sulla diversificazione dei prodotti e dei servizi; l'11% ha ampliato la propria attività sul mercato interno, mentre l'11,5% ha incrementato le esportazioni: un dato, quest'ultimo, raddoppiato rispetto al 2013. Questi alcuni dati rilasciati da uno studio di **Gfk Eurisko** per **Zurich** sull'andamento delle Pmi a livello globale negli ultimi 12 mesi.

Nonostante alcuni segnali positivi, la crisi sta incidendo ancora molto sul comparto che è la spina dorsale dell'economia italiana. Nel corso dell'ultimo anno, si legge nella ricerca, il 12% delle Pmi italiane ha ridotto il personale, e il 9% ha dovuto contenere gli stipendi dei propri collaboratori. Non solo: il 7,5% ha pensato di chiudere, mentre è raddoppiato, attestandosi all'8,5%, il numero delle imprese che hanno chiesto nuovi investimenti o ampliamenti delle linee di credito per proseguire l'attività.

A parziale consolazione, lo studio evidenzia come sia calata la percentuale delle imprese di piccole e medie dimensioni che hanno ridotto i prezzi nell'ultimo anno, passando dal 24% al 19,5%. Quello dei prezzi è tuttavia un problema che condividiamo con i Paesi mediterranei dell'Europa: hanno continuato a ridurre i prezzi anche la Spagna, il 25,5%, e il Portogallo, il 19,5%; questi sono gli unici Paesi europei, insieme all'Italia, in cui le Pmi sono riluttanti ad assumere nuovo personale.

### La locomotiva è l'Austria

A differenza di Italia, Germania (14%) e Austria (17,5%), in Europa, la maggior parte delle Pmi si è concentrata sull'espansione dell'attività verso nuovi clienti sul mercato locale: la ricerca elenca Portogallo, Spagna, Regno Unito, Svizzera e Irlanda. L'Austria sembra però decisamente il Paese dove le Pmi sono riuscite a tenere

comportamenti più virtuosi: oltre il 27% afferma di aver alzato gli stipendi nell'ultimo anno, e il 32,5% del campione dichiara di avere assunto, mentre addirittura il 34% ha investito in strumenti e, in generale, in tutte le attività produttive. Di contro, solo il 3%, dato di gran lunga più basso tra i Paesi europei considerati, ha abbassato gli stipendi. Dal punto di vista assicurativo, l'Austria è anche il Paese, insieme al Regno Unito, in cui le Pmi sono più propense a investire nell'analisi del rischio (13%). In Italia, l'8,5% del campione ha investito in risk management, una percentuale comunque alta che supera quella della Germania (7,5) ed è pari a quella svizzera. In Austria solo l'1,5% delle piccole e medie imprese hanno valutato l'opportunità di chiudere: un dato nettamente migliore di tutti gli altri Paesi, in particolar modo della Spagna che con la quota del 9% fa segnare un triste primato negativo.

### L'America Latina è la patria degli aumenti salariali

“La ricerca evidenzia che in Europa la crescita economica e l'inflazione restano deboli, e poche aziende puntano a incrementare le assunzioni, i salari o all'espansione in nuovi mercati – ha sottolineato **Marco Delpino**, head of market facing underwriting di Zurich in Italia –. Molte Pmi, in Italia, hanno ridotto il personale e gli stipendi e proseguito nel trend di riduzione dei prezzi. Emerge però con chiarezza che le imprese vogliono investire sulla diversificazione dell'offerta per attrarre nuovi clienti”.

A livello globale, su un *plafond* di 19 Paesi, solo una percentuale tra lo 0% e il 10% ha preso in considerazione di ridurre l'offerta o di chiudere l'attività, mentre un'azienda su cinque ha aumentato i salari, e una su sei ha incrementato il personale. Segno che, globalmente, le Pmi tengono e guardano con relativo ottimismo al futuro, soprattutto in zone come l'America Latina, in particolare Brasile, Messico e Argentina, dove è stata dichiarata un'autentica esplosione degli stipendi, rispettivamente 40%, 33% e 30%. Dati che potrebbero stupire, considerate le relative difficoltà sulla crescita economica ancora lenta. Le Pmi del centro e sud America hanno investito nell'espansione dell'attività verso nuovi target, oltre che sul mercato locale, e diversificato la gamma di prodotti e servizi.

**Fabrizio Aurilia**



## INTERMEDIARI 2014: OBIETTIVO CONSULENZA

Milano, 9 ottobre 2014 (9.00 - 17.00)  
Palazzo delle Stelline, Corso Magenta 61

### PROGRAMMA

Chairman **Maria Rosa Alaggio**, *Direttore di Insurance Review e Insurance Magazine*

09.00 - 09.30 – **Registrazione**

09.30 - 09.50 – **Osservatorio Distribuzione Assicurativa – Edizione 2014**  
La qualità del servizio come leva di fidelizzazione  
*Marco Lanzoni, responsabile divisione finance Scs Consulting*  
*Giorgio Lolli, manager Scs Consulting*

09.50 - 10.10 – **La capacità di offrire soluzioni tailor made**  
*Maurizio Ghilosso, amministratore delegato Dual Italia*

10.10 - 10.30 – **AEC, nuovi mercati e full outsourcing per gli intermediari**  
*Fabrizio Callarà, amministratore delegato di Aec Wholesale Group*

10.30 - 11.00 – **Il ruolo dei gruppi agenti**  
*Tonino Rosato presidente associazione agenti Allianz*  
*Enzo Sivori, presidente associazione agenti Unipol*

11.00 - 11.30 – **Coffee Break**

11.30 - 13.15 – **TAVOLA ROTONDA: Era digitale: quanto vale la consulenza dell'intermediario?**  
*Carlo Marietti Andreani, presidente Aiba*  
*Giovanni Calabrò, direttore generale Antitrust*  
*Maria Luisa Cavina, responsabile servizi intermediari Ivass*  
*Vincenzo Cirasola, presidente Anapa*  
*Massimo Congiu, presidente Unapass*  
*Claudio Demozzi, presidente Sna*  
*Franco Ellena, presidente commissione distribuzione dell'Ania*  
*Vittorio Verdone, direttore centrale Ania*  
*Luigi Viganotti, presidente Acb*

13.15 - 14.10 – **Lunch**

14.10 - 14.30 – **Levoluzione dell'agente plurimandatario**  
*Michele Colio, distribution & marketing director Aviva Italia*

14.40 - 15.00 – **Consorzi tra intermediari: l'unione fa la forza**  
*Arnaldo Bergamasco, presidente Brokers Italiani*

15.00 - 15.20 – **L'intermediario nel contesto europeo**  
*Carlo Galantini, studio legale Galantini Heilbron Cocco Ordini, consulente Acb e delegato Bipar*  
*On. Patrizia Toia, europarlamentare Pd*

15.20 - 15.40 – **Intervista a Giovan Battista Mazzucchelli, amministratore delegato del Gruppo Cattolica**

15.40 - 17.00 – **TAVOLA ROTONDA: Gli intermediari tra social e mobile**  
*Massimo Agrò, Responsabile Distribuzione di AXA Assicurazioni*  
*Roberto Conforti, presidente Uea*  
*Piero Melis, presidente Agit*  
*Jean François Mossino, presidente Commissione agenti europei*  
*Marco Rossi, head of sales & marketing di DAS Italia*  
*Angelo Scarioni, presidente Macros Consulting*

sponsorizzato da



[www.assimedi.it](http://www.assimedi.it)



**AVIVA**

**BROKERS**  
*italiani*



L'assicurazione dalla tua parte



making relationships count



**Iscriviti su [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it)**  
**Scarica il programma completo**