

PRIMO PIANO

Raccolta vita, ancora in crescita

In linea con il trend di inizio anno, anche ad aprile, cresce ancora la nuova produzione vita dalle aziende italiane e dalle rappresentanze di imprese extra Ue.

La raccolta è stata di 9,6 miliardi di euro, in crescita del 19,5% rispetto allo stesso mese del 2014. È questa l'istantanea scattata da Ania. Complessivamente, da gennaio i nuovi premi emessi hanno raggiunto 38,2 miliardi di euro, il 24% in più rispetto ai primi quattro mesi dello scorso anno.

Nello specifico, i premi di ramo I concernenti nuove polizze individuali sono stati sei miliardi (il 63% dell'intera nuova produzione vita) registrando, per il secondo mese consecutivo, una raccolta in lieve diminuzione (-4,3%) rispetto ad aprile 2014. La restante quota della nuova produzione vita, pari al 35%, ha riguardato i premi di ramo III (esclusivamente di tipo unit linked) che, anche nel mese di aprile, hanno confermato un incremento significativo, raddoppiando il loro ammontare rispetto ad aprile 2014 e raggiungendo i 3,4 miliardi di euro di nuovi premi emessi nel mese, 11,9 miliardi da inizio anno. Infine la raccolta nel ramo V, è stata pari a 217 milioni di euro, ovvero il 2% dell'intera nuova produzione.

R.A.

RISK MANAGEMENT

Aziende alla prova dei rischi, i primi miglioramenti

Si è svolto ieri, a Milano, il convegno organizzato sul tema da Insurance Connect. Presenti circa 230 partecipanti tra assicuratori, intermediari, periti, imprenditori e professionisti delle società di ripristino



È un quadro estremamente variegato e complesso quello emerso nella giornata di ieri, al convegno *Aziende, dai rischi alla sicurezza della polizza*, organizzato a Milano da Insurance Connect, editore di questo quotidiano. Il rapporto tra imprenditoria italiana e mercato assicurativo, una relazione che passa prima di tutto attraverso la cultura del rischio, appare molto diverso caso per caso, settore per settore. Questa complessità è emersa

con plastica chiarezza negli interventi e durante i dibattiti che hanno visto protagonisti assicuratori, risk manager, intermediari, periti, imprenditori, consulenti e professionisti delle società di ripristino. La giornata, coordinata da Maria Rosa Alaggio, direttore di questa e delle altre testate di Insurance Connect, è stata un appuntamento molto partecipato (circa 230 i presenti in sala), segno non solo dell'importanza del tema ma anche di un rinnovato interesse da parte del mondo industriale verso quello della gestione del rischio. Alcune cose sono effettivamente cambiate in pochissimo tempo: il mercato assicurativo sta profondamente mutando l'approccio verso i clienti e l'ambiente competitivo si sta facendo più vivace.

Grazie al contributo del consorzio universitario Cineas, sono emersi dati di grande cambiamento del rapporto tra aziende e rischi (anticipati per altro nell'edizione di ieri di questo giornale): per il 74% delle medie aziende italiane il risk management è (finalmente) visto come un'opportunità, in passato era percepito come un costo. Tuttavia, le strutture di risk management sono poche nelle medie aziende: quindi mancano le competenze. Il 78% sostiene però che investirà nei prossimi tre anni nella gestione dei rischi, perché è convinto che gli porterà un aumento degli utili.

È in grado, oggi, il settore assicurativo di seguire l'evoluzione dei rischi delle imprese? Il contratto assicurativo nella sua schematicità, e spesso oscurità, è lo strumento più adatto per accompagnare l'azienda nelle sue evoluzioni?

UN APPROCCIO CASO PER CASO

Nella giornata di ieri si sono affrontate queste e altre sfide. (continua a pag. 2)





(continua da pag. 1)

A partire dalla prima tavola rotonda, che ha visto il confronto tra i broker (**Carlo Marietti Andreani**, presidente di **Aiba**, **Luigi Viganotti**, presidente di **Acb**), i risk manager (**Paolo Rubini**, vice presidente di **Anra**) e gli studi del consorzio universitario **Cineas** (**Adolfo Bertani**, presidente).

Oggi, secondo le analisi di **Cineas**, è necessario avere un approccio sempre più segmentato per comparti e tipicità dei rischi. L'agroalimentare, per esempio, è quello più attento, anche più del farmaceutico e del chimico.

Tra i settori, poi, è necessario fare una distinzione tra grandi aziende e Pmi e capire che la loro interazione all'interno del mercato è fonte di nuovi rischi. **Anra** ha ricordato che le grandi aziende, che pure hanno una gestione del rischio di eccellenza, devono fare i conti con il rischio di committenza: cioè devono assumersi i rischi della propria *supply chain* fatta di medie, piccole o anche micro aziende.

Le aziende devono imparare a conoscere i rischi, adottare misure di prevenzione e far evolvere il proprio rapporto con il mondo assicurativo. Per fare questo, l'apporto del broker è decisivo. Al momento, l'obiettivo principale sembra essere quello di una stabilizzazione del reddito dell'imprenditore: se da un lato, gli intermediari lamentano il persistere della crisi (il pagamento dei premi non quasi mai puntuale) dall'altro è innegabile che si cominci a parlare di "opportunità" nella gestione del rischio. Ma, paradossalmente, le imprese sembrano sempre più sensibili ai rischi non tradizionali (*cyber risk*, *reputational risk*, ma anche *Rc professionale*) e meno su quelli tradizionali. La cosa rappresenta un'ambiguità del mercato che il broker e l'assicuratore faticano talvolta a seguire.

IL BUSINESS ALL'ESTERO E I RISCHI LEGALI

Molto complessa è anche la materia legale che sottende a ogni rischio assicurativo, come sottolineato da **Bruno Giuffrè**, country managing partner dello studio legale internazionale **Dla Piper**, nel

corso di un intervento incentrato sul rapporto tra imprese e internazionalizzazione, e sulle strategie per gestire le diversità tra sistemi giuridici. Inadeguatezza del contratto, invalidità delle clausole, cattivo allineamento della volontà delle parti rispetto a quanto effettivamente scritto negli accordi, ma anche incertezza della normativa nazionale e internazionale, rischio di conformità in uno specifico regime giuridico: queste sono solo alcune delle criticità che un'azienda che vuole internazionalizzarsi deve affrontare insieme ai suoi legali. L'ambiente regolamentare in un Paese straniero è costituito da leggi che il più delle volte l'imprenditore non conosce, cui si aggiungono le consuetudini della giurisprudenza di quello Stato: è necessario comprendere a pieno il quadro di certezza o incertezza dell'ordinamento giuridico per non avere brutte sorprese.

Dall'esperienza di **Dla Piper** è emerso che persino i grandi gruppi, che dovrebbero essere strutturati per affrontare rischi legali di questo tipo, quando sono colpiti da un sinistro spesso si scoprono disorganizzati.

IL RUOLO GUIDA DEL BROKER

Un interessante contributo al dibattito nel rapporto tra grandi player e mondo assicurativo è stato dato da **Francesco Ferri**, procuratore dell'**Autodromo di Monza** e vice presidente nazionale dei Giovani imprenditori di **Confindustria**. Come si può immaginare, la gestione di un'importante struttura come l'autodromo è estremamente complessa: è necessario garantire la sicurezza dei piloti, ma anche coprirsi da furti e incendi. E poi c'è tutta la parte che riguarda gli amministratori.

Ferri, nell'ultimo anno, insieme al suo broker, ha messo in discussione coperture che erano vecchie e costose, ha eseguito un'analisi delle gare più rischiose che si svolgono nel circuito e ha ridiscusso le polizze D&O. Per le questioni più complesse, il broker ha operato un confronto su tutto il mercato, mentre per quelle più semplici, il mandato era quello di risparmiare. In definitiva, Ferri conferma un rapporto positivo con il settore assicurativo e un risparmio di costi sulle coperture intorno al 20%. Essenziale è stata la relazione continuativa con il proprio broker.

Parlando invece come capo dei giovani di **Confindustria**, Ferri ha sottolineato come con le Pmi si stia facendo un percorso per scindere il patrimonio personale da quello dell'azienda: anche per gestire i delicati passaggi generazionali. Fino a poco tempo fa, il rischio patrimonio personale non era sentito, anche se era altissimo perché il patrimonio aziendale coinvolgeva quello personale. Ora esistono strumenti assicurativi in grado di scindere le due cose.

Al centro, però, deve esserci l'intermediario, come hanno confermato anche **Arnaldo Bergamasco**, presidente di **Brokers Italiani** e **Anna Fasoli**, consigliere di **Uea**. Agente e broker devono giocare un ruolo strategico nel saper essere promotori di cultura assicurativa presso le piccole e medie imprese. (continua a pag. 3)



(continua da pag. 2)

COSA FARE E QUANDO FARLO

Assicuratori e società di ripristino, sono intervenuti nel corso della giornata per illustrare *case history* e soluzioni attraverso cui il mercato può vincere le sfide. Tra questi **Vittorio Scala**, country ma-



Un momento della prima tavola rotonda

nager dei **Lloyd's** in Italia; **Antonella Vona** di **Coface**, che ha parlato delle soluzioni per il rischio di credito commerciale, **Giovanni Faglia** del **Pool Inquinamento**, che ha affrontato il tema della gestione del rischio ambientale, mentre **Maurizio Ghiloso**, ad di **Dual Italia**, ha illustrato i vantaggi di una polizza per i rischi informatici.

L'aspetto degli interventi di ripristino è stato affrontato da **Stefano Sala**, ad del gruppo **per** e da **Filippo Emanuelli**, ad di **Belfor Italia**, che hanno discusso di *disaster recovery* e *loss prevention*.

IL RUOLO DEL CONTRATTO ASSICURATIVO

Tutti i temi della giornata sono stati ripresi nella tavola rotonda finale, molto vivace e partecipata. Pur nelle (sensibili) differenze di opinioni tra i partecipanti, è emersa l'esigenza comune di migliorare e valorizzare il contratto assicurativo per quanto riguarda tutta la filiera della gestione del rischio. Il confronto ha visto protagonisti **Angela Rebecchi**, head of sales & market management di **Allianz global corporate and specialty**, **Marco Rossi** head of sales and marketing di **Das**, **Stefano Tasso** direttore di **Affiliated Fm**, **Benoît Michel Verbrigghe**, Gi product director di **Aviva**, **Massimiliano Zamperion**, head of sales di **Aig Italia**, **Natale Castagna**, managing director dell'azienda **Novatex Italia**, **Francesco Cincotti**, perito e presidente di **Aipai**, e **Paolo Lionetti**, vice presidente di **Anra** e risk manager di **Autostrade per l'Italia**.

Resta evidente un gap nella comprensione della polizza, che le compagnie e gli intermediari possono in parte colmare con workshop dedicati agli imprenditori. Ma dall'altra parte, le aziende devono avere la volontà di capire di cosa davvero hanno bisogno.

Conoscere i rischi, adottare misure di prevenzione e far evolvere la relazione tra le aziende e il mondo delle polizze sono le sfide principali per realizzare quel famoso salto di qualità che il nostro Paese aspetta da tempo.

Fabrizio Aurilia

(Il resoconto di tutti gli interventi verrà pubblicato sul numero di luglio di *Insurance Review*. Nei prossimi giorni sul nostro sito www.insurancetra-de.it saranno disponibili i video e le slide illustrate nel corso dell'evento).

COMPAGNIE

A Generali il premio Csr

Il riconoscimento è arrivato dalla *Chambre française de commerce et d'industrie en Italie*

Per l'impegno negli investimenti responsabili e per l'approccio sostenibile del design di prodotti e servizi è stato assegnato a **Generali** il premio *Corporate social responsibility* della **Chambre française de commerce et d'industrie en Italie** (Cfcii). Il riconoscimento è stato consegnato al presidente di Generali, **Gabriele Galateri**, da **Genséric Cantournet**, coordinatore del laboratorio Csr franco italiano della Cfcii, nell'ambito della XII edizione della cena di gala che si è tenuta nei giorni scorsi a Milano.

Da anni Generali basa le proprie strategie di investimento anche su criteri ambientali, sociali e di *corporate governance* coerentemente ai principi di tutela dell'asset considerato più sensibile: la reputazione. A questo proposito, nel corso di quest'anno, è stato anche approvato il documento *Responsible investment guideline* che delinea gli ambiti di operatività responsabili coerentemente con i *Principles for responsible investment*, sottoscritti già nel 2011.

Inoltre, la compagnia, per incentivare l'adozione di comportamenti eco-compatibili, progetta e distribuisce prodotti e servizi con valenza ambientale come, ad esempio, le polizze per la copertura dei danni catastrofali, polizze di Responsabilità civile da inquinamento, polizze di Rca che prevedono sconti per i clienti che assicurano veicoli verdi o che prevedono basse percorrenze.

Renato Agalliu

INTERMEDIARI

Uaa, nessuna guerra per le poltrone

Nonostante la mancata elezione di presidente e giunta del neonato gruppo aziendale Axa, i presidenti uscenti, Sergio Rovera e Gaspare Menduni, parlano di un bilancio positivo e di un congresso che si è svolto senza arrivismi. Ora vanno metabolizzati i nuovi importanti indirizzi, emersi nel concomitante convegno europeo e che porteranno, a breve, all'elezione del nuovo organo direttivo

“Quello che è successo nell'ultima mezz'ora del congresso Uaa non rappresenta l'unione agenti Axa”. Con questa decisa dichiarazione, i presidenti uscenti del nuovo gruppo aziendale Axa, nato lo scorso novembre dall'unione tra gruppo agenti Axa Italia (Gaa) e gruppo agenti Axa (Gaa), intendono puntualizzare il vero significato delle due giornate romane del 30 e 31 maggio scorsi, in cui si è tenuto il primo congresso unitario elettivo, a ridosso del convegno europeo degli agenti generali.

Dopo un periodo transitorio di sei mesi, in cui **Sergio Rovera** e **Gaspare Menduni** hanno guidato la neonata realtà, si sarebbe dovuto eleggere un nuovo direttivo, ma così non è stato dando l'impressione di una scarsa unità, a cui si sono aggiunte le divisioni emerse nell'ultimo squarcio di convegno. Risultato: la *prorogatio* dei due presidenti uscenti porterà l'Uaa a una nuova elezione.

“Va fatta una premessa importante – esordisce Sergio Rovera, co-presidente Uaa – il nostro congresso si è svolto a ridosso della due giorni di convegno internazionale: un momento di grande interesse, che ha avuto il merito di delineare gli scenari futuri dell'intermediazione assicurativa, sia dell'intero mercato sia di quello di Axa. Questo, però, ha significato due cose: un grande impegno profuso dal gruppo uscente nell'organizzazione dell'evento e la produzione di idee e problematiche nuove, che gli agenti hanno e devono ancora rielaborare”.

Tutto ciò con evidenti riflessi anche sulle due giornate successive, nel corso delle quali, vuoi per la stanchezza del precedente appuntamento, vuoi per il ravvicinato trasferimento di idee e contributi, non c'è stato, secondo i presidenti uscenti, la possibilità di far emergere nuove proposte da condividere in assemblea.

“Mi sorprende molto – spiega Gaspare Menduni, co-presidente Uaa – che si sia dato risalto alla mancata elezione, quasi che il congresso fosse stato un flop. La realtà è un'altra: l'obiettivo non era fare una *guerra per le poltrone*, ma dibattere su temi cruciali sui quali vanno individuate le persone disponibili a dividerli e a portarli avanti. Certamente, poi sono emersi anche contrasti e divisioni, fisiologici in qualunque organizzazione, ma ciò che è successo nell'ultima mezz'ora non rappresenta l'unione degli agenti Axa”.



Gaspare Menduni

La nuova squadra è in fase di definizione

In questi sei mesi, Rovera e Menduni hanno portato avanti l'organizzazione intesa in senso globale, in un confronto con la compagnia non sempre facile e molto accelerato. “Tutto il lavoro svolto in questi mesi – conferma Menduni – mirava a mettere a punto idee, programmi e intenti e il congresso non doveva far prevalere una volontà di conquista delle poltrone, ma individuare una squadra di persone forti, con una visione chiara e idee innovative, in grado di reggere il difficile confronto con la compagnia. A oggi, le persone già ci sono, anche se non ancora pronte per assumersi questa grande responsabilità”.

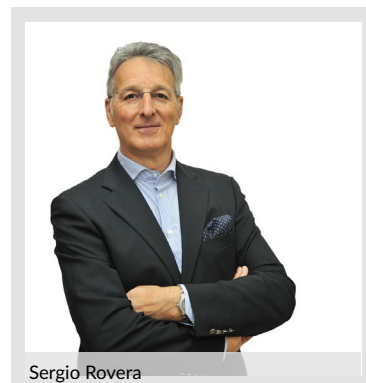
I presidenti uscenti, dunque, respingono accuse e polemiche e ribadiscono l'importanza di quanto è stato fatto. “Non accettiamo – spiega Rovera – chi ci critica di non aver preparato una successione: una possibile squadra, comprendente persone che nell'ultimo biennio hanno prestato la loro opera all'interno delle giunte, unita a forze nuove, è in fase di definizione, così come una visione unitaria. Ma sei mesi sono pochi e, a oggi, nessuno si è sentito di prendere questo gravoso impegno. L'intenzione, però, è quella di ridurre i tempi della *vacatio* e di passare il testimone indicando, in tempi brevissimi, nuove elezioni”.

Nessuna divisione

Tutto tranquillo, dunque, all'orizzonte, ma forse ci si aspettava di più. “Speravo – conferma Rovera – in un contributo di idee maggiore, ma forse la stanchezza del congresso precedente e le tante indicazioni per il futuro non hanno lasciato grande spazio ai nuovi contributi”. Al di là di questo, Rovera conferma l'assenza di divisioni all'interno del gruppo, se non nella sfera che rientra nella normale dialettica.

“Il nuovo esecutivo – conclude Rovera – dovrà avere una chiara visione di come sarà l'intermediazione futura e delle attività da mettere in atto, che interesseranno, non solo le compagnie leader, ma tutto il mercato. Chi prenderà questo impegno, avrà una grande responsabilità”.

Laura Servidio



Sergio Rovera

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