

PRIMO PIANO

Axa marcia sull'Asia

Axa mira ad avere 100 milioni di clienti in Asia entro il 2030. Per farlo punta sull'innovazione tecnologica, investimenti e attrazione di nuove realtà presenti sul continente. È in quest'ottica che va vista l'apertura di tre nuovi avamposti della compagnia in Asia: due laboratori dedicati all'innovazione e una nuova sede dell'Axa Strategic Ventures, veicolo finanziario dedicato agli investimenti.

Aprire quindi un Axa Lab Asia a Shanghai, sul modello della struttura già presente negli Stati Uniti (Silicon Valley) dall'inizio del 2014: sarà un laboratorio di partnership con le aziende più innovative in campo digital e servirà per individuare tendenze emergenti e nuovi talenti.

Di ricerca e sviluppo, a partire dai big data, si occuperà il Data Innovation Lab di Singapore, che funzionerà sul modello di quello già creato a Parigi: un centro focalizzato sull'analisi dei dati, per fornire servizi e prodotti innovativi ai clienti dell'area.

Infine, la nuova struttura dell'Axa Strategic Ventures sarà aperta a Hong Kong, proprio per cogliere le opportunità di investimento nella regione e supportare le start up europee e americane che vorranno espandersi al mercato asiatico. Il fondo, creato a febbraio 2015 con una dote di 200 milioni di euro, investe in innovazioni in campo assicurativo, asset management, tecnologia finanziaria e aziende del settore sanitario.

F.A.

RISK MANAGEMENT

La cultura del rischio fa breccia tra le imprese italiane

Secondo l'Osservatorio di RiskGovernance, Anra e Confapi Industria, l'82% delle aziende considera il risk management un fattore di successo e di sviluppo: nel 2013 la pensava così solo il 49%



Un momento del convegno

La notizia è che, a sorpresa, crescono consapevolezza e cultura nella gestione dei rischi in Italia. E di tanto: un vero e proprio balzo. Sono proprio le medie aziende (per le piccole si dovrà attendere ancora) a dare il buon esempio. Il *risk management*, insomma, sembra essere diventato una *best practice*, qualcosa non più percepita come un mero costo di gestione o, ancor peggio, un debito da saldare,

in modo superficiale e formale, con un codice di procedura o con un regolatore particolarmente sollecito di questo o quel settore. Non reggono più i discorsi del *ce lo chiede l'Europa*: la cultura del rischio sembra essersi stesa come un benefico balsamo sulle arretratezze dell'imprenditoria italiana.

Forse è un po' presto per cantare vittoria, si dirà, ma alcuni numeri dell'edizione 2015 dell'Osservatorio sul risk management nelle imprese italiane sono molto positivi. Le azioni di gestione e prevenzione del rischio sono considerate un fattore di successo e nel 2014 hanno rappresentato un vantaggio competitivo per quasi l'82% delle imprese italiane: un aumento di più di 30 punti percentuali dal dato del 49,5% del 2013. Sono soprattutto le medie imprese a fare il salto di qualità nell'adozione di tecniche di contenimento dei rischi, passando dal 50% della rilevazione precedente all'85% dell'analisi attuale, superando anche le grandi imprese, che invece restano al livello dell'82%. L'Osservatorio, nella sua edizione 2015, ha avuto anche lo scopo di cogliere le differenze tra Pmi e grandi aziende (quest'ultime coinvolte per la prima volta) in tutte le tematiche della gestione del rischio. Il quadro generale è quello di una crescita di tutte le variabili, in tutti i settori coinvolti nella ricerca.

UN OTTIMISMO DIFFUSO

Lo studio, realizzato da RiskGovernance in collaborazione con Anra e Confapi Industria e presentato nel corso di un convegno a Milano, ha riguardato un totale di 712 imprese distribuite su tutto il territorio nazionale e appartenenti a tutti i settori dell'economia, raggruppati nelle macro aree Servizi, Commercio, Manifattura e Costruzione.

(continua a pag. 2)



INSURANCE CONNECT su YOU TUBE

Seguici cliccando qui



(continua da pag. 1)

I numeri mostrano evoluzioni positive sia sotto il profilo della visione del rischio, sia per quanto riguarda il processo di organizzazione e gestione dei rischi, oppure nella scelta degli strumenti di copertura assicurativa e nella comunicazione e formazione della cultura del rischio.

In generale, i risultati dell'osservatorio mostrano che c'è stato un netto miglioramento nel 2014 anche a livello di percezione del mercato: un ottimismo più diffuso sembra pervadere il tessuto produttivo italiano. Scorrendo i dati, il 33% in meno delle imprese, rispetto al 2013, ritiene che il mercato in cui opera sia in contrazione, mentre le aziende che vedono il business in crescita sono passate dall'11,2% del 2012 al 27,8% del 2014. Le imprese confidano, quindi, nei primi segnali di ripresa. I principali trend che giustificano questo *sentiment* sono l'ampliamento del portafoglio prodotti, in netta crescita rispetto al passato (dal 37,9% del 2013 al 59,2% del 2014); l'aumento dell'incidenza del cambiamento del top management (35,2% nel 2014 rispetto al 9,7% del 2013) e il moltiplicarsi delle acquisizioni, che passano dal misero 8,6% del 2013 al 31% del 2014. L'unico dato in calo è quello dell'entrata in nuovi mercati: la percentuale di aziende che esplora nuove frontiere è passata dal 57,4% del 2012 al 43,2% del 2014.

UN SISTEMA DI IMPRESE PIÙ COMPETITIVO

Per quanto riguarda il profilo di rischio delle imprese, quello più diffuso è quello medio, che passa, dal 2012 al 2014, dal 58,1% al 69,6%. Si tratta, secondo i ricercatori di RiskGovernance, di "un virtuoso *trade off* tra la necessità di limitare il rischio assunto e il desiderio di migliorare i risultati economico finanziari cogliendo le opportunità offerte dal mercato". Secondo **Barbara Monda**, vice direttore di RiskGovernance al **Politecnico** di Milano, il mutamento culturale dell'approccio al rischio, non più solo come evento negativo da evitare, ma anche come opportunità, è "il primo passo verso l'adozione di approcci avanzati, proattivi e integrati alla gestione dei rischi e, in definitiva, di un sistema delle imprese più competitivo".



Permangono, tuttavia, alcune differenze tra imprese grandi e Pmi, soprattutto per quanto riguarda chi gestisce i rischi all'interno dell'azienda. Il 47% delle aziende grandi intervistate ha una figura interna dedicata a tempo pieno alla gestione del rischio; il dato scende al 29% nelle medie e solo al 6% delle piccole imprese. Il restante 53% delle grandi delega il risk management a una figura interna che ricopre anche altri ruoli, scelta che compie l'80% delle piccole e il 64% delle medie. Infine, il 14% delle piccole imprese e il 7% delle medie si affidano a una figura esterna all'azienda.

La figura del risk manager sta assumendo un ruolo cruciale, secondo **Alessandro De Felice**, presidente di **Anra**. "Colpisce - continua - che anche nell'80% delle piccole imprese vi sia una figura interna che si occupa anche di risk management, oltre a ricoprire altri ruoli. Questo vuol dire che sta aumentando in modo costante e virtuoso la consapevolezza che bisogna presidiare anche quest'area, affinando anche internamente competenze puntuali".

CRESCE LA VALUTAZIONE QUALITATIVA DEI RISCHI

Nel 2014, le aziende hanno fatto maggiormente ricorso all'analisi dei processi, il 69% contro il 38% nel 2013, a conferma della consapevolezza del periodo storico caratterizzato da elevata incertezza e volatilità. Solo le piccole imprese si affidano ancora ai dati storici, probabilmente a causa di minori competenze.

Nella successiva fase di valutazione dei rischi, la valutazione quantitativa è crollata dal 40% del 2012 all'8% del 2014. Aumentano invece le aziende che usano entrambi gli approcci, sia qualitativo sia quantitativo: nel 2014, il 58%, rispetto al 47% del 2013 e al 36% del 2012. Le più virtuose sono le imprese medie che adottano il doppio approccio nel 75,6% dei casi, superando anche le grandi (61,8%).

Comunicazione interna e formazione sono percepite ora come un prezioso contributo alla diffusione di una buona cultura del rischio. Nel 2012 e nel 2013, nel 78% dei casi, la comunicazione sul rischio era rivolta solamente ai diretti interessati, mentre nel 2014 il dato è calato al 44%. Le comunicazioni scritte sono più che raddoppiate nell'ultimo anno e riguardano il 75% delle imprese, contro un terzo circa nel 2012 e 2013 e, di contro, quelle che avvengono solo verbalmente passano dal 73% del 2013 al 29% del 2014.

"È fondamentale - conclude **Marco Giorgino**, direttore di RiskGovernance e ordinario di Finanza al Politecnico di Milano - portare il tema del rischio in modo sempre più diffuso all'interno delle aziende, dai tavoli del board ai manager di linea".

Fabrizio Aurilia

RICERCHE

L'altra faccia dell'innovazione: la minaccia interna

Quando il pericolo è in seno all'organizzazione. Nei prossimi mesi, secondo la ricerca di Nextvalue e Cionet, la spesa destinata all'information security management potrebbe raddoppiare

I bit possono ferire più della spada. E la sicurezza informatica non è un costo ma un investimento. Se da una lato le organizzazioni possono fare affidamento su elaborati modelli per il calcolo del rischio finanziario e di prodotti assicurativi, dall'altro è ancora presente, in maniera persistente, la difficoltà della misurazione del rischio informatico. Nei prossimi 12 mesi, la spesa totale destinata all'*information security management* delle aziende farà segnare un incremento del 54%. È quanto emerge dalla ricerca sull'*information security management*, realizzata a febbraio 2015, condotta da **Nextvalue** in collaborazione con **Cionet**, su un panel di 160 chief information officer, chief security officer e chief information security officer di aziende top e medio grandi. Ormai è innegabile che il ricorso a strumenti tecnologici abilitanti lo *smart working*, come la mobilità o il *cloud computing*, permettono di aumentare la flessibilità e la produttività del lavoro. Ma allo stesso tempo l'estensione dei confini virtuali di un'impresa implica un incremento delle probabilità di imbattersi nella spirale della criminalità informatica. Ma quali sono i principali ambiti di criticità in prospettiva per il 2015? La divulgazione involontaria di informazioni è al primo posto tra le preoccupazioni dei manager che hanno risposto alla survey (72%). Segue l'utilizzo dei *social network* da parte dei dipendenti (71%). Diffuso è il timore del furto di informazioni da parte di dipendenti o partner (63%) e i pericoli per l'utilizzo di servizi cloud (68%). Infine, si registrano i rischi connessi all'*internet of things* (62%) e alla tutela della privacy (60%).

Da rischio It a rischio strategico

“La frequenza, la scala e il grado di sofisticazione degli attacchi informatici negli ultimi anni mostrano un panorama sempre più complesso per motivazioni, strategie, varietà di attaccanti, settori e dipartimenti colpiti”, si rileva nel report. Generalmente i rischi informatici possono essere suddivisi in due macro categorie: minaccia specifica e minaccia al sistema aziendale. Nel primo caso si fa riferimento a un unico evento o episodio circoscritto, generato da un singolo individuo. Come, ad esempio, nel caso di furto o danneggiamento d'informazioni dei sistemi *corporate* condotto da un dipendente non soddisfatto o con intenzioni malevole, i cosiddetti *insider*. Ma un'organizzazione può anche essere vittima di un attacco multilaterale, in cui a essere colpiti sono diversi settori. Gli impatti negativi, in questo caso, sono dirompenti perché calcolati in una dimensione ancora maggiore ri-

spetto a una minaccia singola: sia per ragioni puramente economiche, sia a causa di eventuali sanzioni o danni reputazionali. Da segnalare anche l'altra faccia dell'innovazione direttamente connessa al fattore umano. Approcciarsi alle nuove frontiere tecnologiche, ad esempio, può condurre i dipendenti di un'azienda a utilizzare strumenti non sempre sviluppati secondo principi di sicurezza. La crescente commistione tra vita pubblica e vita privata degli utenti e la *consumerization* delle tecnologie esistenti possono creare punti di vulnerabilità per la salvaguardia delle informazioni. Un'azienda, quindi, può essere minacciata senza nemmeno essere a conoscenza del pericolo a cui i propri componenti, a volte intere *business unit*, la sottopongono. In sintesi, gli attacchi informatici possono essere particolarmente impattanti su diversi aspetti del business: danneggiamento o perdita di informazioni di valore, interruzione dei processi produttivi, pagamento di eventuali sanzioni nel caso d'interruzione del servizio, danno reputazionale e ricadute negative sul valore percepito del brand aziendale, diminuzione della base clienti, calo del valore azionario sul mercato per le aziende quotate. È in questo contesto che l'utilizzo della tecnologia quale elemento strategico per il business trasforma il rischio informatico in rischio strategico.

Prevenire le mosse degli hacktivist

Un buon sistema di sicurezza può essere realizzato, si evidenzia nel report, “dall'utilizzo di sistemi di *intelligence* e *analytics* per individuare il percorso delle principali minacce, in modo da focalizzare l'attenzione soltanto sugli incidenti e gli attacchi più importanti rivolti alla propria organizzazione, dando priorità a quelli che maggiormente possono minare la *business continuity*”. Inoltre appare centrale l'applicazione di un paradigma di *cyber threat intelligence* che può diventare motore per rendere dinamica la gestione del rischio in un'organizzazione. Anche effettuare un inventario costante dei propri asset può risultare fondamentale. Attività di *intelligence* permettono, infine, di poter recuperare, specialmente all'interno di aziende del settore finanziario, dati usciti illecitamente dall'azienda tramite frodi informatiche. È così che la spesa in sicurezza può trasformarsi in investimento. Ma affinché questo scenario diventi una realtà concreta servono i giusti investimenti e le giuste decisioni in termini di strumenti, persone e competenze.

Renato Agalliu

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

AZIENDE, DAI RISCHI ALLA SICUREZZA DELLA POLIZZA

Milano, 10 giugno 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 - 10.10 - **L'assicurazione e i rischi per settore merceologico**

*Adolfo Bertani, presidente di Cineas
Claudia Costa, vice presidente di Anra
Carlo Marietti Andreani, presidente di Aiba
Luigi Viganotti, presidente di Acb*

10.10 - 10.30 - **L'assicurazione a supporto dello sviluppo delle aziende**

Vittorio Scala, country manager e rappresentante generale dei Lloyd's in Italia

10.30 - 10.50 - **Imprese e internazionalizzazione: come gestire le diversità tra sistemi giuridici**

Bruno Giuffrè, country managing partner di Dla Piper

10.50 - 11.10 - **Soluzioni per il rischio di credito commerciale**

Antonella Vona, direttore marketing e comunicazione di Coface Italia

11.10 - 11.30 - Coffee break

11.30 - 12.00 - **Garanzie assicurative per le Pmi: il ruolo di agenti e broker**

*Arnaldo Bergamasco, presidente di Brokers Italiani
Anna Fasoli, consigliere di Uea*

12.00 - 12.30 - **Aziende e polizze assicurative: un rapporto soddisfacente?**

*Francesco Ferri, procuratore Autodromo di Monza e vice presidente nazionale Giovani imprenditori di Confindustria
Matteo Polo, amministratore delegato di Crai Supermercati - Ama Crai Ovest*

12.30 - 12.50 - **Servizi innovativi: un lavoro di squadra a vantaggio dell'azienda cliente**

Stefano Sala, amministratore delegato gruppo per

12.50 - 13.00 - Q&A

13.00 - 14.00 - Pranzo

14.00 - 14.20 - **Il peso delle catastrofi naturali**

Intervista a Roberto Manzato, direttore centrale vita, danni e servizi di Ania

14.20 - 14.40 - **Gestire il rischio ambientale**

Giovanni Faglia, responsabile Pool Inquinamento

14.40 - 15.00 - **Sinistri property e ambientali: formazione e disaster recovery come valore aggiunto della loss prevention**

Filippo Emanuelli, amministratore delegato di Belfor Italia

15.00 - 15.20 - **Cyber risk e Pmi: una polizza ad hoc con assistenza H24**

Maurizio Ghilosso, amministratore delegato di Dual Italia

15.20 - 16.30 - **TAVOLA ROTONDA: Gestione del rischio: gli ambiti di miglioramento e di valorizzazione del contratto assicurativo**

*Natale Castagna, managing director di Novatex Italia
Francesco Cincotti, presidente di Aipai
Paolo Lionetti, vice presidente di Anra e group insurance & claims manager di Autostrade per l'Italia
Angela Rebecchi, head of sales & market management di Allianz Global Corporate & Specialty SE
Marco Rossi, head of sales & marketing di Das
Stefano Tasso, director di Affiliated FM
Benoît Michel Verbrigghe, GI Product Director di Aviva
Massimiliano Zampieron, head of sales di Aig per l'Italia*

16.30 - Q&A

**Iscriviti su www.insurancetrade.it
Scarica il programma completo**

patrocinato da



sponsorizzato da

