

PRIMO PIANO

## Greco, il Qe cambia tutto

Il group ceo di Generali, Mario Greco, a margine della presentazione dei risultati consolidati per il 2014 (che potete leggere qui) ha parlato del Quantitative easing inaugurato dalla Bce all'inizio della settimana e che immetterà nel mercato 1000 miliardi di euro fino al 2016.

L'impatto complessivo sulle compagnie assicurative, secondo Greco, creerà "condizioni di mercato estreme, perché porta i tassi a diventare addirittura negativi in alcuni Paesi. È difficile lavorare in queste condizioni - ha precisato -, si deve lavorare in un'altra maniera: si cambiano i prodotti, si cambia il modo di dare i servizi ai clienti". Tuttavia, la visione generale del top manager è molto positiva a livello macro, perché gli effetti del Qe saranno "profondi e duraturi". "Quello che mi aspetto - ha spiegato Greco - è che le economie europee avranno un tasso di crescita e di sviluppo superiore a quello di molti altri Paesi nel resto del mondo".

Per quanto riguarda Generali, il management rivendica il completamento del processo di trasformazione e il raggiungimento con un anno di anticipo dei target annunciati nel gennaio 2013: "Generali - ha continuato Greco - è focalizzata sul proprio core business assicurativo" e non pensa a operazioni di fusione o acquisizione.

Fabrizio Aurilia

RICERCHE

## Big data per la crescita delle imprese

**La mancata gestione di informazioni e dati fa perdere quote di mercato alle organizzazioni. L'utilizzo di tecnologie adeguate, secondo una ricerca condotta da Capgemini, è oggi indispensabile per migliorare le performance aziendali e raggiungere nuovi segmenti di clientela**

Il dato è tratto. Ma il risultato non è confortante. Nonostante i *big data* stiano trainando la trasformazione del mercato, circa il 65% delle organizzazioni riconosce di essere a rischio competitivo se non adotterà nuove soluzioni per l'analisi dei dati. È il focus che emerge dal rapporto globale di **Capgemini**, realizzato in collaborazione con **Emc Corporation**. L'indagine è stata effettuata su un campione di mille intervistati tra executive e senior decision maker del Nord America, Sud

America, Europa e Asia-Pacifico per testare il livello di esigenza e capacità di gestione dei big data da parte delle aziende. La previsione, in risposta alle necessità dei clienti, in base alla *Business information e global service line (Gls)* lanciata da Capgemini, è di un sostanziale incremento della capacità di analisi dei dati. Ciò prevalentemente attraverso la nuova *global practice insights&data*: una maggiore focalizzazione nel supportare i clienti ad accedere a dati e informazioni importanti per gestire le attività decisionali all'interno dell'intera azienda. Come detto, però, il 64% delle imprese che ha risposto all'intervista sta modificando i confini tradizionali del business e, contestualmente, sta permettendo a nuove realtà di entrare nei loro mercati. Nel dettaglio, più di un quarto (27%) ha sottolineato una nuova competizione da parte di player di altri settori. Mentre più della metà (53%) ha messo in conto e si aspetta di dover far fronte alla concorrenza di start up *data-enabled*. Un fattore, questo, che rivela come il controllo nella gestione e nell'analisi dei big data sia indispensabile non solo per il successo, ma per la stessa sopravvivenza aziendale.

### UN APPROCCIO INSIGHT-DRIVEN

I dati in mano alle organizzazioni rappresentano ormai un elemento chiave di valore del mercato, come, tra l'altro, riconosciuto anche dalle società che hanno partecipato al sondaggio. Un aspetto che si ripercuote anche nel management: quasi un terzo delle aziende (32%) ha già inserito, o è in fase di introduzione, nuovi incarichi executive per l'amministrazione delle informazioni. Si tratta di un trend destinato a subire un'accelerazione a stretto giro, come rilevato da ulteriori risultati dello studio.

(continua a pag. 2)



INSURANCE CONNECT su FACEBOOK

Seguici sulla pagina cliccando qui



(continua da pag. 1)

Ma ecco cosa significa tradotto in numeri: il 54% ha evidenziato che gli investimenti in big data nel corso dei prossimi tre anni supereranno quelli realizzati in passato; il 61% riconosce che i big data sono un nuovo driver di ricavi a sé stante e che stanno portando valore alle loro aziende, come i prodotti e i servizi già esistenti; il 43% delle organizzazioni ha già sfruttato, o si sta attrezzando per sfruttare al meglio, le opportunità offerte dai big data; il 36% degli intervistati afferma che, vista l'importanza strategica dei big data, ha dovuto fare escalation sui team IT per eseguire le analisi dei dati necessarie per acquisire insight aziendali. E ancora, oltre la metà (52%) ha riferito che l'elaborazione di insight rapidi di dati è stata ostacolata dalle limitazioni nel processo di sviluppo IT. In generale, un accesso più veloce ai big data è presente dove i top executive ravvisano un maggiore valore. E infine il 77% afferma che i decision maker hanno sempre più bisogno di dati in tempo reale.

“L'informazione è al centro di ogni decisione di business – ha dichiarato **Alessandro Kowaschutz**, vice president Insights&Data di Capgemini Italia – e le aziende hanno bisogno di abbracciare pienamente le opportunità dei big data o il rischio è perdere quote sul mercato. La nostra ricerca ha rilevato che, mentre alcune organizzazioni utilizzano i big data per ridurre i costi e migliorare le performance attuali, altre li usano per entrare in nuovi mercati e trarne direttamente un profitto. Ogni azienda deve ora definire un percorso per diventare un'organizzazione insight-driven”. Gli ha fatto eco **Paul Maritz**, pivotal chief executive officer di Emc: “le aziende devono non solo di assimilare rapidamente, prevedere e reagire prontamente su più fonti di dati, ma avere la capacità di organizzare gli insight acquisiti nell'ambito di quello che fanno. Le realtà che non svilupperanno questo tipo di competenze sono ad altissimo rischio di disorganizzazione”. In prospettiva, secondo **R “Ray” Wang**, principal analyst e chairman di **Constellation Research**, “la capacità di gestire tutti i tipi di dati, trasformarli in informazioni, far emergere gli insight e prendere decisioni sulla base di questi consentirà alle organizzazioni di creare modelli di business dirompenti”. E ha concluso: “chi riuscirà a farlo scoprirà che il 20% delle entrate proverrà dagli insight, entro il 2020”.

Renato Galliu



**DUAL ITALIA**  
organizza al  
**Grand Visconti Palace**  
Viale Isonzo, 14 - Milano  
**MARTEDÌ 31 MARZO 2015 ALLE ORE 14.00**

**IL CONVEGNO**  
**Cyber risks**  
**Lo scenario internazionale, i profili giuridici e la risposta assicurativa di DUAL**

Programma

- Registrazione partecipanti e welcome coffee
- Apertura dei lavori e introduzione al tema  
Maurizio Ghiloso, Managing Director di DUAL Italia
- Rischio informatico: lo scenario complessivo, le cifre del fenomeno  
Niccolò Gordini, Professore di Economia e Gestione delle Imprese all'Università degli Studi di Milano-Bicocca
- Profili giuridici e normativi  
David Marino, Partner dello Studio legale DLA Piper
- L'esperienza di un assicuratore internazionale  
Gillian Anderson, Technology & Cyber Underwriter di ANV SYNDICATE 1861
- Focus sui sinistri: dalla notifica alla gestione dell'emergenza fino alla liquidazione del danno  
Sarah Reynolds, Property & Casualty Director  
Nicholas La Stella, Property, Casualty & Special Risks Senior Adjuster di Charles Taylor Adjusting  
Mike Harris, Partner di Grant Thornton Advisory  
Alessandro Leone, Amministratore di Synapse Advisors
- La soluzione assicurativa. DUAL Italia presenta la nuova polizza DUAL Cyber  
Mauro Semenza, Underwriting & Sales Director di DUAL Italia
- Domande e considerazioni finali

Per ricevere ulteriori informazioni e confermare la propria presenza scrivere a:  
[convegnocyber@dualitalia.com](mailto:convegnocyber@dualitalia.com)

**DUAL**  
making relationships count  
Part of the Hyperion Insurance Group

NORMATIVA

## Un regolamento per l'utilizzo delle tecnologie informatiche

**Il provvedimento n.8/2015 dell'Ivass impone e disciplina l'adozione, anche per gli intermediari, di firma e posta elettronica certificata**

Il 3 marzo scorso, l'Istituto per la vigilanza sulle assicurazioni, Ivass, ha emanato il regolamento n.8/2015, *Regolamento concernente la definizione delle misure di semplificazione delle procedure e degli adempimenti nei rapporti contrattuali tra imprese di assicurazioni, intermediari e clientela*.

Obiettivo del regolamento è favorire la semplificazione dei rapporti assicurativi con i clienti mediante l'utilizzo delle nuove tecnologie informatiche, le firme elettroniche e la posta elettronica semplice e certificata (cfr. articolo 3). In particolare, l'articolo 4 del regolamento impone alle imprese e agli intermediari italiani di dotarsi di un indirizzo di posta elettronica certificata e di indicarlo negli atti, nella corrispondenza e, ove esistente, nel proprio sito internet. Significativo risalto è anche dato all'utilizzo delle firme elettroniche: l'articolo 5 del regolamento prevede che la polizza possa essere formata come documento informatico, sottoscritto con firma elettronica (avanzata, qualificata o digitale), nel rispetto delle disposizioni vigenti in materia (cfr. d.lgs. n. 82/2005 ed il d.p.c.m. del 22 febbraio 2013 n. 68380). Il medesimo articolo prevede inoltre che le imprese e gli intermediari che adottano "soluzioni di firma elettronica avanzata con acquisizione di dati biometrici connessi alla firma apposta dal contraente" debbano rispettare, tra le disposizioni legislative e regolamentari vigenti in materia, anche quelle relative alla protezione dei dati personali.

Con ogni probabilità, nel formulare la disposizione in esame, l'Autorità di vigilanza aveva in mente la firma elettronica avanzata in modalità grafometrica, che sta conoscendo una notevole diffusione sul mercato anche grazie alla recente emanazione da parte del Garante per la protezione dei dati personali dell'atteso *Provvedimento generale prescrittivo in tema di biometria* (cfr. provvedimento del 12 novembre 2014 n.513, pubblicato in Gazzetta Ufficiale il 2 dicembre 2014). In ogni caso, la formulazione aperta della disposizione non esclude in linea teorica una sua applicabilità anche a soluzioni di firma elettronica avanzata (ma anche qualificata o digitale) con trattamento di dati biometrici diverse dalla firma grafometrica.

Il regolamento entrerà in vigore 30 giorni dopo la pubblicazione nella Gazzetta Ufficiale e dal momento dell'entrata in vigore i soggetti destinatari avranno a disposizione sei mesi per uniformarsi, *inter alia*, agli obblighi introdotti con l'articolo 4 del regolamento.

avv. **Fabio Coco**  
e avv. **Francesco Donadei**  
studio legale Zitiello e Associati

INTERMEDIARI

## Fpa, Ania respinge la proposta di Sna

**Il sindacato nazionale agenti, in una nota, fa sapere che l'accordo era vicino, grazie alla mediazione del ministero del Lavoro**

Ania ha respinto il progetto di salvataggio del *Fondo pensione agenti* proposto da Sna e che "contemperava le esigenze espresse dalle parti". Questo è quanto scrive Sna in un comunicato diffuso nella serata di ieri, mercoledì 11 marzo.



Claudio Demozzi, presidente Sna

Le compagnie avrebbero rifiutato di cambiare la loro offerta, formulata nell'ottobre del 2014, che consta di un contributo *una tantum* di 16 milioni di euro, la trasformazione del fondo da prestazione definita a contribuzione definita e un taglio che, secondo Sna, arriverebbe fino al 70% delle prestazioni pensionistiche attualmente erogate.

"Sono risultati vani - si legge nella nota del sindacato - tutti gli sforzi fatti negli ultimi mesi per il salvataggio del Fondo pensione agenti". Lo Sna, contemporaneamente, ha fatto sapere che "dopo oltre un anno di tentativi", l'accordo era molto vicino, anche grazie al tavolo di mediazione coordinato dal sottosegretario al ministero del Lavoro, il senatore **Massimo Cassano**. Questo compromesso sarebbe passato attraverso una riduzione delle pensioni e delle promesse pensionistiche, un aumento del contributo *una tantum* delle imprese e il ricorso a "plusvalenze latenti e ai rendimenti attesi per calmierare tale riduzione a livelli accettabili", che, secondo Sna, ammonterebbe al massimo al 35%, contro il 70% dell'unico piano attualmente ancora in campo.

F.A.

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)



# INNOVAZIONE TRA CONOSCENZA E SERVIZIO

Milano, 19 marzo 2015 (9.00 - 17.00)  
Palazzo delle Stelline, Corso Magenta 61

## PROGRAMMA

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

09.00 - 09.30 - Registrazione

09.30 - 10.00 - **Risposte per una società in evoluzione**  
*Enrico Finzi, presidente Astraricerche*

10.00 - 10.20 - **Come cambiano i comportamenti dei consumatori e con quali strumenti innovativi il mercato risponde**  
*Francesco Sgobio, P&C Sales and Practice Leader di Towers Watson Italia*

10.20 - 10.40 - **Big Data Analytics: scenario di riferimento e opportunità di innovazione e sviluppo per il business assicurativo**  
*Alessandro Piva, responsabile ricerca Osservatorio Big Data Analytics & Business Intelligence, Politecnico di Milano*

10.40 - 11.00 - **Multichannel delivered**  
*Enrico Fermi, business developer executive area Insurance DDWay Dedagroup ICT Network*

11.00 - 11.30 - Coffee break

11.30 - 12.00 - **Semplificare il linguaggio assicurativo**  
*avv. Andrea Polizzi, jenny.avvocati*  
*avv. Matteo D'Argenio*  
*Manuela Anelli, dottore di ricerca in linguistica storica, Iulm*

12.00 - 12.45 - **I messaggi nelle campagne pubblicitarie**  
*Enrico Cavallari, chief marketing officer AXA Italia*  
*Alida Galimberti, chief marketing officer Zurich Italia*  
*Claudia Ghinfiati, responsabile brand advertising e web management Generali Italia*  
*Barbara Panzeri, direttore marketing Direct Line*

12.45 - 13.00 - Q&A

13.00 - 14.00 - Pranzo

14.00 - 14.20 - **"Insurance Mobile Payment": la semplicità come miglior complice per la rete distributiva**  
*Giovanni Drago, responsabile Business Unit Grandi clienti Nord-Ovest, Gruppo Euris*

14.20 - 14.40 - **I comparatori tra esigenze di innovazione e concorrenza**  
*Mauro Giacobbe, amministratore delegato Facile.it*

14.40 - 15.00 - **Un nuovo marketplace digitale per il mercato italiano**  
*Gianluca Berghella, presidente e Ceo di Armundia Group*

15.00 - 15.20 - **Obiettivo Customer Experience: il ruolo dei canali distributivi**

15.20 - 15.40 - **Riformulare la distribuzione in banca**  
*intervista ad Andrea Battista, amministratore delegato Eurovita*

15.40 - 17.00 - **TAVOLA ROTONDA: Dalle informazioni alle strategie commerciali**  
*Marco Baldan Bembo, responsabile marketing UnipoSai*  
*Marco Brachini, direttore marketing Sara Assicurazioni*  
*Vincenzo Cervino, responsabile business development Groupama Assicurazioni*  
*Marco Rossi, head of sales & marketing di Das*  
*Gianluca Zanini, innovation leader AXA Italia*  
*Gianpiero Zannier, responsabile direzione clienti Reale Mutua Generali (\*)*

sponsorizzato da



**ARMUNDIA GROUP**  
WORLDWIDE SOFTWARE SOLUTIONS



**AVIVA**



**DIFESA LEGALE**



**DEDAGROUP**  
ICT NETWORK



**GRUPPO EURIS**



by



**Cross Data**

**TOWERS WATSON**



First in Safety, Security and Services

(\*) invitato a partecipare

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