

giornale delle Assicurazioni

N. 1 MARZO 2023 | € 5

Newspaper
MILANO

Associazione Italiana Brokers di Assicurazioni e Riassicurazioni

*Roma si prepara a ospitare
il convegno annuale di Aiba,
il sodalizio guidato dal
presidente Flavio Sestilli.
Un'occasione di dibattito e
approfondimento sul futuro
dell'intermediazione*

“PRONTI A SVOLGERE UN RUOLO CRUCIALE PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE DEL PAESE”

PROSPETTIVE

*Gli effetti del principio contabile
IFRS 17 sulla gestione aziendale
delle compagnie di assicurazioni*

ANAPA

*“Importante la sentenza del Tar
che ha respinto il ricorso di Telepass
contro la sanzione Antitrust”*

Chi siamo

Europe Advisory è una società di consulenza che vanta una consolidata esperienza nel settore dell'advisory alla clientela istituzionale, corporate e retail, favorendo l'accesso strategico ai mercati dei capitali, sia sotto forma di debito che sotto forma di equity, ed assistendo le imprese in operazioni di finanza straordinaria.

La nostra storia

Il progetto prende spunto dall'acquisto del ramo d'azienda di una precedente esperienza societaria, che, dal 2004 al 2013, ha ben avviato, consolidato e specializzato la propria attività in questi settori.

La società è nata dall'opportunità di costituire una new-co partecipata da alcuni prestigiosi studi di commercialisti, coinvolgendo altresì advisor operanti nel marketing e nella consulenza finanziaria, oltre a professori universitari di facoltà di management ed economia al fine di offrire alla clientela la possibilità di fruire di una consulenza completa, personalizzata ed altamente specializzata, capace di generare un importante valore aggiunto nel medio-lungo periodo.

I nostri principali servizi

Le principali attività poste in essere da Europe Advisory riguardano:

- Attività di advisory e consulenza ad aziende;
- Consulenza per lo studio e la predisposizione di business plan e di piani industriali;
- Assistenza nella redazione e nella composizione di documenti economici, finanziari e patrimoniali;
- Compimento di inventari, valutazione e stime di beni e diritti di ogni genere, materiali ed immateriali;
- Attività di promozione, coordinamento e gestione di iniziative per l'assunzione di studi preliminari e di fattibilità, indagini di mercato, studi finanziari e di opere esecutive e l'assistenza per lo sviluppo, la direzione e la coordinazione dei lavori conseguenti;
- La stesura di perizie aziendali e immobiliari;
- Consulenza nella ristrutturazione del capitale, nel reperimento di nuove fonti finanziarie di debito, nella rinegoziazione dell'indebitamento esistente e nella ristrutturazione dell'indebitamento in contesti di procedure giudiziali e stragiudiziali;
- Assistenza nella concessione del credito bancario.

Sedi

Via Luigi Cibrario, 7 - 10143 Torino (TO)

Via Emilio de Cavalieri, 12 - 00198 Roma (RM)

Strada provinciale S. Bartolomeo, 17 - 12013 Cuneo - Chiusa di Pesio (CN)

Email: info@europeadvisorysrl.com

Tel: 0171 734917

DIRETTORE RESPONSABILE
Diego Rubero

HANNO COLLABORATO A QUESTO NUMERO:
Franco Amicucci, Umberto Bocchino, Stefano Carta,
Marco Contini, Claudio Demozi, Daniela di Perna,
Lorenzo Dornetti, Salvatore Magliocca, Stefano
Mazzocchi, Francesco Medri, Fabrizio Vignati,
Paolo Vinci

UFFICIO MARKETING
Tel. 0171.392211
(telefonare orario ufficio 9-12)
E-mail: marketing@newspapermilano.it

EDITORE
Newspaper Milano Srl
Sede legale: Via Giosuè Carducci n. 18
20123 Milano (MI)

STAMPA
L'Artistica Savigliano Srl

CONCESSIONARIA PUBBLICITÀ
Polo Grafico S.p.a.
Via G. Agnelli, 3 - 12081 Beinette (CN)
Tel. 0171.392208/09/10
E-mail: marketing@polografico.it
pubblicita@polografico.it

DISTRIBUZIONE PER L'ITALIA
Press Di Srl
Via Mondadori, 1 - 20090 Segrate (MI)

SERVIZIO ABBONAMENTI
Abbonamento cartaceo: €25 per 5 numeri
Abbonamento digitale: €23 per 5 numeri
Il servizio informazioni per abbonamenti
è in funzione dal lunedì al venerdì
dalle 8,30 alle 12,30 - tel. 0171-392211
diffusione.newspapermilano@gmail.com

RISERVATEZZA PER GLI ABBONATI
L'editore Newspaper Milano Srl, garantisce la
massima riservatezza dei dati forniti dagli abbonati e
le possibilità di richiederne gratuitamente la rettifica
o la cancellazione ai sensi del Regolamento (UE) n°
2016/679 del Parlamento europeo e norme collega-
te scrivendo a Newspaper Milano Srl, via Giovanni
Agnelli, 3 - 12081 Beinette (CN), oppure inviare una
e-mail a: diffusione.newspapermilano@gmail.com

Publicazione bimestrale registrata presso il Tribu-
nale di Milano il 14 giugno 1980 n. 256. La testata
Giornale delle Assicurazioni è di proprietà della
Newspaper Milano Srl.

 Newspaper
N. 1 MARZO 2023

PRIMO PIANO

ASSICURAZIONI

IVASS

DALLE ASSICURAZIONI

I NOSTRI FOCUS

Innovation by Ania	4
"Pronti a investire in innovazione per le sfide presenti"	
Convegno annuale Aiba	11
A Roma si parlerà di sostenibilità, assicurazione e ruolo dei broker	
Polizze vite	12
La produzione è risultata in calo nel 2022	
Rischi in agricoltura	13
Via libera da Stato-Regioni al nuovo Piano Gestione	
 Riparte il calendario dei corsi di Aiba Academy	16
Sentenza Tar respinge il ricorso di Telepass contro la sanzione Antitrust	20
Anapa cambia casa: la nuova sede è più bella ed efficiente	21
Agenzie a rischio paralisi per colpa del Preventivass. Anapa chiede il rinvio	25
Regolamento Ivass n. 51, Sna : "Obblighi ingiustificati, serve un rinvio"	26
L'Embedded Insurance spinge la digitalizzazione del mercato assicurativo	32
Cyberwar , occorre politica di security patch management per garantire la sicurezza dei dati aziendali	36
 Sono stati 168 i siti internet di intermediazione assicurativa irregolari nel 2022 ...	42
Nuova procedura di raccolta dati ai sensi dei Reg. Ivass 44/2019 e 50/2022	43
 Generali, Alleanza e Cattolica pluripremiate agli MF Insurance Awards 2023 ...	50
Il Gruppo Intesa Sanpaolo vita lancia il contest online "La Sfida"	54
Al via il Registro Digitale di Sara Assicurazioni per bici, e-bike e monopattini elettrici	55
Report Aon : nel 2022 le perdite economiche globali dovute a catastrofi naturali ammontano a 313 miliardi di dollari	56
Reale Group sceglie Oracle per modernizzare l'IT e accelerare la sua trasformazione digitale in ottica multi-cloud	57
Zurich Italia stringe un Patto con gli agenti e punta sulla consulenza di qualità ...	58
Grande successo per la Convention 2023 " Magic Allianz "	60
AXA Italia e WeWorld: un nuovo passo per il reinserimento lavorativo di donne in difficoltà	62
In breve dal mondo delle assicurazioni	63
 Prospettive . Gli effetti dell'IFRS 17 sulla gestione aziendale delle compagnie ...	14
L'esperto . La manleva della ASL per la responsabilità del medico convenzionato ...	34
Appalti e cauzioni . Nuovo codice dei contratti: quali aggiornamenti?	38
Insurtech . La fidelizzazione dei clienti (nuovo) paradigma dei mercati finanziari ...	44
Fisco . Il trattamento Iva nel contratto di coassicurazione	48
Formazione . Certificazione e micro-credential	52
Marketing . Il 2022 ha stravolto il cervello dei clienti	63
L'intervista . Digitalizzazione, flessibilità e formazione per innovare i modelli di gestione del personale. Incontro con Alessandro Castelli	64



“Pronti a investire in innovazione per le sfide presenti”

Si è tenuta a Roma la terza edizione di “Innovation by Ania”. Tra i temi si è discusso anche di sostenibilità

Giovedì 15 dicembre si è tenuta a Roma, presso l'Auditorium Parco della Musica, la terza edizione di “Innovation by Ania”. I due temi cardine del Summit sono stati l'innovazione e la sostenibilità, leve preziose per le assicurazioni nella loro attività di protezione e di supporto al Paese. L'evento è stato trasmesso in diretta streaming sul Metaverso, dove

gli utenti hanno creato un proprio avatar, dialogato con altri ospiti, visionato contenuti, interviste e progetti dedicati. Alla relazione di Maria Bianca Farina, presidente Ania, ha fatto seguito l'intervento di Alberto Mattiello, business futurist; si è passati quindi alla presentazione della ricerca “Innovazione e assicurazioni: una risposta concreta ai nuovi bisogni di cittadini e impre-

se” realizzata dalla Deloitte e presentata da Cristiano Camponeschi, leading partner, Deloitte - Officine Innovazione. Super ospiti per la tavola rotonda “La rivoluzione digitale nel settore assicurativo: il punto di vista delle imprese”, con Giancarlo Fancel, country manager e Ceo di Generali Italia; Giacomo Campora, Ad di Allianz; Andrea Novelli, Ad e Dg Poste Vita. Sul finire si è tenuto l'intervento di Gilberto Pichetto Fratin, ministro dell'Ambiente e della Sicurezza energetica. Le conclusioni sono state affidate alla presidente Maria Bianca Farina. Ecco la sua relazione.

L'evento è stato trasmesso in streaming sul Metaverso dove gli utenti hanno creato un proprio avatar dialogando con altri ospiti

Un momento dell'intervento d'apertura di Maria Bianca Farina, presidente dell'Ania



Sono felice di darvi finalmente il benvenuto a questo III Meeting Innovation by Ania.

Finalmente, perché questo meeting arriva dopo una pausa forzata dalla pandemia e, pertanto, ho voluto fortemente rimettere questo appuntamento al centro della nostra agenda. Innovazione e sostenibilità, questi i temi.

Siamo tutti consapevoli di come l'innovazione sia un fenomeno ineludibile e di come sia, soprattutto, una grandissima opportunità sulla quale è doveroso e necessario confrontarsi regolarmente. Niente come lo scambio di esperienze può aiutarci a crescere e trasformare la tecnologia in una leva a nostro favore, a favore della nostra industria e della società in genere, non contro di essa. Questi anni ci hanno dimostrato, ancora una volta, che l'innovazione non si ferma nonostante gli shock finanziari, sanitari, geopolitici.

Al contrario, ad ogni evento "epocale" che investe l'Europa e il mondo intero, la trasformazione tecnologica e l'adozione dell'innovazione vivono fortissime accelerazioni in un numero crescente di ambiti, favorendone il cambiamento. Grazie all'innovazione siamo stati in grado di rivoluzionare in pochissimo tempo il nostro modo di lavorare, di gestire anche i più



Alberto Mattiello, business futurist, esperto di innovazione tecnologica e business

piccoli compiti quotidiani o garantire la nostra mobilità. Con l'innovazione i nostri giovani, i nostri figli e nipoti hanno cambiato il loro modo di apprendere a scuola e all'Università, così come noi stiamo cambiando l'approccio alla formazione e all'aggiornamento continuo, che ormai sono un'urgenza necessaria.

L'innovazione ha molto migliorato le prospettive per la cura della nostra salute e, anche attraverso una sempre più efficace raccolta e uso dei dati, sta facendo compiere passi da gigante a tutto il mondo della medicina preventiva.

L'innovazione ha sostenuto le aziende, non solo le grandi, ma di qualsiasi dimensione nel trasformare il proprio modo di produrre, creando valore per i lavoratori e i clienti tanto quanto per gli azionisti e gli imprenditori.

Paradossalmente anche il dramma della pandemia, un'esperienza che ci auguriamo di non dover mai più rivivere, ha portato con sé un elemento di progresso: milioni di imprese in Italia e in tutta Europa si sono di-

mostrate flessibili e rapidissime nello sviluppare nuove modalità di lavoro ibride e nuovi modelli di business. La trasformazione digitale, adottata a una velocità che poco prima ci sarebbe sembrata impensabile, ha letteralmente salvato milioni di imprese europee e decine di milioni di posti di lavoro.

Teniamolo in mente quando sentiremo le prossime voci critiche che, legittimamente, si preoccupano di quanto i nuovi processi tecnologici rischino di soppiantare la manodopera tradizionale, ma non solo. L'innovazione tecnologica non è necessariamente sinonimo di perdita di posti di lavoro: può, e deve essere il contrario, se tutti saremo in grado di comprendere appieno e governare questi processi di cambiamento a

Questi anni ci hanno dimostrato che l'innovazione non si ferma nonostante gli shock finanziari, sanitari, geopolitici

nostro vantaggio. Ma facciamo attenzione, per tutto questo, il tempo a nostra disposizione non è infinito. I tempi della transizione verso modelli basati sempre più sulle comunicazioni digitali e sull'intelligenza artificiale, o modelli basati, in un futuro sempre più prossimo, su piattaforme di condivisione e tracciamento dei dati, come la Blockchain o, dopodomani, sulla potenza esponenziale del Quantum Computing, questi tempi – dicevo – sono più vicini.

Lo sono molto più di quanto non immaginassimo solo pochi anni fa.

Faccio un esempio: grazie al Machine Learning e all'Artificial Intelligence un'impresa di San Francisco ha lanciato un nuovo software di intelligenza artificiale che, con pochi comandi vocali,

riesce a svolgere attività complesse, come redigere email, scrivere report, rispondere a quesiti articolati, ma anche comporre poesie o disegni a elevato livello di sofisticazione. In realtà siamo solo di fronte a una conferma di sentieri che conosciamo già: l'accelerazione esponenziale, il salto quantico che può avvenire in qualunque momento.

Durante la pandemia, gli investimenti massicci e la collaborazione fra scienziati, grandi imprese e governi hanno reso possibile lo sviluppo e la distribuzione di vaccini rivoluzionari – di nuovissima generazione – e tutto questo in un decimo del tempo considerato necessario fino a meno di tre anni fa.

Questo “pensiero prospettico”, questa audacia, ancora

L'innovazione tecnologica non è necessariamente sinonimo di perdita di posti di lavoro: può e deve essere il contrario

una volta, hanno salvato decine di milioni di vite e ci hanno restituito un'esistenza quasi normale.

La stessa accelerazione la stiamo vivendo oggi su una tematica particolarmente attuale come quella della transizione energetica, in cui gli sforzi si stanno concentrando sulla ricerca di fonti energetiche alternative ed efficienti.

È di questi giorni la notizia relativa ai progressi sulla fusione nucleare, che ci lasciano ben sperare per il futuro.

Sappiamo però che tutti questi cambiamenti, tutto questo avanzare tecnologico pone a ciascuno di noi anche alcune domande scomode.

Dobbiamo semplicemente abbracciare queste innovazioni e accettare di dipendere da esse in maniera cieca ed acritica? Dobbiamo invece avere paura di loro, della loro velocità?

Io credo che la risposta debba essere un forte “no”, no ad entrambi questi interrogativi, soprattutto non possiamo permetterci di avere paura dell'innovazione. La paura rischierebbe di farci perdere parte delle

Gli ospiti della tavola rotonda seguita all'intervento della presidente Farina



importanti implicazioni positive, strumenti e processi, che l'innovazione tecnologica continua a portarci, sia a livello economico che sociale.

Di contro, dobbiamo gestire il cambiamento e non subirlo, ma allo stesso tempo dobbiamo aver cura di non lasciare nessuno indietro, avendo rispetto e comprensione per chi nella società preferisce o è costretto ad abbracciare il cambiamento ad un passo più lento.

Il punto di fondo resta quello a cui facevo prima cenno: l'innovazione accelera e continuerà ad accelerare ancora di più con l'acuirsi delle grandi sfide globali di questi anni.

Ad esempio, l'Europa ha un forte bisogno delle tecnologie necessarie all'indipendenza energetica e all'energia pulita.

Possiamo capire quali siano le dimensioni della sfida che è di fronte a noi se pensiamo che l'auto è uno dei settori industriali

L'entità di questi problemi ha dimostrato che ci troviamo dinanzi a temi molto importanti che richiedono uno sforzo condiviso, cui il settore assicurativo sicuramente contribuisce e contribuirà



Il ministro dell'Ambiente e della Sicurezza Energetica, Gilberto Pichetto Fratin, sul palco

a maggiore occupazione in Europa o come la carenza dei semiconduttori, nell'ultimo anno, abbia frenato fino ad un quarto di alcune fondamentali produzioni industriali.

Quello energetico è senza dubbio uno dei temi più cogenti, su cui si sta concentrando lo sforzo delle principali economie globali. Peraltro, la sfida energetica è stata acuita, nello scenario geopolitico, dalla guerra in Ucraina che ha inoltre accentuato la già critica situazione delle catene di approvvigionamento delle materie prime che, a loro volta, hanno fatto crescere l'inflazione molto oltre le aspettative.

Le Banche Centrali, di fronte a tale situazione inflazionistica, hanno iniziato a metà anno a migrare verso una politica monetaria restrittiva, innalzando i tassi di interesse e cercando di evitare la recessione come conseguenza diretta delle misure messe in atto.

L'entità di questi problemi ha dimostrato che ci troviamo dinanzi a temi importanti che richiedono uno sforzo condiviso, cui il settore assicurativo sicuramente contribuisce e contribuirà. In tale contesto, inoltre, continuano ad evolvere i bisogni di cittadini e imprese, soprattutto rispetto a necessità economiche di breve o medio periodo, in particolare:

- I cittadini sono molto impattati dalla situazione macroeconomica e sempre più preoccupati di non riuscire a soddisfare alcuni bisogni primari, propri o della propria famiglia.
- Le imprese hanno l'esigenza primaria di garantire la continuità aziendale, agendo soprattutto sul controllo dei costi, primi fra tutti quelli energetici e di acquisto delle materie prime. Se da un lato si stima che le imprese italiane chiuderanno l'anno con un fatturato in crescita del 9% sia rispetto al 2021 che ai

livelli pre- Covid, dall'altro registreranno una marginalità inferiore rispetto agli stessi periodi.

Anche a fronte di queste esigenze le assicurazioni stanno investendo per sviluppare nuove soluzioni e modelli di servizio che trovano nell'innovazione un ruolo sempre più decisivo per affrontare le sfide del presente.

Si tratta di un percorso che il settore ha intrapreso da anni, investendo lungo tutta

la catena del valore con importanti risultati.

Diversi sono gli esempi che, come vedremo anche nel corso della giornata, si possono citare e che dimostrano l'ampiezza del percorso sinora seguito:

- I modelli di Underwriting si sono evoluti e utilizzano le più avanzate tecniche di Data Analytics per avere una maggiore capacità di stima dei rischi, assicurando un servizio di protezione sempre più vicino al

Le compagnie hanno ampliato la loro offerta facendo leva sulle nuove tecnologie per soddisfare bisogni in salute e benessere

reale bisogno del cliente.

- Le reti di vendita dispongono di soluzioni tecnologiche che le rendono sempre più efficaci nelle proposizioni ai loro clienti.
- I clienti hanno da tempo la possibilità di utilizzare le soluzioni digitali per gestire, ad esempio, in modo puntuale e veloce il momento delicato del sinistro.
- I dipendenti possono beneficiare di nuove modalità di lavoro e di formazione più flessibili e digitali, con prime sperimentazioni di tecnologie immersive.

E ancora:

- Le compagnie hanno ampliato la loro offerta, facendo leva sulle nuove tecnologie, anche per coprire un numero crescente di bisogni relativi alla salute e al benessere.

Lo fanno offrendo servizi strettamente legati alle cure, ma focalizzandosi anche su informazione, prevenzione e assistenza, soprattutto per quanto riguarda pazienti anziani e cronici.

Sempre più spesso queste soluzioni includono l'utilizzo di dispositivi innovativi



Un primo piano del ministro Gilberto Pichetto Fratin durante il suo intervento



Cristiano Camponeschi, partner di Deloitte - Officine Innovazione

(es. wearable) per il monitoraggio dei pazienti, la condivisione e lo storage di informazioni cliniche e lo sviluppo di piattaforme dedicate quali la telemedicina, divenute particolarmente cruciali in epoca Covid.

- Per quanto riguarda il rischio climatico, le compagnie stanno investendo per prevenire danni e proteggere sempre meglio i cittadini e le imprese, le loro abitazioni, le loro fabbriche e uffici nei confronti dei rischi catastrofici. Si fa leva su soluzioni che sfruttano sensoristica e tecnologie satellitari per raccogliere dati e l'intelligenza artificiale per elaborarli e arrivare a prevedere e monitorare il rischio di eventi climatici estremi.

- Forte evoluzione ha avuto anche l'offerta in ambito mobilità dove il settore sta sviluppando ecosistemi per fornire sempre migliori servizi.

Anche le polizze di copertura RCA stanno evolvendo verso modelli più personalizzati basati sullo stile di guida del cliente ed in grado di stimolare comportamenti virtuosi.

Il settore assicurativo è attore e protagonista esclusivo dell'Insurtech del Paese. È, quindi, un soggetto di riferimento credibile



Il summit romano è stato trasmesso in diretta streaming sul Metaverso



A queste aree di innovazione se ne aggiungono altre sulle quali le compagnie stanno investendo, come ad esempio, tutto il mondo dei nuovi rischi. Tra questi il rischio cyber dove si stanno sviluppando nuove soluzioni che supportino cittadini e imprese, dalla sensibilizzazione e prevenzione fino alla gestione di eventuali eventi dannosi.

Molto ampio, quindi, lo spettro dell'innovazione assicurativa, gestita sia all'interno delle nostre imprese che mettendo in essere tutta una serie di iniziative che ci permettono

di intercettare le migliori soluzioni già esistenti. Mi riferisco a percorsi di accelerazione e partnership con startup, investimenti diretti nelle stesse fino ad arrivare alla creazione di veri e propri fondi di venture capital, dedicati ad individuare e investire nelle realtà innovative a più alto potenziale.

Il settore assicurativo è, in definitiva, attore e protagonista esclusivo dell'Insurtech del Paese.

È, quindi, un soggetto di riferimento credibile poiché possiede le competenze e il know-how necessari per

contribuire a indirizzare le principali sfide in atto. Anche Ania sta continuando ad investire molto in innovazione e l'evento di oggi ne è la prova. Concludo sottolineando, nuovamente, quanto l'innovazione sia da tempo centrale, sia per Ania che per l'intera industria assicurativa, e ribadendo che continueremo in questo nostro percorso per rispondere, sempre meglio, alle esigenze di protezione di imprese e consumatori, sfruttando le opportunità offerte dalle nuove tecnologie e supportando il nostro Paese nelle principali sfide che si troverà ad affrontare. Sono certa che l'innovazione potrà rappresentare un formidabile vantaggio competitivo del Paese. Ora è il momento di entrare

nel vivo dell'evento e lasciare spazio agli altri relatori. In particolare, ringrazio: Alberto Mattiello, futurista ed esperto di innovazione tecnologica e di business, che ci darà il suo punto di vista su cosa ci aspetta per il futuro e quale sarà il ruolo dell'innovazione tecnologica; Cristiano Camponeschi, partner di Deloitte - Office Innovation, che ci presenterà la ricerca svolta in esclusiva per Innovation by Ania su un panel di consumatori ed imprese. Ringrazio inoltre Annalisa Bruchi e gli illustri ospiti, nostri associati: il dott. Fancel country manager e Ceo di Generali Italia, il dott. Campora Ad di Allianz Italia e il dott. Novelli Ad di Poste Vita che animeranno un interessante dibattito nell'ambito della tavola ro-

L'innovazione è da tempo centrale, sia per Ania che per l'intera industria assicurativa. Continueremo in questo nostro percorso per rispondere sempre meglio alle esigenze di protezione di imprese e consumatori

tonda. Un sentito e speciale ringraziamento al ministro Gilberto Pichetto Fratin che interverrà in chiusura di quella che mi auguro sia, per tutti voi, un'interessante mattinata. Un ringraziamento anche ai rappresentanti istituzionali che hanno partecipato all'evento. ■

Siglato il protocollo d'intesa tra Ania e Procura di Catanzaro in materia di frodi assicurative

L'Ania e la Procura di Catanzaro hanno siglato un protocollo che sancisce una collaborazione fra l'Associazione delle compagnie di Assicurazione, gli organi inquirenti e la magistratura per coordinare le reciproche azioni di contrasto alle frodi in materia assicurativa. La Procura di Catanzaro, rappresentata dal Procuratore Capo Nicola Gratteri, ha voluto dare un forte segnale al territorio e ha voluto confermare la strada recentemente intrapresa dall'Ania con la sottoscrizione dei Protocolli con le Procure di Napoli, di Milano, di Torino e di Trani. Con l'accordo siglato vengono disciplinate le prassi operative più efficaci per maggiore fluidità e velocità di circolazione delle informazioni che riguardano episodi ritenuti di rilevanza penale nella materia assicurativa, rendendo più tempestiva possibile l'azione di contrasto al diffuso fenomeno delle frodi assicurative e dei reati connessi. L'Ania si impegna a mettere a disposizione della Procura le banche dati RC Auto e tutti gli strumenti utili alla raccolta delle informazioni per il contrasto alle frodi. Nel protocollo la Procura auspica anche la possibilità di potere accedere alla banca dati dei sinistri diversi da quelli riferibili alla RC auto (es. infortuni, malattia, incendio) definita dall'Ania ma ancora in attesa della chiusura dell'iter regolatorio necessario alla sua auspicabile realizzazione.

Sostenibilità, assicurazione e ruolo dei broker: i temi del convegno Aiba

L'incontro annuale si svolgerà mercoledì 29 marzo a Roma presso la Galleria del Cardinale Colonna, a Palazzo Colonna, con un parterre d'eccezione



Da sinistra: Pietro Negri (segretario generale Aiba) con Flavio Sestilli (presidente Aiba)

Mercoledì 29 marzo alle 9.30 a Roma, presso la Galleria del Cardinale Colonna a Palazzo Colonna, si terrà il convegno annuale di Aiba dal titolo "Sostenibilità e Assicurazione: i Broker a supporto della trasformazione economica e sociale del Paese". La partecipazione al convegno è aperta a tutti e gratuita, previa registrazione nella sezione eventi del sito ufficiale dell'associazione www.aiba.it

"È da sempre un appuntamento molto atteso nella vita della nostra associazione, un momento di incontro, scambio e networking e insieme un'occasione di dibattito e approfondimento sul futuro dell'intermediazione - commenta **Flavio**

Sestilli, presidente di Aiba - Quest'anno, insieme a molti illustri ospiti che ci raggiungeranno, approfondiremo il ruolo cruciale che i broker possono e potranno sempre più svolgere per lo sviluppo sostenibile dell'Italia". Fattore di cambiamento e, insieme, motore di crescita, progresso e innovazione, la sostenibilità è una straordinaria risorsa capace di generare valore - economico, sociale, umano - per le persone, le aziende, l'intera collettività e dovrà essere un leitmotiv per il settore assicurativo, chiamato a rispondere alle esigenze delle aziende e delle persone che si evolvono in un periodo di transizione complesso come quello che stiamo attraversando. L'industria assicurativa

ricopre infatti un ruolo cruciale per lo sviluppo sostenibile del nostro Paese. Grazie al duplice ruolo di investitori istituzionali e fornitori di coperture assicurative, il settore assicurativo è in condizione di affrontare temi ambientali e temi sociali e raggiungere gli obiettivi di sostenibilità prefissati, garantendo al contempo protezione dai danni legati ai rischi climatici e sociali e la creazione di valore per investitori e società.

In questo contesto, i broker assicurativi svolgono un ruolo fondamentale di promozione della consapevolezza sui rischi ambientali, sociali e di governance e di consulenza alla clientela per lo sviluppo di un adeguato programma di trasferimento assicurativo che renda il rischio più sopportabile e meno oneroso. "Gli intermediari saranno sempre più identificabili come "professionisti sul campo" anche per quanto riguarda i rischi ESG - spiega **Pietro Negri**, segretario generale di Aiba ed esperto di sostenibilità -. Rischi che, per loro natura, si caratterizzano per una forte componente geografica e localistica". I temi caldi, attuali e

imprescindibili, saranno affrontati all'interno dell'evento moderato dal giornalista Andrea Cabrini con i contributi di un panel di ospiti d'eccezione: **Gilberto Pichetto Fratin**, ministro della Transizione Ecologica; **Riccardo Cesari**, consigliere Ivass; **Maria Bianca Farina**, presidente Ania; **Carlo Carraro**, rettore emerito e professore Ordinario di Economia Ambientale - Università Ca' Foscari di Venezia. Vice presidente Ipcc; **Francesca Brunori**, direttore Area Credito e Finanza Confindustria; **Enrico Giovannini**, economista, statistico e accademico, già ministro delle Infrastrutture e della Mobilità sostenibile; **Umberto Guidoni**, co-direttore generale Ania.■



Polizze vita in calo nel 2022

La nuova produzione di polizze individuali e collettive sulla vita delle imprese italiane ed extra Ue, comprensiva dei premi unici aggiuntivi, è ammontata a 76,8 miliardi di euro di premi, con un decremento del 12,8% rispetto al 2021

Nel 2022 la nuova produzione di polizze individuali e collettive sulla vita delle imprese italiane ed extra-UE, comprensiva dei premi unici aggiuntivi, è ammontata a 76,8 miliardi di euro di premi, con un decremento del 12,8% rispetto al 2021 e dell'8,8% rispetto al 2020. I nuovi premi delle sole polizze individuali hanno raggiunto 73,2 miliardi di euro (il 95% del new business totale, contro il 97% dell'anno precedente), registrando un decremento annuo del 14%. Considerando anche i nuovi premi vita del campione delle imprese U.E., pari a 11,3 miliardi di euro, in calo (-34,7%) rispetto al 2021, i nuovi affari vita complessivi sono stati pari a 88,1 miliardi di euro, il 16,4% in meno rispetto all'anno precedente. Relativamente alle sole imprese italiane ed extra-UE, analizzando l'andamento per tipologia di ramo, si osserva come nel 2022 il ramo I abbia consolidato il suo ruolo principale nel comparto vita, aumentando rispetto all'anno precedente la sua incidenza sul totale new business (dal 59% nel 2021

I nuovi affari vita complessivi sono stati pari a 88,1 miliardi di euro, il 16,4% in meno rispetto all'anno precedente

al 66%), riallineandosi dunque a quella del 2020. A fronte di un ammontare di premi pari a 50,3 miliardi di euro, il ramo I ha registrato un calo del 3,3% rispetto al 2021, in miglioramento rispetto al -7,4% del I semestre 2022. Particolarmente negativa la raccolta di ramo III, pari a fine anno a -30,5% (era -17% nel I semestre), a fronte di un volume di nuovi premi pari a 23,6 miliardi di euro (quasi tutte polizze individuali). L'incidenza del ramo III sull'intera nuova raccolta è dunque scesa dal 39% nel 2021 al 31%. La nuova produzione afferente alla gestione dei fondi pensione (ramo VI) è stata nel 2022 pari a 1,6 miliardi di euro (di cui 1,4 miliardi di euro polizze collettive), l'80% in più rispetto al 2021 (dovuto ad operazioni straordinarie di acquisizione di nuovi fondi da parte di una compagnia). Relativamente al ramo V, nel 2022 si è registrato, dopo due anni consecutivi di variazione negativa, un incremento (+8,6% rispetto al 2021) del volume di nuovi premi (1,1 miliardi di euro), dovuto unicamente alle polizze collettive (+21,6%). Per ciò che concerne la nuova produzione vita per canale distributivo, relativamente all'attività delle imprese italiane ed extra-UE, il 63% della stessa è stata intermediaata tramite sportelli bancari e postali, con un volume premi pari a 48,6 miliardi di euro e un calo del 9,3% rispetto al 2021. Negativo anche l'andamento

della raccolta di nuove polizze mediante il canale dei consulenti finanziari abilitati che, a fronte di un ammontare premi pari a 11,2 miliardi di euro, registra un decremento annuo del 28,8% e una quota di mercato pari al 15% dell'intera nuova produzione. Il volume di nuovi affari distribuito dal canale agenti nel 2022 è stato pari a 9,8 miliardi di euro (il 13% del new business totale), in calo del 14,4% rispetto all'anno precedente mentre il canale vendita diretta ha registrato una performance positiva (+10,4%), a fronte di un ammontare di nuovi premi pari a 5,7 miliardi di euro (il 7% del totale). Sommando ai premi di nuova produzione delle polizze individuali e collettive quelli di annualità successive relativamente a polizze sottoscritte negli anni precedenti, si stima che i premi vita complessivi (lordi contabilizzati) nel 2022 dovrebbero attestarsi a 93,6 miliardi, in calo del 12% rispetto all'anno precedente. Tale risultato è dovuto, come già osservato per la nuova produzione dell'anno corrente, alla contrazione della raccolta premi relativa al ramo I (-4%), pari a 60 miliardi di euro (il 64% del totale premi vita), e ancor più a quella relativa alle polizze unit-linked (-27% rispetto al 2021), con un volume che si attesta a 29 miliardi di euro (il 31% del totale). I volumi afferenti al ramo V e VI si stimano essere in aumento rispettivamente del 9% e del 27%, con una quota di mercato pari all'1% e al 3%. ■

Ok da Stato-Regioni al nuovo Piano Gestione Rischi in Agricoltura

Ministro Francesco Lollobrigida: "Abbiamo previsto una copertura di base per oltre 700mila aziende agricole"

Tra le novità del Piano di Gestione dei Rischi in Agricoltura 2023, stabilite modalità e criteri di intervento del primo anno di operatività del Fondo Mutualistico Nazionale Agri-CAT a copertura dei danni alle produzioni agricole causati da eventi avversi di natura catastrofale.

Su proposta del ministro dell'Agricoltura, della Sovranità alimentare e delle Foreste Francesco Lollobrigida, nella sua ultima seduta la Conferenza permanente per i rapporti tra lo Stato, le Regioni e le Province autonome di Trento e Bolzano ha sancito l'intesa sul nuovo Piano di Gestione dei Rischi in Agricoltura (PGRA 2023), che contestualizza le assicurazioni agevolate e il nuovo Fondo Mutualistico Nazionale Agri-CAT nell'ambito della nuova struttura del Piano Strategico della PAC 2023-2027.

Tra le novità principali, il PGRA 2023 prevede il primo anno di operatività del Fondo mutualistico nazionale Agri-CAT, che rappresenta una copertura mutualistica di base per tutte le aziende agricole che percepiscono pagamenti diretti contro i danni alle produzioni causati da eventi avversi di natura catastrofale. Il Piano, oltre che specificare i rischi e i prodotti coperti dal Fondo, indica anche le franchigie e i limiti di indennizzo e introduce la premialità nei risarcimenti ai nuovi assicurati, come incentivo alle imprese ad assicurarsi. L'integrazione tra i due strumenti contribuirà a sostenere il reddito degli agricoltori a fronte dei sempre più frequenti cambiamenti climatici.

In merito alle polizze indicizzate, è stata incrementata la percentuale massima di aiuto sulla spesa premi dal 65% al 70%, per favorire l'assicurabilità di alcuni prodotti e territori che oggi manifestano una scarsa adesione al sistema assicurativo. Sono state, inoltre, introdotte nuove fitopatie e epizootie tra quelle assicurabili o assoggettabili a copertura mutualisti-

ca. Infine, sono state semplificate le combinazioni degli eventi atmosferici assicurabili, o assoggettabili a copertura mutualistica, per le produzioni vegetali, riducendo la numerosità dei pacchetti di rischio. Tale soluzione è finalizzata ad agevolare le scelte degli imprenditori agricoli garantendo, in questo modo, la massima adesione al ventaglio di strumenti di Gestione del Rischio. Con l'intesa della Conferenza Stato Regioni, si avvia la campagna assicurativa che da quest'anno si avvale dei fondi e degli strumenti attivati grazie alla nuova programmazione della Politica agricola comune che ampliano le possibilità di tutela dei redditi delle imprese agricole, migliorandone la sostenibilità.

"Nello specifico, il Fondo Mutualistico Nazionale Agri-CAT - afferma il ministro **Francesco Lollobrigida** - è una grande novità. È prevista una copertura di base per oltre 700mila aziende agricole, ed estesa a tutte le imprese che operano nel settore e percepiscono pagamenti diretti dalla Pac, in caso di danni alle produzioni causati da eventi come gelo e brina, siccità, alluvioni. Anche in questo caso il Masaf si dimostra al fianco degli operatori del settore agricolo a 360 gradi". ■

Tra le novità principali, il PGRA 2023 prevede il primo anno di operatività del Fondo mutualistico nazionale Agri-CAT



Gli effetti dell'IFRS 17 sulla gestione aziendale delle compagnie di assicurazioni

Un cambiamento epocale per le assicurazioni che estende i suoi effetti ben oltre gli aspetti contabili estimativi



Umberto Bocchino

Professore ordinario di Economia Aziendale e Docente di Bilancio delle Assicurazioni, Università degli Studi di Torino

Dal 1° gennaio 2023 l'IFRS 17 trova concreta applicazione per le compagnie di assicurazioni. Un cambiamento epocale per le assicurazioni che estende i suoi effetti ben oltre gli aspetti contabili estimativi, e che comportano attività di ridisegno ed adeguamento

di numerose funzioni aziendali dal punto di vista organizzativo, dei processi al loro interno, nonché nella tecnologia adottata.

L'IFRS 17, di ormai attuale applicazione, è in prima istanza per le assicurazioni un cambiamento epocale a livello contabile estimativo. I suoi effetti vanno però ben oltre questo perimetro, in quanto da questo principio contabile discendono tutti i cambiamenti che le assicurazioni già stanno avendo e che dovranno sempre più sapere affrontare.

Ciò che è certo è che i bilanci dell'esercizio 2022 dovranno essere redatti ancora secondo i vecchi modelli, sebbene molte compagnie abbiano da tempo avviato i relativi processi di adeguamento al nuovo IFRS, mentre a partire dal primo rendiconto periodico del 2023 tutto sarà notevolmente diverso, in quanto occorrerà proporre la rappresentazione dei conti secondo il nuovo principio.

I principali impatti contabili innovativi possono così essere sintetizzati:

- Nuove modalità di rappresentazione dei ricavi: il volume dei premi non sarà più l'elemento principale del Conto Economico;
- Si rende necessario redigere un nuovo schema di Conto Economico: la rappresentazione dei risultati sarà per margini di tipo assicurativo e di tipo finanziario; quindi introducendo nuove metriche di valutazione dell'andamento delle compagnie, come per esempio il CSM (Contractual Service Margin) che rappresenta il profitto non ancora guadagnato da un gruppo di contratti assicurativi e calcolato all'initial recognition del gruppo,

ossia al momento in cui un gruppo di contratti viene riconosciuto ed inizia la copertura assicurativa;

- Viene dunque introdotto il concetto di "Profitto Atteso" dei contratti assicurativi: che è riconosciuto a Conto Economico lungo la vita del contratto assicurativo.

Entrando poi nello specifico di altri aspetti tecnici, le principali novità introdotte dall'IFRS 17 sono relative ancora a quanto segue:

- attualizzazione dei flussi di cassa futuri: nel senso che diventa necessario attualizzare le spese future per sinistri al tasso free risk aggiustato, così da avere una migliore stima di quei costi rispetto ai relativi premi;
- distinzione tra le spese attribuibili alla gestione assicurativa da quelle spese non ad essa riferibili: così che risultino qualificate in modo più analitico le spese che concorrono alla formazione dell'ISR (Insurance Service Result), rispetto alle esclusioni; l'enfasi del bilancio di una compagnia non è più basata quindi sui premi, come accaduto fino ad oggi, bensì sulla redditività della attività di sottoscrizione, appunto l'ISR, una sorta di combined ratio, in quanto dimostra se una assicurazione guadagna o meno grazie alla sua attività core;
- introduzione più circoscritta del Risk Adjustment, che agisce al contrario della attualizzazione di cui sopra, in quanto sostituisce la valutazione prudenziale sulla tenuta delle riserve assicurative, così come fino ad ora previste dal precedente principio IFRS 4.

Dunque, i contratti non devono più essere valutati su base individuale, bensì devono essere aggregati in relazione a tre diversi drivers:

- 1) i tipi di rischi trasferiti dall'assicurato alla assicurazione;
- 2) la lunghezza del contratto;
- 3) il grado di profittabilità.

Queste innovazioni solo all'apparenza sembrano generare effetti limitati al perimetro contabile estimativo, oltre che bilancistico. Mentre mai come in questo caso, l'adozione di un nuovo principio contabile ha causato e cagiona effetti che vanno ben oltre. Infatti, poiché l'IFRS 17 definisce le regole da adottare per il riconoscimento, la valutazione e (anche) la contabilizzazione di

tutti i contratti assicurativi e riassicurativi, gli effetti si sintetizzano in un vero e proprio stravolgimento per il mercato: tutto ciò a causa della esigenza inevitabile di ricostruire da zero quasi tutti i modelli assicurativi al fine di poter leggere meglio i dati quantitativi in questa nuova ottica. Da simulazioni in corso, sembrerebbe che gli effetti saranno minimi sulle politiche di dividendi, sulla generazione di cassa e sulla solvibilità. Mentre, dal punto di vista dei rami danni e vita, è ragionevole ritenere che saranno amplificate le contrazioni dei profitti nel ramo vita, e che tale condizione permarrà più a lungo; mentre i profitti del ramo danni resteranno simili agli attuali, sebbene diverranno più volatili a causa dell'inflazione. Ciò che risulta in maniera evidente è la notevole complessità che discende da tutto ciò, a causa della dipendenza da modelli valutativi più complessi che comportano impatti significativi su numerose funzioni, tra cui lo Sviluppo Prodotti, il Risk Management, la funzione Attuariato ma anche la Pianificazione e il Controllo di Gestione, e tutta la Pianificazione Commerciale (a causa della revisione dei cataloghi prodotti) in quanto l'oggetto di riferimento di questo cambiamento contabile epocale è dato da tutti i contratti assicurativi e riassicurativi rivisti per gruppi e qualificati per profitti attesi, ossia non ancora guadagnati. Una situazione che cagiona un adeguamento delle funzioni aziendali dal punto di vista organizzativo, dei processi che li riguardano ed anche della tecnologia adottata. Per esempio, dal punto di vista commerciale distributivo sembra emergere sempre più la necessità di rivedere obiettivi e parametri di incentivazione e remunerazione della Rete Distributiva, sia essa agenziale o di sportello per le assicurazioni bancarie. La funzione contabile e quella attuariale devono diventare ancora più integrate tra loro, con una estensione non indifferente di competenze attuariali anche alle figure contabili. Mentre il processo di riservazione, è quasi certo, potrà subire effetti di maggiore volatilità nelle stime delle riserve da detenere, comportando importanti cambiamenti nelle attuali strategie di Asset and Liability Management. Tutti aspetti che conducono, in conclusione, anche a rivedere i processi di redazione dei budget e dei vari piani previsionali. ■

Riparte il calendario dei corsi di Aiba Academy, il brand della formazione dei broker Aiba

Tornano in presenza gli incontri Broker Top Training, l'aggiornamento professionale d'eccellenza dedicato agli iscritti alla sezione B del RUI

L'Associazione Italiana Brokers di Assicurazioni e Riassicurazioni è guidata dal presidente Flavio Sestilli



L'elenco delle lezioni sarà presto disponibile nella sezione dedicata all'interno del sito web www.aiba.it. Nel 2022 Aiba ha tenuto oltre 300 corsi che hanno coinvolto complessivamente quasi dodicimilacento partecipanti

Aiba Academy, il brand della formazione dei broker Aiba, ha stilato il calendario dei corsi di aggiornamento professionale e formazione per il 2023, che sarà presto disponibile nella sezione dedicata sul sito web www.aiba.it. Nel 2022 Aiba ha tenuto oltre trecento corsi che hanno coinvolto complessivamente quasi dodicimila-

cento partecipanti.

“I dati relativi alla partecipazione sono sempre molto incoraggianti – commenta **Daniilo Ariagno**, presidente del Comitato Tecnico Scientifico e responsabile di Aiba Academy – ma quello che ci guida è l'indice di soddisfazione dei partecipanti, considerando l'esperienza della formazione nel suo complesso, dal format, alle modalità, ai contenuti”. Sono stati riconfermati i format consolidati e di successo:

- corsi di aggiornamento in modalità webinar e e-learning;
- 60 ore di formazione obbligatorie in modalità e-learning;
- la preparazione all'esame Ivass per l'iscrizione al RUI;
- giornate formative in aula ed in webinar dedicate al Gruppo di Interesse Omogeneo dei Giovani Aiba;
- messa a disposizione della biblioteca Academy Aiba, contenente il materiale di tutta l'attività didattica;
- e i due corsi di punta “Broker Top Training”, linea di formazione per il top management delle società di brokeraggio, organizzata in giornate tematiche, e “GPS. Un giorno, un problema, una soluzione” che tornano in aula.

La prima grande novità del 2023, infatti, è il ritorno parziale ad una modalità in presenza. Sin da marzo 2020, l'associazione si era adoperata passando dai corsi in aula all'e-learning e ai webinar, per

poter continuare a garantire uno dei suoi servizi fondamentali. Un'esperienza dalla quale Aiba e i suoi associati hanno imparato molto: la possibilità di aggiornarsi anche da remoto e in modalità asincrona rappresenta un'opportunità per i broker, rendendo l'accesso più flessibile e meno dispendioso in termini sia di tempo sia economici.

“L'associazione ha dimostrato una grande capacità di adattamento, anche grazie alla disponibilità di una piattaforma all'avanguardia e alla capacità di convertire rapidamente i contenuti formativi in formato multimediale – spiega Ariagno –. Tuttavia la formazione in aula conserva l'ineguagliabile vantaggio di rappresentare un momento di incontro che facilita confronto e scambio, oltre che di networking con colleghi e le aziende partner che affiancano l'associazione nei contenuti e nella docenza. Per questo abbiamo deciso di riconvertire in presenza due dei nostri prodotti di formazione e aggiornamento professionale di punta, convinti che questo possa rappresentare un valore aggiunto e forti anche della voglia manifestata dai partecipanti di ritrovarsi in aula”.

Fondamentale resta l'attualità dei temi: i focus di quest'anno saranno sulla sostenibilità, il cyber risk, gli impatti della recente giurisprudenza sul contratto di

La prima grande novità del 2023 è il ritorno parziale ad una modalità in presenza. Sin da marzo 2020, l'associazione si era adoperata passando dai corsi in aula all'e-learning e ai webinar, per garantire uno dei suoi servizi fondamentali

assicurazione per poi concludere con una sessione in cui faremo il punto della situazione sul mercato e problemi di compliance che si sono manifestati durante l'anno. Oltre all'attenzione alla qualità e alla profondità degli argomenti, l'associazione è attenta a proporre formati variegati e modalità innovative per adattare l'offerta a più tipi di audience. Riconfermati infatti anche gli speed meeting del gruppo Aiba Giovani: incontri one-to-one con



Consapevole dell'importanza di attrarre giovani talenti verso la professione e del ruolo che ha nella diffusione della cultura del rischio, Aiba estende l'attività formativa anche al di fuori, coinvolgendo gli studenti delle Università

rappresentati delle compagnie e delle realtà del settore assicurativo vicine ad Aiba, che possono aiutare i colleghi più giovani a conoscere meglio le soluzioni presenti sul mercato.

Consapevole dell'importanza di attrarre giovani talenti verso la professione e del ruolo che ha nella diffusione della cultura del rischio, Aiba estende l'attività formativa anche al di fuori, coinvolgendo gli studenti delle Università. Sono diverse le partnership e le iniziative che da tempo proseguono con prestigiosi atenei italiani:

Gli obblighi del Preventivass non si applicano ai broker perché sono mandatarî dei clienti

La sentenza del Tar del Lazio ribadisce concetti fondamentali che caratterizzano il ruolo consulenziale e di tutela dei clienti tipico dei broker

"I broker di assicurazioni agiscono su incarico del cliente, senza poteri di rappresentanza di imprese di assicurazione o di riassicurazione" e, come tali, sono esonerati dall'obbligo di utilizzo del Preventivass. Lo ha chiarito il Tar Lazio nell'attesa sentenza pubblicata alcune settimane fa. Il provvedimento ha deciso sul ricorso proposto dallo Sna, il sindacato degli agenti, per l'annullamento di alcune disposizioni del regolamento che disciplina l'applicazione del "Preventivass", lo strumento di preventivazione in ambito RC Auto messo a punto da Ivass e reso obbligatorio per agenti e altri soggetti mandatarî delle compagnie di assicurazione. La sentenza ribadisce che solo gli agenti, insieme a banche, sim, intermediari finanziari e altri intermediari accessori, agiscono come mandatarî delle imprese di assicurazione e - per questo - devono applicare tutte le disposizioni previste dall'obbligo di utilizzo del Preventivass. "La sentenza conferma e avvalorà concetti fondamentali legati alla figura del broker, che ci distinguono dagli altri soggetti operanti sul mercato assicurativo - commenta il presidente di Aiba, **Flavio Sestilli** - siamo sempre intermediari, ma agiamo sulla base di un rapporto consulenziale e di fiducia con il cliente, nonché su suo diretto incarico e nel suo esclusivo interesse. È una caratteristica della nostra professionalità che ci differenzia dagli altri Intermediari".

tra le altre, le borse di studio stanziare per gli studenti meritevoli del Dipartimento di Scienze Economiche dell'Alma Mater di Bologna, gli Insurance Game realizzati in partnership con l'Università Cattolica, oltre a collaborazioni e docenze con le maggiori Università italiane, come l'Università del Sannio e Università Bocconi.

"Per i broker, quindi per l'Aiba che li rappresenta, la formazione e l'aggiornamento

professionale continui sono la chiave per poter continuare a rispondere alle richieste provenienti dal mercato, sempre più complesse e articolate - conclude Ariagno -. Non possono quindi che essere tra i servizi fondamentali dell'associazione, la cui mission è garantire lo sviluppo, la professionalità e la qualità del lavoro del broker, fornendo gli strumenti più all'avanguardia nella formazione e promozione della cultura assicurativa e dando così valore aggiunto ai propri associati". ■





*Il partner ideale
per la riqualificazione
del tuo patrimonio edilizio*

ENERGIA RINNOVABILE

COMUNITÀ ENERGETICHE

DECARBONIZZAZIONE

SOSTENIBILITÀ

PROGETTAZIONE ED ESECUZIONE

TRANSIZIONE ENERGETICA

INCENTIVI

Prime Green Solutions è il partner ideale per la riqualificazione degli edifici.

Prime Green Solutions è specializzata nelle attività di ristrutturazione e riqualificazione edilizia in ambito green sia con riferimento all'attuale applicazione dell'Eco e Sisma bonus che nell'individuazione di soluzioni ecosostenibili del real estate.

Prime Green Solutions è società benefit.

UN GRANDE NETWORK SU TUTTO IL TERRITORIO NAZIONALE

Importante la sentenza Tar che ha respinto il ricorso di Telepass contro la sanzione Antitrust

L'Anapa (Associazione degli agenti d'assicurazione) aveva presentato una denuncia sulle pratiche scorrette al garante della concorrenza e del mercato



Vincenzo Cirasola

Il Tar del Lazio ha respinto il ricorso di Telepass contro il provvedimento con cui l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (Agcm) nel marzo 2021, aveva comminato una multa di 2 milioni di euro a carico della società di pedaggi autostradali colpevole di pratiche commerciali scorrette nell'offerta di servizi assicurativi. Ne ha dato notizia

Anapa Rete Impresagenzia, l'associazione degli agenti d'assicurazione che aveva presentato una denuncia sulle pratiche scorrette al garante della concorrenza e del mercato e che è stata assistita nel procedimento di fronte al Tar dagli avvocati Raffaella Grisafi e Cristiano Iurilli.

Nel merito la sentenza, rigettando il ricorso, ha confermato l'esistenza di pratiche commerciali scorrette che hanno giustificato l'intervento sanzionatorio dell'Agcm. In particolare l'offerta di servizi assicurativi da parte di Telepass era caratterizzata - è scritto nella sentenza - dalla:

"a) l'assenza di

informativa circa la gestione, la conservazione e il trasferimento dei dati dei clienti dalle compagnie assicurative partner a Telepass, da cui il possibile utilizzo uso commerciale;

b) l'assenza di indicazioni sulle modalità, sulle procedure, sui parametri di riferimento e di selezione del preventivo RC Auto, proposto con enfattizzazione della particolare facilità e convenienza della proposta effettuata attraverso la app di Telepass, senza indicazione dei

criteri, dei parametri di riferimento e delle procedure di scelta della compagnia e del preventivo proposto".

Tra i motivi del ricorso di Telepass c'era anche la circostanza che l'Autorità Antitrust non aveva chiesto il parere preventivo del Garante della Protezione dei Dati Personali prima di concludere la sua istruttoria. È un rilievo su cui aveva convenuto lo stesso Garante della Privacy intervenendo di fronte al Tar chiedendo anch'esso l'annullamento

Nel merito la sentenza, rigettando il ricorso, ha confermato l'esistenza di pratiche commerciali scorrette che hanno giustificato l'intervento sanzionatorio dell'Agcm

della sanzione. Ma il tribunale amministrativo è stato di avviso contrario. "Non sussisteva alcun obbligo di legge di interpellare il Garante - è scritto nel dispositivo della sentenza - in quanto non si trattava di richiedere un parere obbligatorio nell'ambito di un settore regolato, ai sensi dell'articolo 27, comma 1-bis del Codice del Consumo. Il Garante per la protezione dei dati personali è autorità generalista preposta alla tutela trasversale di un diritto fondamentale e non un'Autorità regolatoria di settore. Sotto altro aspetto, il mancato coinvolgimento del Garante neppure può ridondare come vizio di istruttoria, attesa la predetta totale autonomia dei piani di tutela". "La tenacia nel portare avanti le nostre battaglie senza farci intimidire dai colossi del mercato - ha commentato **Vincenzo Cirasola**, presidente di Anapa - è stata ancora una volta premiata. La sentenza del Tar

è doppiamente importante perché da un lato conferma la scorrettezza di una pratica commerciale, denunciata da Anapa, che pregiudica non solo i consumatori ma anche gli agenti del settore assicurativo e dall'altro fissa un principio fondamentale: la circostanza che se si trattano dati personali non si è esenti dal rispetto delle regole del codice del consumo. Nel far ciò il Tar conferma la competenza dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato anche laddove la pratica intercetti dati personali. È un risultato importante - ha concluso il presidente Cirasola - perché una pronuncia di segno contrario avrebbe rischiato di creare un precedente depotenziando l'Agcm che invece nell'accogliere la segnalazione di Anapa e sanzionare Telepass ha correttamente esercitato i suoi poteri, tutelando il mercato".■

Vincenzo Cirasola: "La tenacia nel portare avanti le nostre battaglie senza farci intimidire dai colossi del mercato è stata ancora una volta premiata"

Anapa cambia casa: la nuova sede è più bella ed efficiente

Anapa Rete ImpresAgenzia ha cambiato casa. L'associazione si è trasferita in una nuova e più ampia sede in **via Angelo Poliziano 69**, sempre a Roma, inaugurata mercoledì 1 febbraio. Si tratta di una location di prestigio, tra il Parco del Colle Oppio e il Colosseo, molto accogliente, dove ogni spazio è stato pensato e allestito in maniera funzionale alle necessità di un'associazione in continua crescita che si pone sempre nuovi obiettivi. Un investimento importante, non solo a livello strutturale ma anche in tecnologie, con un'attenzione rivolta anche al design e allo stile dell'intero progetto. I contatti sono rimasti invariati: Tel. 06/98387403 - Fax. 06/30194378 - Email: info@anapaweb.it.



Mobilità elettrica e tecnologia V2G: nuove occasioni per produrre e scambiare energia



Francesco Medri

Executive Vice President di RINA Prime Value Services

Con la diffusione della mobilità elettrica, ossia dei mezzi di trasporto elettrificati o semi-elettrificati, che coprono brevi, medie e lunghe distanze, è emersa anche la possibilità di scambiare energia utilizzando una parte dei veicoli che interagiscono con la rete, grazie all'impiego

intelligente delle infrastrutture di ricarica. La possibilità è garantita dalla tecnologia Vehicle-to-Grid (V2G), che si basa su un sistema bidirezionale: la batteria può sia prelevare che cedere energia alla rete con un ampio margine di flessibilità.

Sviluppata in collaborazione tra utility elettriche e case automobilistiche, la tecnologia V2G consente a un veicolo elettrico, in sosta e collegato a un punto di ricarica, di prelevare o immettere energia elettrica in un qualsiasi punto della rete oppure direttamente nell'abitazione del proprietario della vettura, se è in sosta presso il wallbox domestico.

Chi ha parcheggiato il mezzo riceverà sullo smartphone la richiesta di vendita (o di acquisto) di energia insieme al livello di accumulo nella batteria del veicolo. Deciderà se intende accettarla, e in quel caso trasmetterà all'auto l'ordine di eseguire automaticamente l'operazione, stabilendone la quantità. Se per pigrizia o per mancanza di competenze non si volesse prendere questo impegno, l'auto parcheggiata potrà essere dotata di un sistema di intelligenza artificiale che esegue o meno, senza intermediazioni, lo scambio di energia.

Per avere un'idea delle grandezze in gioco si può fare riferimento alle analisi effettuate dall'International Energy Agency nel suo rapporto del 2022 sui ¹veicoli elettrici. La IEA stima che, con circa 250 milioni di veicoli elettrici su strada nel 2030, il contributo delle



A sinistra: auto elettrica in ricarica su parcheggio dotato di stazione di ricarica; a destra, la fase di ricarica di moderni veicoli elettrici in una stazione stradale

ricariche dei veicoli potrebbe arrivare fino al 10% del picco medio della domanda serale nei principali mercati dei veicoli elettrici (Cina, Stati Uniti e Unione Europea).

I vantaggi per il proprietario del veicolo elettrico sono facilmente individuabili. Il primo consiste nella possibilità di diventare trader di energia con guadagni fino a circa 1500 euro l'anno, acquistando elettricità nei momenti della giornata in cui il prezzo del kWh è basso e vendendola nei momenti in cui è più alto. Il secondo è il Vehicle-to-Home (V2H), che consente un'interazione tra l'auto elettrica e la propria abitazione. Un abbinamento particolarmente interessante in presenza di un impianto fotovoltaico, che si troverebbe a disposizione un sistema di accumulo non indifferente, se consideriamo un consumo medio giornaliero di 7-8 kWh a fronte di una capienza media della batteria di un veicolo elettrico di 50 kWh. Ci sono anche modelli che rappresentano casi estremi, in quanto riuscirebbero a fornire energia elettrica anche per ²10 giorni.

Chiaramente questi vantaggi si moltiplicano se prendiamo in considerazione soggetti proprietari di numerosi mezzi come le aziende con grosse flotte di veicoli, in particolare quelle del settore della logistica. Questi casi rappresentano i migliori esempi in cui i benefici del V2G possono applicarsi, perché l'elevato numero di mezzi elettrici può apportare una significativa riduzione dei costi energetici dell'azienda e

Il veicolo elettrico diventa una batteria con le ruote, che fornisce e preleva energia

Cos'è Prime Green Solutions

Prime Green Solutions è specializzata nelle attività di ristrutturazione e riqualificazione edilizia in ambito green sia con riferimento all'attuale applicazione dell'Eco e Sisma bonus che nella individuazione di soluzioni ecosostenibili del Real Estate. Opera come Full Service Provider ed EPC Contractor (Engineering, Procurement & Construction) supportando il cliente dalla identificazione delle soluzioni tecniche alla progettazione ed esecuzione dei lavori. Fornisce soluzioni e servizi chiavi in mano curando non solo la realizzazione degli interventi ed i relativi aspetti tecnici, ma anche la gestione degli aspetti amministrativi, la compliance con le normative di settore anche ai fini della fruizione degli incentivi e, non ultimo, l'individuazione ed ottenimento di adeguato supporto finanziario. Prime Green Solutions opera grazie all'apporto di esperienza nel settore immobiliare di RINA Prime Value Services, da cui è partecipata al 100%. Prime Green Solutions è società benefit.

In ambito aziendale, un elevato numero di mezzi elettrici apporterebbe una significativa riduzione dei costi di energia

determinare un minor impatto ambientale, con relativi ritorni di immagine. Immaginiamo decine o centinaia di veicoli che, quando inutilizzati, possono con regolarità durante le 24 ore immettere o prelevare energia in base alla necessità e alla convenienza economica, smuovendola nell'ordine dei MW.

Anche l'utility che gestisce la rete di distribuzione e il sistema elettrico a cui è collegata l'infrastruttura di ricarica può raccogliere benefici rilevanti, in scenari caratterizzati da sempre più alte quote di rinnovabili. Il veicolo elettrico diventa una "batteria con le ruote", che si differenzia dai sistemi di accumulo stazionari solo perché distribuito sul territorio, mobile e disponibile in modo saltuario, ma in grado comunque di contribuire alla stabilizzazione della rete, fornendo kWh quando la produzione di energia è scarsa rispetto alla domanda, e viceversa prelevando kWh se per la ragione opposta la produzione abbonda.

Ma le principali utility europee sono impegnate nell'installazione di infrastrutture per la ricarica dei veicoli elettrici anche per un altro motivo: il cambiamento in atto di questo modello di business le sta traghettando dallo status di produttori di energia a fornitori di servizi smart

I vantaggi dell'interazione tra veicoli e rete elettrica sono evidenti e lo saranno sempre di più all'aumentare dei punti di ricarica nel territorio nazionale

CHI È FRANCESCO MEDRI

Dimostrando una spiccata attitudine allo sviluppo di servizi innovativi e legati alla sostenibilità, in un contesto fortemente multinazionale, Francesco Medri ha assunto ruoli sempre più importanti all'interno di RINA, vantando un'esperienza ventennale nel settore dei servizi di ingegneria relativi al mondo delle infrastrutture e del real estate, in particolare nel segmento di mercato denominato "TIC - Testing Inspection & Certification" afferente alle Società di terza parte indipendenti. Francesco Medri è attualmente Executive Vice President di RINA Prime Value Services ed è stato Executive Vice President Corporate Sales Excellence di RINA. Medri, inoltre, partecipa al CdA di NPLs RE_Solutions e di Prime Green Solutions (società controllate da RINA Prime Value Services).

collegati alla gestione della rete.

È chiaro che l'impatto del V2G dipenderà molto dalle modalità di utilizzo delle auto. Il tipo di ricarica più adatto alla modalità V2G è la ricarica lenta eseguita nelle ore serali o notturne, utilizzando le colonnine private domestiche o aziendali. La ricarica veloce, al contrario, richiede che la priorità sia data al rifornimento del veicolo, quindi si presta in modo molto limitato alle applicazioni V2G.

In ogni caso, i vantaggi dell'interazione tra veicoli e rete elettrica sono evidenti e lo saranno sempre di più all'aumentare dei punti di ricarica nel territorio nazionale. I destinatari, come detto, sono da un lato i consumatori che saranno in grado di cogliere i veicoli come "batterie con le ruote" e le aziende che sapranno trasformare la flotta da semplice bene mobile a vero e proprio asset strategico. ■

¹ IEA, "Global EV Outlook 2022", <https://www.iea.org/reports/global-ev-outlook-2022>

² Bloomberg, "How Ford's Electric Pickup Can Power Your House for 10 Days" <https://bloom.bg/3zFevQC>

Le agenzie sono a rischio paralisi per colpa del Preventivass

L'Anapa chiede il rinvio dell'entrata in vigore del provvedimento al 30 giugno

Le agenzie di assicurazioni italiane rischiano la paralisi. È questo l'allarme lanciato da Anapa Rete ImpresAgenzia, associazione degli agenti professionisti di assicurazione, alla vigilia dell'entrata in vigore, (lo scorso 1 marzo), della disposizione prevista dall'art. 11 del Regolamento n.51 dell'Ivass (modificato dagli effetti prodotti dalla pronuncia del Tar del Lazio del 18 gennaio 2023) che obbliga gli intermediari assicurativi muniti di mandato di informare i consumatori sull'ammontare dei premi del contratto base Rc Auto di tutte le compagnie rappresentate. Un'operazione da compiersi attraverso Preventivass, il preven-

tivatore online dell'Istituto di Vigilanza, sia in occasione di un nuovo contratto, ma anche a ogni rinnovo annuale, qualora non vi abbia provveduto autonomamente il consumatore. Secondo Anapa si tratta di un'attività insostenibile per il sistema, in quanto richiede l'estrazione e la condivisione di una mole di dati, per formulare i preventivi nei tempi e nelle forme richieste, che è impensabile possano essere estrapolati singolarmente e digitati manualmente. Anapa ricorda che le modifiche apportate ai sistemi informativi delle singole imprese consentono agli intermediari di adempiere solo parzialmente agli obblighi previsti, esponendoli a responsabilità amministrative e civili causate da effettiva impossibilità e non dipendenti dalla propria condotta professionale. Infatti, la soluzione adottata per la gestione del flusso massivo di informazioni tra le singole imprese di assicurazione e l'Istituto di Vigilanza (denomina-

ta A2A, application to application), risulterebbe ancora in fase di test e non ancora operativa. Anapa sottolinea come non possa essere considerato responsabile l'intermediario che sia oggettivamente impossibilitato, non per sua condotta, a svolgere l'attività richiesta dalla norma, nelle more dell'implementazione del sistema e soprattutto con riferimento ai rinnovi. Per questi motivi Anapa Rete ImpresAgenzia ha inviato una lettera al Ministero delle Imprese e del Made in Italy (ex Ministero dello Sviluppo Economico) e all'Ivass chiedendo il rinvio dell'entrata in vigore del provvedimento al prossimo 30 giugno, in modo da consentire a tutto il sistema nel suo complesso, di individuare e realizzare uno strumento efficiente e funzionale alle finalità della norma. Nello specifico si chiede all'Ivass di comprendere le oggettive difficoltà del contesto attuale, riscontrabili soprattutto nelle occasioni di rinnovo contrattuale,

che interessa consistenti numeri per singola realtà aziendale. "Considerata l'oggettiva impossibilità di rispettare il provvedimento da parte degli intermediari riteniamo sia quantomeno opportuno posticiparne l'entrata in vigore in modo da avere il tempo necessario per metter mano alla norma primaria in modo tale da rispettare la tutela della concorrenza e del mercato - commenta **Vincenzo Cirasola**, presidente di Anapa Rete ImpresAgenzia -. Sulla norma e sull'accidentato percorso che ne ha caratterizzato l'emanazione, fin dal 2012 abbiamo sempre espresso contrarietà per la sua incapacità di realizzare le finalità che si prefigge, concentrando l'attenzione del cliente solamente sul prezzo e appesantendo inutilmente l'attività burocratica delle sole agenzie di assicurazione, distraendole dall'attività di vera consulenza che anche la stipula di una polizza obbligatoria richiede per la tutela del patrimonio di un consumatore".■



Regolamento Ivass n. 51: “Obblighi ingiustificati, sproporzionati e irragionevoli, occorre un rinvio”



Claudio Demozzi

Presidente nazionale Sna

Il Tar del Lazio, Sezione II-ter di Roma, con la sentenza n. 897 del 18 gennaio 2023 e n. 896/2023, pari data, ha annullato l'art. 11, comma 1, lettera c) del Regolamento Ivass n. 51 del 21 giugno 2022, contestualmente affermando il principio per cui “la definizione di dette formalità, per contro, è rimessa alla libera organizzazione delle imprese assicurative e degli agenti, che potranno individuare modalità più o meno dettagliate, salvo farsi carico, in caso di inidonea conservazione della documentazione attestante gli adempimenti di legge, del rischio dell'eventuale azione di nullità da parte degli assicurati”. Con le citate decisioni il TAR ha altresì avvertito la “sostanziale oscurità e irragionevolezza” dell'articolo 132-bis, comma 4, Cod.Ass.Private, condividendo

i motivi del ricorso, incentrati sull'illegittimità della scelta di Ivass di disciplinare la forma della “dichiarazione” prevista, in assenza di espressa delega legislativa e di un'idonea valutazione di impatto regolamentare, “imponendo, a carico degli operatori, un obbligo ingiustificato, sproporzionato e irragionevole, illegittimamente esteso, oltre che alla prima stipula della polizza, anche ai rinnovi”. Le modifiche apportate al Regolamento Ivass n. 51 da parte dello stesso Istituto con il proprio chiarimento applicativo e gli annullamenti disposti dal TAR Lazio, fanno sì, a nostro avviso, che il Preventivass continui a rappresentare uno strumento di carattere consultivo e meramente orientativo per utenti ed intermediari, senza che, tuttavia, possa configurarsi alcun obbligo per gli agenti assicurativi di raccogliere e conservare dichiarazioni da parte degli utenti, numeri di preventivazione o tracciamento degli stessi.

Nondimeno, qualora, a parere dell'Istituto, gli obblighi sanciti dall'art. 132/bis del CAP non fossero ridimensionabili a quanto anzidetto - poiché è indubbio che la dichiarazione prevista al comma 4, attorno alla quale è ruotato il contenzioso giurisdizionale amministrativo, costituirebbe il momento culminante dell'attività di preventivazione disciplinata nel corpo della disposizione - risulterebbe indispensabile, per gli Agenti assicurativi, poter disporre dell'“accesso e risposta in via telematica”, che l'art. 132/bis citato riserva “sia ai consumatori che agli intermediari”.

Detto accesso dovrebbe necessariamente valere anche per l'interrogazione massiva, da parte degli Intermediari, anche per il tramite dei sistemi informatici gestionali agenziali. Ci preme eviden-

ziare che non riteniamo adeguato alcun sistema di preventivazione massiva affidato alle singole Imprese, che - per evidenti ragioni di concorrenza, di trasparenza e di operatività - non sarebbe, peraltro, coerente con il disposto del più volte citato art. 132/bis del CAP.

In ogni caso, qualora l'interpretazione dell'Istituto non risultasse in linea con quanto sopra riportato ("senza che tuttavia possa configurarsi alcun obbligo per gli agenti assicurativi di raccogliere e conservare dichiarazioni da parte degli utenti, numeri di preventivazione o tracciamento degli stessi"), anche alla luce dell'attuale diniego, posto dall'Ivass, all'interrogazione massiva del Preventivatore da parte degli Intermediari per via telematica/informatica, diamo conferma di quanto anticipato verbalmente nel corso del recente incontro e, cioè, che obiettivamente gli agenti di assicurazione non si trovano nella concreta possibilità di adempiere agli obblighi di cui all'art. 132/bis del CAP e del conseguente Reg. Ivass n. 51.

In questo contesto, tra l'altro, a fronte dell'imminente entrata in vigore del Regolamento Ivass n. 51 (28 febbraio 2023, ndr):

- codesto Istituto ha reso pubbliche le informazioni tecniche per l'interoperabilità con Preventivass soltanto nella tarda serata del 23 dicembre 2022;
- codesto Istituto, con comunicazione alle Imprese dello scorso 24 gennaio 2023, ha evidenziato che la Fase 4 della cosiddetta soluzione "A2A massiva" sarà verosimilmente operativa dal 31 marzo 2023 e che, alla data odierna, né la Fase 2 né la Fase 3 della stessa soluzione "A2A massiva" sono state avviate, con la conseguente impossibilità di effettuare i necessari test per avere certezza dell'efficacia e dell'efficienza dei sistemi informatici delle Imprese nel dialogo con la piattaforma;
- il Tar ha sentenziato il 18 gennaio 2023, rimettendo alla libera determinazione degli Operatori ogni decisione in merito alla forma ed alla sostanza della "dichiarazione" di cui all'art. 132-bis, comma 4, cod.ass.priv., il cui rilascio, obbligo di sottoscrizione e di conservazione sono stati abrogati.

Dato il quadro che precede, ci appare estremamente improbabile, se non impossibile, che, nel

breve lasso di tempo intercorrente sino al 28 febbraio 2023, Intermediari ed Imprese possano, auspicabilmente in via consensuale, individuare ed implementare le modalità per l'estrazione e la comunicazione dei preventivi obbligatori (?), da ritenersi base per le relative informative ai clienti, attività che non possiamo che definire impraticabili per gli Agenti plurimandatari.

Per i motivi di cui sopra, fermo restando che obiettivamente gli Agenti di assicurazione non si trovano nella concreta possibilità di adempiere agli obblighi di cui all'art. 132/bis del CAP e del conseguente Reg. Ivass n. 51 e che tale situazione sarà portata a conoscenza delle Autorità interessate, della stampa e dell'opinione pubblica, chiediamo, comunque, che l'entrata in vigore delle superstiti disposizioni dell'art. 11 del Regolamento 51 sia congruamente postergata, anche al fine di consentire agli Operatori del mercato di ovviare alle criticità di cui sopra e con lo scopo di preservare l'integrità e l'equilibrio del mercato da possibili abusivi ricorsi alle azioni di nullità di cui all'art. 132-bis, comma 4, cod.ass.priv.

Il rinvio potrebbe altresì consentire l'auspicato intervento del Legislatore nel modificare i numerosi aspetti controversi contenuti nella norma primaria. Confidiamo che codesto Istituto voglia positivamente valutare le esigenze qui riassunte e provvedere di conseguenza.

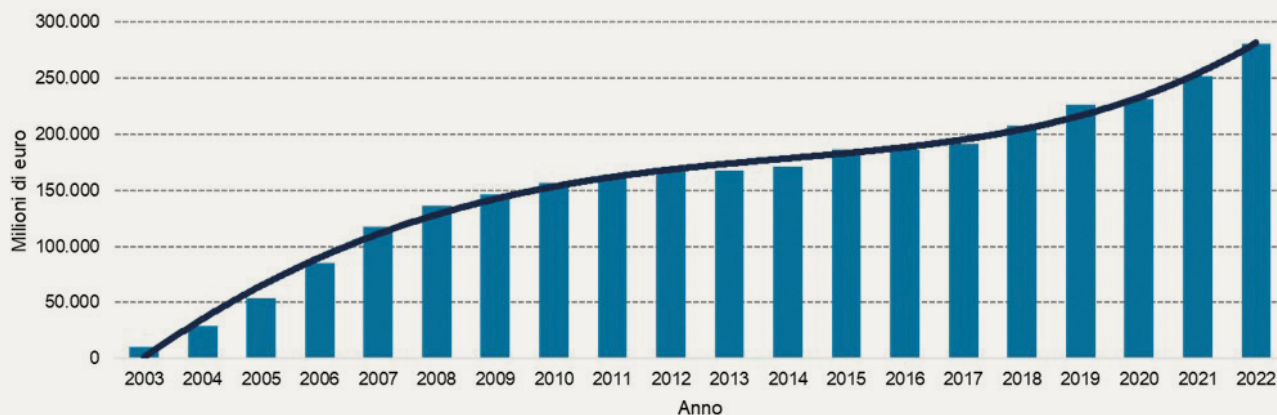
Queste considerazioni sono state formalizzate dalla principale associazione di rappresentanza degli Agenti assicurativi italiani, con oltre diecimila iscritti paganti, su delibera dell'Esecutivo Nazionale Sna e con decisione - assunta all'unanimità - del Comitato dei Gruppi Aziendali Agenti Sna (del quale fanno parte: Agit- Groupama, Aaa-Allianz, Aua-UnipolSai, Gaz-Zurich, Gaaa-Amissima, Gaa-Cattolica, Gaa-Assimoco, Gaav-Aviva, Gapc-Cattolica, Gate-Nobis, Ga-Fata Cattolica, Gruppo Agenti Italiana, Gruppo Agenti Itas, Gamma-Allianz, Gruppo Agenti Reale Mutua, Gas-Sara, Gaia-Itas, Gia-Italiana, Magap-Allianz, Unit-Tua, Uaa-Axa, Unabis-Coface, Gruppo Agenti Sace, Gruppo Agenti Euler Hermes, Gaa Cargeas, Gaa Atradius). ■

Il ruolo centrale della valutazione nella finanziarizzazione del mercato immobiliare

Nella rappresentazione della ricchezza dell'economia italiana gli immobili hanno storicamente un peso importante sia per le famiglie che per le società e le pubbliche amministrazioni; secondo l'Istat oltre la metà della ricchezza lorda delle famiglie italiane è composta da immobili (abitazioni 45,4% e immobili non residenziali 5,6%). Percentuali più contenute, ma comunque significative, riguardano sia la ricchezza delle società non finanziarie, che le pubbliche amministrazioni: il 28% della ricchezza complessiva delle società è rappresentata da immobili (abitazioni 6,7% e immobili non residenziali 21,3%), mentre il 18,3% della ricchezza delle Pa è costituita da immobili non residenziali. Negli anni il peso dell'immobiliare è leggermente diminuito in termini percentuali, a vantaggio di depositi e altre attività finanziarie, diminuzione solo in parte compensata

dall'aumento del valore in termini assoluti. Nonostante ciò, il market value del patrimonio immobiliare gestito mediante fondi immobiliari è cresciuto, segno che gli strumenti di finanza immobiliare sono sempre più apprezzati dagli investitori domestici e non. Tale crescita, cristallizzata dall'andamento del Gross Asset Value del patrimonio immobiliare gestito mediante fondi, è causata dalle agevolazioni fiscali associate a tali strumenti e dalla necessità di diversificare l'asset allocation al fine di minimizzare il rischio tipologico e geografico. Come testimoniato dalle recenti operazioni di M&A, ciò ha agevolato il raggiungimento delle adeguate economie di scala da parte delle SGR immobiliari, permettendo una più efficace gestione professionale degli immobili e la semplificazione nell'accesso al finanziamento a supporto delle operazioni di valorizzazione sempre più complesse.

Andamento trimestrale del Gross Asset Value del patrimonio immobiliare gestito mediante fondi immobiliari (2022 stima). Elaborazioni RINA Prime Value Services su dati Assogestioni aggiornati al III trimestre 2022.



Con il processo di dismissione dei grandi patrimoni aziendali (pubblici e privati) che ha avuto inizio dagli anni '90 si è assistito alla progressiva introduzione di strumenti innovativi di tipo finanziario dai Fondi immobiliari (1994) ai REIT Real Estate Investment Trust e SIIQ Società di Investimento Immobiliari Quotate (2006). In risposta a questa offerta, si è formata nel tempo una nuova domanda di investitori istituzionali e non che riconoscono l'immobile come una vera e propria asset class di investimento con le sue caratteristiche e i relativi profili di rischio/rendimento, al quale destinare una quota di asset allocation del loro portafoglio di investimenti. Si passa così da un **"logica patrimoniale"** ad una **"logica reddituale-finanziaria"**: il valore dell'immobile dipende dalla capacità di generare reddito.



Questa attenzione alla finanza immobiliare, testimoniata anche dalla diversificazione degli strumenti a supporto della gestione e acquisizione di edifici (società immobiliari, Sica, Sicav, Siiq, Fondi, ecc.) ha avuto delle inevitabili ricadute sul mondo delle valutazioni, sempre più uniformato al linguaggio finanziario e dal quale prende in prestito, adotta e adatta i relativi modelli di valutazione. Il metodo finanziario reddituale, utilizzato per la valutazione dell'investimento immobiliare, da un lato risponde all'esigenza di valutare l'immobile sulla base della sua capacità di generare reddito mediante i Cash flow, dall'altro risponde all'esigenza degli investitori di veder rappresentata e quantificata la rischiosità mediante il Tasso di Attualizzazione "Rwacc" dell'o-

Negli anni il peso dell'immobiliare è leggermente diminuito in termini percentuali, a vantaggio di depositi e altre attività finanziarie, diminuzione solo in parte compensata dall'aumento del valore in termini assoluti. Nonostante ciò, il market value del patrimonio immobiliare gestito mediante fondi immobiliari è cresciuto

perazione posta in essere e i relativi rendimenti Yield (Tasso Rcap). Se da un lato gli investitori ragionano in termini di yield, utili, dividendi, ecc. e quindi è opportuno descrivere in tali termini l'operazione immobiliare, non bisogna mai perdere il contatto con l'edificio in cui confluiscono anche caratteristiche tecniche, specificità legate al contesto e apprezzamenti degli aspetti storico-architettonici o addirittura iconici. Per questi motivi, chi opera nel mondo delle valutazioni è chiamato a svolgere un compito articolato in un'epoca di crescente interesse verso gli strumenti di finanza immobiliare a supporto delle trasformazioni, all'interno di uno scenario di incertezza: saper coniugare i temi di natura finanziaria con il ruolo e tutto ciò che rappresenta l'immobile all'interno

del territorio e per i suoi occupanti. Ci riteniamo senz'altro un osservatorio privilegiato in quanto valutiamo circa 1/3 del patrimonio totale detenuto dai fondi immobiliari italiani e per la maggior parte degli asset da essi detenuti, adottiamo il metodo finanziario, proprio per rispondere alla finanziarizzazione del mercato immobiliare. Superando i classici criteri dell'estimo, secondo cui i metodi finanziari erano adatti principalmente a valutare gli investimenti in asset "non residenziali a reddito", ad oggi tali metodi, sono utilizzati anche per investimenti nel residenziale in ragione della strategia di messa a reddito, pertanto in risposta alle nuove forme di impiego dei capitali e sempre con il difficile compito di coniugare il valore con finanza e immobili.■

Cos'è Rina Prime Value Services

RINA Prime Value Services opera nei Real Estate Services con una focalizzazione nell'ambito della valutazione e della certificazione tecnico immobiliare, con un focus all'innovazione tecnologica e alla sostenibilità. RINA Prime Value Services è controllata al 50% da RINA, multinazionale presente in 70 paesi con oltre 160 anni di esperienza in una vasta gamma di settori industriali, e al 50% dai soci fondatori di AxiA.RE, il primo esperto indipendente italiano e uno dei principali operatori indipendenti nel settore delle valutazioni immobiliari. Caratterizzata da un track record di eccellenza, RINA Prime Value Services dispone del più grande ed innovativo sistema di business & data intelligence per il Real Estate. Una piattaforma di management e di valutazione di ultima generazione, di proprietà esclusiva, completamente automatizzata e continuamente implementata da intelligenza artificiale. Sensibile al tema degli investimenti sostenibili e della green economy, l'expertise di RINA Prime Value Services spazia dall'implementazione dei protocolli ESG al Green Building. RINA Prime Value Services controlla RINA Prime Property, Idea Real Estate e NPLs RE Solutions. RINA Prime Value Services, inoltre, possiede Prime Green Solutions.

CHI È DANIELA DI PERNA

Daniela di Perna è attiva da quasi 18 anni nel settore delle valutazioni immobiliari. Da marzo 2021 Director della Business Unit Valuation in Rina Prime Value Services S.p.A. che attraverso il brand AxiA.RE, eroga servizi di valutazione di Fondi Immobiliari in qualità di Esperto Indipendente, nonché operatore indipendente nel settore delle valutazioni per Investitori Istituzionali ed NPL. Riporta direttamente all'Amministratore Delegato della società e gestisce un team di circa 25 professionisti e numerosi consulenti attivi sul territorio italiano. Effettua e coordina attività di consulenza e di Esperto Indipendente per i principali Fondi Immobiliari Italiani e per i più importanti Investitori Istituzionali e Developer. Svolge attraverso la B.U. attività di consulenza relativa a Valutazione e Valorizzazione di portafogli immobiliari di proprietà pubblica e privata in conformità alle linee guida di settore (RICS, IVS, Banca d'Italia, CONSOB, Assogestioni etc), Studi di fattibilità, Analisi di Mercato, Assistenza Urbanistica. Già Head of Rome Office di AxiA.RE S.p.A. da giugno 2017. Presente nel mondo del Real Estate dal 2004 dove, per REAG del Gruppo American Appraisal (oggi Kroll, già Duff & Phelps), ha ricoperto il ruolo di Project Manager e negli ultimi anni di Associate Director nel settore Valuation&Investment presso l'ufficio di Roma, occupandosi di valutazioni ed analisi degli investimenti immobiliari per i principali Fondi Immobiliari Italiani e per i più importanti Investitori Istituzionali. Infine, ha perso parte, in qualità di relatore, al corso di specializzazione post laurea in Real Estate dell'Università La Sapienza di Roma.



RINA Prime Property eroga servizi nell'ambito dello smart property e project management, con soluzioni tecnologiche avanzate e tramite l'utilizzo della intelligenza artificiale.

RINA Prime Property supporta gestori di significativi portafogli immobiliari con servizi di property innovativo e sostenibile, basato sull'utilizzo avanzato del proptech e sulla integrazione delle politiche e delle best practice ESG.

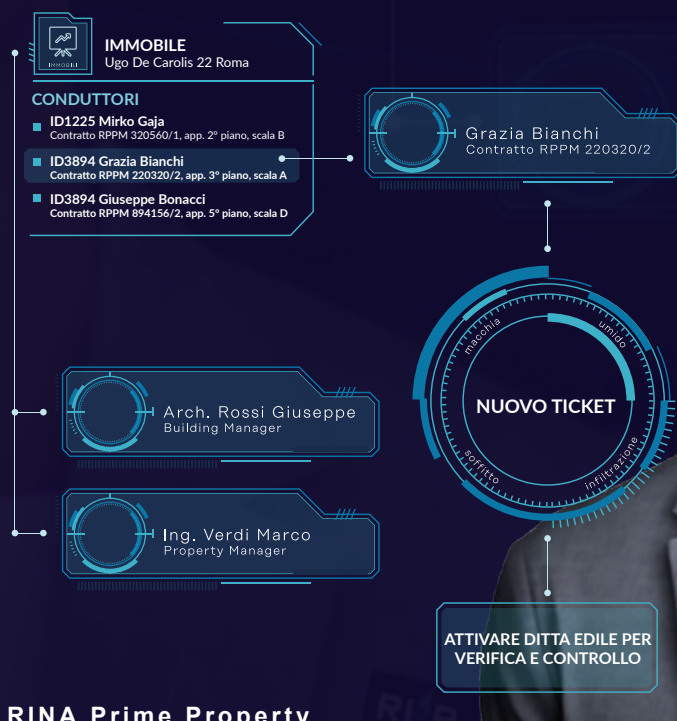
THE SMART WAY TO MANAGE REAL ESTATE

- PROPERTY MANAGEMENT
- PROJECT MANAGEMENT
- BUILDING MANAGEMENT
- COMMERCIAL SERVICES
- DOCUMENT MANAGEMENT
- RESIDENTIAL PROPERTIES

Intelligenza Artificiale & Reti Neurali

Un nuovo modo per erogare servizi di Smart Property e Project Management.

Scopri di più



L'Embedded Insurance spinge la digitalizzazione del mercato assicurativo

L'integrazione di servizi assicurativi a prodotti non assicurativi contribuirà a una crescita della filiera per un valore di 10 trilioni, entro il 2030, a livello mondo



L'ingresso di player non assicurativi sul mercato contribuirà alla crescita dell'ecosistema assicurativo, che passerà da un valore a livello mondo di 5 trilioni di euro (2020) a 10 trilioni di euro entro il 2030. È quanto emerge dalla ricerca Open & Embedded Insurance, realizzata da Yolo in collaborazione con l'Italian Insurtech Association (IIA). Il principale fattore di sviluppo sarà costituito dall'Embedded Insurance – la possibilità di acquistare una polizza assicurativa integrata all'acquisto di un altro prodotto – che nel 2030 raggiungerà il valore di 1 trilione di euro, di cui 60 miliardi solo in Italia.

L'integrazione di servizi assicurativi a processi di vendita di prodotti e servizi non assicurativi permetterà ai player italiani di cogliere molteplici opportunità, adottare nuovi strumenti tecnologici e raggiungere target diversificati. L'offerta di polizze assicurative correlata all'acquisto di un bene è una prassi or-

mai largamente diffusa, sempre più aziende, di settori differenti, stipulano partnership con realtà assicurative per garantire ai consumatori l'acquisto di una copertura a tutela.

In quest'ottica, secondo la ricerca di Yolo e IIA, l'Embedded Insurance sarà uno dei principali driver della crescita del mercato assicurativo, che raggiungerà entro il 2030 un valore complessivo di 10 trilioni di euro. Al contempo nei prossimi tempi assisteremo all'ingresso di sempre più attori non assicurativi all'interno del mercato italiano: erano 60 nel 2018, saranno oltre 350 entro il 2025, secondo le stime di IIA.

“L'integrazione dell'offerta assicurativa secondo il modello dell'Embedded Insurance sarà un fattore trainante per la crescita del mercato assicurativo, sia mondiale che italiano, che secondo i nostri dati raggiungerà un valore di 250 miliardi di euro entro il 2030. L'Embedded Insurance porterà infatti molteplici opportunità, in

Le partnership con le Big Tech stimoleranno una maggiore penetrazione di polizze digitali, raggiungendo il 70% di nuovi segmenti

primis aumentando il target dei consumatori che acquisteranno polizze assicurative da enti terzi, e al tempo stesso quello di migliorare la customer experience di tali prodotti, con un'offerta innovativa e servizi go-to-market. Per evitare che nel mercato assicurativo si ripeta quel che si è già visti in altri mercati, come il travel con l'avvento di Booking o quello discografico con Spotify, le compagnie devono investire in strumenti innovativi e nuove competenze digitali, che i competitor potrebbero sfruttare per monopolizzare il mercato, come nei contesti appena citati", commenta **Simone Ranucci Brandimarte** (nella foto), presidente e founder di Italian Insurtech Association.

La vendita di prodotti assicurativi mediante nuovi canali permetterà di allargare la fascia utenti e raggiungere una nuova fetta di mercato. Secondo i dati della ricerca Open & Embedded Insurance, fra il 50% e il 70% dei clienti che acquisteranno nuovi prodotti arriveranno da nuovi segmenti, ovvero coloro che non hanno ancora acquistato servizi assicurativi. Ad oggi, infatti, solo l'8% della popolazione italiana ha sottoscritto una polizza che non sia l'RC auto. Travel, Utilities, Telco e Mobility sono tra i settori più

attivi nell'Embedded Insurance, mentre a livello internazionale le compagnie Big Tech si stanno già muovendo in questa direzione: Tesla offre ai propri clienti la soluzione InsureMyTesla per assicurare il veicolo acquistato con Zurich Insurance; nel Regno Unito Amazon ha inaugurato Amazon Insurance Store, per aiutare gli utenti a confrontare le polizze Casa di compagnie con cui collabora; Apple ha già lanciato sul mercato AppleCare, ed ha inoltre annunciato la vendita di polizze salute a partire dal 2024.

"L'ingresso delle Big Tech sul mercato assicurativo può contribuire all'innovazione dello scenario in Italia, aiutando a ridurre la distanza, oggi presente, tra i player assicurativi e i consumatori sempre più digitali; basti pensare che il 77% degli italiani vorrebbe sottoscrivere una polizza digitale. L'arrivo di attori stranieri e non assicurativi sul mercato non può essere più ignorato, erano 60 nel 2018, nel 2022 sono arrivati a 168 e prevediamo che saranno oltre 350 nel 2025. È necessario accelerare le partnership tra le grandi compagnie e l'ecosistema insurtech per stimolare una maggiore digitalizzazione di prodotti e servizi, incrementando la penetrazione di polizze digitali che passerà dall'1,5% del 2018 al 9-10% entro il 2030" prosegue Simone Ranucci Brandimarte.

Tra i settori più coinvolti dall'Embedded Insurance in Italia troviamo quello bancario. Secondo la ricerca ad oggi sono circa 15 le banche in Italia che

distribuiscono prodotti assicurativi digitali, saranno 40 entro il 2025. Le assicurazioni digitali saranno un obiettivo prioritario del piano industriale delle banche digitali, e sebbene l'80% del target bancario sia digitale, ad oggi l'offerta assicurativa online è ancora limitata.

Secondo dati di IIA, nel 2020 Amazon ha venduto oltre 100 milioni di polizze in Europa, a fronte di 3 milioni di polizze online vendute in Italia nello stesso periodo. Tali numeri evidenziano la portata del fenomeno dell'Embedded Insurance e le importanti ricadute che questo avrà nei prossimi anni nel mercato.

"L'ancora scarsa penetrazione di prodotti assicurativi non è dovuta a una qualche reticenza da parte dei consumatori italiani nei confronti della digitalizzazione. Al contrario la vendita online in altri settori merceologici, come delivery o servizi di streaming, è a livelli record. Il problema deriva in parte da un'offerta obsoleta e poco trasparente che non riesce a indirizzare i consumatori verso questi prodotti - conclude Simone Brandimarte -. Per tale motivo è necessario per gli operatori evolvere l'offerta e andare incontro alle esigenze dei consumatori con soluzioni sempre più personalizzate e pay-per-use, pagabili sulla base del reale utilizzo". ■

Nel 2030 la penetrazione di polizze digitali varrà il 10% dell'offerta

La manleva della ASL per la responsabilità del medico convenzionato

La giurisprudenza deve ancora arrivare a maturare quei principi utili a risolvere le questioni legate al tema



Avv. Paolo Vinci

Avvocato in Milano e professore in UniMeier

In tema di responsabilità civile sanitaria del medico di base convenzionato, diviene sempre più frequente risolvere il problema dell'eventuale coinvolgimento, a titolo di manleva, della ASL di riferimento. Nello specifico, ci si chiede se, in caso affermativo, il medico di base venga integralmente manlevato dall'ASL, che può rivalersi solamente in caso di colpa grave, oppure dovrebbe ritenersi applicabile una ripartizione pari quota in considerazione del rapporto diretto tra medico di base e paziente. Le risposte che attualmente è possibile dare non sono dirimenti perché la giurisprudenza deve ancora arrivare a maturare quei principi utili a

risolvere le questioni legate al tema. In ogni caso, il quadro attuale inizia a fornire già utili spunti di riflessione.

Dal punto di vista normativo, sembrerebbe che la Legge Gelli-Bianco abbia inteso disciplinare la posizione del medico di base allo stesso modo di quella del medico dipendente di Struttura Pubblica. In tal senso, dall'art. 7 della legge, laddove prevede l'applicazione della norma anche "... alle prestazioni sanitarie svolte ... in regime di convenzione con il Servizio sanitario nazionale...", sembra ricavarsi la volontà del Legislatore di equiparare il medico convenzionato al medico strutturato, sancendo la responsabilità della Struttura anche per il fatto del primo.

Sin qui il dettato normativo parrebbe chiaro ed in linea con la sentenza n. 6243/2015 della Corte di Cassazione che, ponendosi in controtendenza rispetto all'orientamento all'epoca maggioritario, era giunta ad affermare la responsabilità ex art. 1228 c.c. dell'ASL per l'errore commesso dal medico di base, con conseguente responsabilità solidale dei due soggetti.

Non sarà tuttavia sfuggito al lettore l'uso del condizionale: soprattutto in ordine al regime della responsabilità verso il paziente, infatti, si ritiene difficile equiparare totalmente le due figure, visto che, nel caso del medico di base, è apprezzabile un rapporto di fiducia che rende problematico predicare una responsabilità del medico solo su base aquiliana.

Ad ogni modo, così si esprime il dettato nor-

mativo e sulla base di questo dato occorre oggi ragionare. Nella consapevolezza, tuttavia, che è comunque la stessa legge a far salva l'ipotesi di un rapporto contrattuale fra medico e paziente ai fini dell'inquadramento nell'art. 1218 c.c. piuttosto che nell'art. 2043 c.c.

Rimane, come punto fermo, la responsabilità solidale della ASL e del medico di base.

Resta da risolvere il problema del coinvolgimento della Struttura. Al momento e nella maggior parte dei casi, il paziente che lamenta un danno coinvolge già la Struttura, eventualmente insieme al medico di base, chiamandoli a rispondere in solido.

In caso di azioni promosse contro il solo medico di base, quest'ultimo potrà senz'altro tentare di coinvolgere la Struttura, ma (così come fino ad oggi capitato nell'ipotesi inversa) l'accoglimento di tale richiesta non è scontato. Non esiste, infatti, un litisconsorzio necessario e neppure un obbligo di manleva della Struttura nei confronti del medico. Del resto, sia pure avendo riguardo all'ipotesi inversa, è la stessa Legge Gelli-Bianco a stabilire che l'azione di rivalsa della ASL verso il medico possa essere esercitata nello stesso giudizio promosso dal paziente, a condizione che il medico ne sia già parte; dovendosi prima attendere, diversamente, il pagamento della Struttura in forza della sentenza.

Quindi, in base all'orientamento e normativa attuali, il coinvolgimento della Struttura sanitaria su istanza del medico nello stesso giudizio (in cui è convenuto solo quest'ultimo) è tutt'altro che scontato.

Supponendo, invece, che medico di base e ASL siano stati entrambi evocati in giudizio (o che il Giudice abbia autorizzato la chiamata del medico su richiesta della Struttura o viceversa), non vi sono disposizioni di legge che possano giustificare, salvo scenari eccezionali, una manleva della Struttura in favore del medico, tanto meno per l'intero nell'ipotesi di errore compiuto dal secondo nel proprio ambulatorio.

Al limite, si potrà discutere sulla possibilità, per il medico convenzionato, di avvalersi della copertura della polizza della Struttura sanitaria ex art. 10 della Legge Gelli.

Altra cosa è il riparto interno fra condebitori, nell'ipotesi che la ASL abbia esercitato l'azio-

ne di rivalsa nello stesso giudizio. In tal senso, sovviene l'art. 9 della legge Gelli-Bianco il quale, tuttavia, nello stabilire che l'azione di rivalsa della Struttura verso il medico possa essere esperita solo per dolo o colpa grave, riguardo al riparto interno di responsabilità non esprime alcun limite.

Si ritiene, pertanto, che i criteri di riferimento in tal senso dovrebbero essere quelli di cui all'art. 2055, comma secondo, c.c.: "colui che ha risarcito il danno ha regresso contro ciascuno degli altri, nella misura determinata dalla gravità della rispettiva colpa e dalla entità delle conseguenze che ne sono derivate". Il tutto con la consapevolezza che, in materia, sin qui si sono delineati due distinti orientamenti. Parte della giurisprudenza, infatti, sostiene che spetterebbe alla Struttura provare che il danno sia stato causato esclusivamente dal medico, e che, raggiunta tale prova, la rivalsa-regresso possa aver luogo anche per l'intero. Altra parte, invece, sostiene che, anche nei casi di responsabilità esclusiva del medico, la struttura debba rispondere anch'essa sempre e comunque e che il regresso per l'intera somma nei confronti del medico possa avvenire solo quando il medico ponga in essere una condotta del tutto esorbitante. Si tratta, comunque, di pronunce che, se da un lato, rispecchiano la finalità della Legge Bianco Gelli di tutelare gli operatori sanitari (eliminando il rischio di una azione di rivalsa senza limiti da parte delle Strutture nei confronti dei medici), dall'altro lato, vanno comunque ad esprimere un principio che non trova espresso riscontro nell'art. 9 della Legge Bianco Gelli, che, come evidenziato, non pone alcun tipo di limitazione rispetto al riparto interno delle quote di responsabilità.■

In caso di azioni promosse contro il solo medico di base, quest'ultimo potrà senz'altro tentare di coinvolgere la Struttura, ma l'accoglimento di tale richiesta non è scontato

Cyberwar, urgente una seria politica di security patch management per garantire la sicurezza dei dati aziendali

Le imprese sono sempre più vulnerabili a minacce informatiche come malware, attacchi ransomware e furto di dati sensibili

Il mondo digitale ha reso le aziende vulnerabili a minacce informatiche come malware, attacchi ransomware e furto di dati sensibili. In questi giorni l'Agenzia per la Cybersicurezza Nazionale ha allertato diversi soggetti i cui sistemi risultano esposti e dunque vulnerabili agli attacchi, in particolare ha segnalato che alcuni criminali informatici hanno avviato delle attività di scansione alla ricerca di server virtuali VMware ESXi, vulnerabili ad un bug di sicurezza noto come CVE-2021-21974.

Possiamo comprendere quanto proteggere il perimetro aziendale digitale diventi sempre più importante per garantire la sicurezza dei dati aziendali e prevenire attacchi informatici.

Anche il Rapporto Clusit nella sua edizione di ottobre 2022 ci racconta che, tra le tecniche di attacco utilizzate dai cyber criminali, lo sfruttamento di vulnerabilità rappresenta circa l'11% del totale. Uno dei modi più efficaci per proteggere il perimetro aziendale digitale è

so una politica di security patch management. Questa politica prevede la regolare applicazione di patch di sicurezza su tutti i sistemi, le applicazioni e i dispositivi della rete aziendale. Queste patch correggono vulnerabilità di sicurezza note che potrebbero essere sfruttate da cyber criminali per accedere alle informazioni sensibili dell'azienda.

Inoltre, una politica di security patch management aiuta a mantenere i sistemi e le applicazioni aggiornati e al sicuro da minacce informatiche emergenti. Ciò significa che i cyber criminali non avranno accesso alle vulnerabilità che possono essere sfruttate per entrare nella rete aziendale.

Un'altra motivazione importante per proteggere il perimetro aziendale digitale è preservare la reputazione dell'impresa. Un attacco informatico può avere conseguenze negative sulla reputazione dell'azienda e danneggiare la sua immagine di fronte ai clienti, ai partner commerciali e alla comunità. Una politica di security patch management aiuta a prevenire questi attacchi, preservando così la reputazione.

Infine, una politica di security patch management aiuta a minimizzare la superficie di attacco esposta ai cyber criminali. Con una maggiore sicurezza dei sistemi e delle applicazioni, i cyber criminali avranno meno opportunità di entrare nella rete aziendale e rubare i dati sensibili. Ciò riduce il rischio di perdita finanziaria e garantisce che i dati aziendali siano al sicuro. In sintesi, proteggere il perimetro aziendale digitale con una politica di security patch management è importante per garantire la sicurezza dei dati aziendali, preservare la reputazione aziendale e offrire minor superficie di attacco ai cyber criminali. ■

Giovanni Finetto (socio Anra)



0171 39 22 08/09
+39 329 1933557



MARKETING@POLOGRAFICO.IT
PUBBLICITA@POLOGRAFICO.IT



DA OGGI, ANCORA PIÙ DIGITALI

WWW.EDICOLADIGITALE.INFO



Nuovo codice dei contratti: quali aggiornamenti?

La scelta di semplificare sembra abbia prevalso non poco nella redazione dell'aggiornamento del testo



Salvatore Magliocca

Specialista ramo cauzioni

Le riduzioni delle garanzie, previste dalla bozza del nuovo codice dei contratti sono numerose e molto favorevoli ad un alleggerimento generale del gravame che queste possono comportare per le aziende obbligate. La scelta di semplificare la vita, ma anche di rendere meno

incisivi - in termini economici - i costi che tali obblighi comportano per le aziende, sembra abbia prevalso non poco nella redazione dell'aggiornamento del codice a discapito della tutela delle finanze pubbliche. Gioverà ricordare che il principio posto in essere dalla

Legge "Merloni" del 1994 e dal successivo codice "De Lisi" del 2006 era quello di creare delle tutele per la finanza pubblica prendendo come riferimento la vigente normativa, Regio Decreto n. 827 del 1924 con particolare evidenza dell'art. 54 che recita "Secondo la qualità e l'importan-



za dei contratti coloro che contraggono obbligazioni verso lo Stato debbono prestare reale e valida cauzione in numerario, od in titoli di Stato o garantiti dello Stato, al valore di borsa. Può accettarsi una cauzione costituita da fideiussione" (www.rgs.mef.gov.it/_Documenti/VERSIONE-I/Selezione_normativa/R-D-/RD23.05.24.pdf). Detta premessa si rende necessaria per chiarire che la necessità di sostenere offerte e contratti con la P.A. attraverso l'utilizzo di garanzie fideiussorie non è un florilegio e tampoco un vezzo di qualche legislatore o dell'estensore dei provvedimenti, bensì un contrappeso fondamentale per la sostenibilità della finanza pubblica laddove esposta nei rapporti con i privati. Per questo motivo, oltre che per inclinazioni professionali,

è da ritenersi poco cauto l'indirizzo con il quale si sta provvedendo ad un taglio drastico delle garanzie previste nella vigente versione del codice, che è già stata oggetto di numerose modifiche operate dalla legislazione d'urgenza in "epoca covid" e confermata nella fase immediatamente successiva alla pandemia. Il comma 8 dell'art. 106 dell'ultima versione della proposta di modifica del codice dei contratti prevede una riduzione tout court del 50% a favore delle micro, piccole e medie imprese. Questo capoverso di fatto dimezza tutte le garanzie prima ancora di valutare le ulteriori riduzioni in presenza delle varie certificazioni di qualità. In passato abbiamo avuto modo di verificare che questo processo di

Oltre che per inclinazioni professionali, è da ritenersi poco cauto l'indirizzo con il quale si sta provvedendo ad un taglio drastico delle garanzie previste nella vigente versione del codice

rinuncia alle garanzie ha generato un accesso massivo alle procedure, scaricando sulle P.A. un gravame cui questi soggetti non erano pronti. Il mercato delle garanzie fideiussorie costituiva, di fatto, un filtro per l'accesso alle procedure: per le imprese interessate agli appalti pubblici, superare l'esame degli analisti deputati al rilascio delle garanzie, rappresentava un esame importante da superare. Certamente questo non può costituire un fattore selettivo assoluto, si tramuterebbe in una cessione delle prerogative che devono rimanere di esclusiva titolarità della pubblica

amministrazione. Ma l'accesso alle fideiussioni, così come l'accesso al credito, rimane un requisito importante di valutazione degli operatori economici. Significativo e anche innovativo è il richiamo alle nuove tecnologie e alla Blockchain come strumento per garantire la genuinità delle fideiussioni mettendole al riparo dalle frodi. Infatti nel medesimo comma 8 vi è un passaggio che consente la riduzione di un ulteriore 10% per le garanzie rilasciate digitalmente. Il capoverso è il seguente: "L'importo della garanzia e del suo eventuale rinnovo è ridotto



Tra le riduzioni previste dalle modifiche introdotte per la manutenzione del codice, quella del 10% riconducibile all'innovazione è quella che meglio corrisponde alle esigenze del mercato

del 10 per cento, cumulabile con la riduzione di cui al precedente periodo, quando l'operatore economico presenti una fideiussione, emessa e firmata digitalmente, che sia gestita mediante ricorso a piattaforme operanti con tecnologie basate su registri distribuiti ai sensi del comma 3".

Il richiamo è al precedente comma che impone il rilascio con la firma digitale e la possibilità di verifica telematica attraverso le piattaforme operanti con tecnologie basate su registri conformi alla legge n. 12 del 2019 che ha conver-

tito in legge tutte le caratteristiche stabilite dall'AgID - Agenzia per l'Italia Digitale.

In realtà una piattaforma per la digitalizzazione delle fideiussioni è stata messa a punto da Cetif Advisory, lo spin off universitario di trasferimento tecnologico per tradurre in azione i risultati della ricerca accademica.

Il Cetif, lo scorso dicembre, ha organizzato un evento dal titolo "Piattaforma Fideiussioni Digitali: Presentazione generale e roadmap sessioni demo" al quale hanno partecipato Banca d'Italia e Ivass oltre a Banche, Compa-

gnie assicurative, Aziende e Stazioni Appaltanti. Nei quattro mesi di sperimentazione sono stati 50 gli operatori coinvolti nella Sandbox "Fideiussioni Digitali" avviata con l'obiettivo di costruire una piattaforma basata su tecnologia Blockchain/DLT per l'emissione e la gestione del rapporto fideiussorio attraverso un processo nativamente digitale e sicuro. Possiamo dire che tra le riduzioni previste dalle modifiche introdotte per la manutenzione del codice, questa del 10% riconducibile alla innovazione è probabilmente quella che meglio corrisponde alle esigenze del mercato. Le truffe riconducibili ai falsi che affliggono il settore delle garanzie che

– è opportuno ricordarlo – vale quasi un miliardo di premi, è un male atavico che va combattuto con controlli e soprattutto con innovazioni. Pertanto, ben vengano le agevolazioni che mirano all'incentivazione dell'innovazione. Meno condivisibili, soprattutto per quanto attiene la tutela della finanza pubblica, la riduzione delle garanzie senza alcuna valutazione o contropartita tecnica che possa bilanciare tale concessione. Una vera e propria elargizione che - se non dovesse porsi rimedio a tale scelta – il Legislatore si accinge a fare agli operatori senza alcun vantaggio concreto per la Pubblica Amministrazione.■



NPE

~~NON~~
PERFORMING
EXPOSURES

Al fianco di Istituti di credito,
Servicer, Investitori e Banche d'affari
nel recupero crediti immobiliari

ABBREVIAMO
i tempi di recupero

-67%

RIDUCIAMO
i costi della procedura

-49%

AUMENTIAMO
gli incassi

+56%

I DATI AL CENTRO

Un **team di professionisti** elabora **milioni di dati** per darti supporto nelle decisioni di rischio, di investimento e di gestione del recupero.

- Analisi portafoglio
- Data Gathering
- Data Enrichment
- Monitoring
- Broker Opinion
- Vivacizzazione asta
- Servizi alla REOCO
- Marketplace di cessione credito
- Data Room

- Valorizzazione Asset Bancari
- Servizi alla REOCO
- Servizi per portafogli UTP
- Global Service
- Special Servicing
- Esperto Indipendente Credito
- Trattative stragiudiziali DPO
- MAV
- Valutazioni

- Risk Management
- Valutazioni per partecipazioni aste
- Scouting e assistenza investitori
- Market study
- Studi di fattibilità e Highest and best use Analysis
- Advisory
- Second Opinion
- Remarketing

Nel 2022 sono stati 168 i siti internet di intermediazione assicurativa irregolari

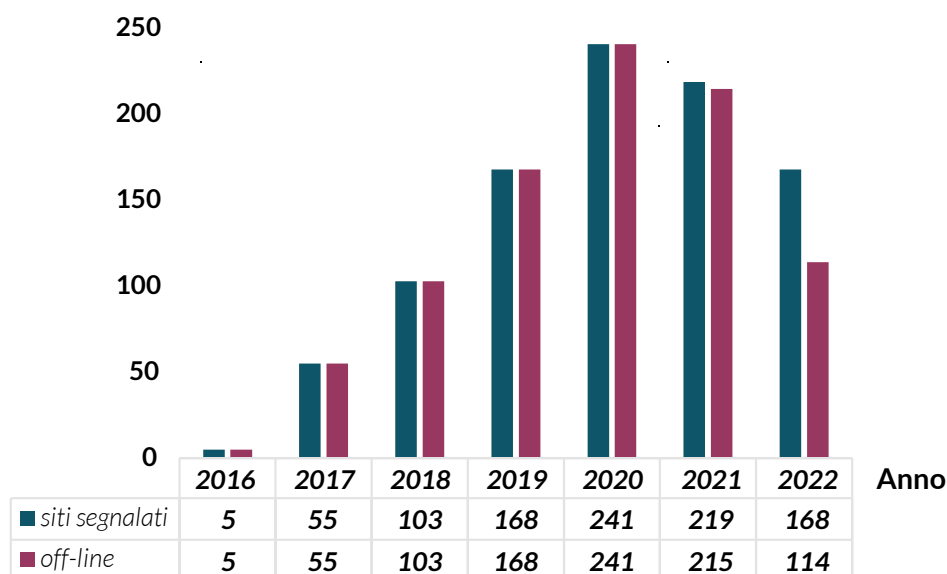
Il fenomeno risulta in flessione rispetto agli ultimi due anni, ma è sempre di dimensioni importanti

Dall'inizio del 2022, l'Ivass ha segnalato 168 siti falsi, di cui 60 nei soli mesi di ottobre, novembre e dicembre. Oltre il 68% dei siti individuati è già stato neutralizzato.

Il fenomeno, noto anche come Ghost Broking è in flessione rispetto agli ultimi due anni ma resta sempre di dimensioni importanti, come dimostra il grafico che segue. Stiamo parlando di truffe on line, realizzate mediante la promozione

1 gennaio - 31 dicembre 2022

Comunicati stampa	Siti irregolari	Di cui siti inattivi
n. 16	n. 168	n. 114



Dall'inizio del 2022, l'Ivass ha segnalato 168 siti falsi, di cui 60 nei soli mesi di ottobre, novembre e dicembre

I truffatori fanno leva sull'apparente super convenienza dei prezzi delle false polizze proposte e adottano politiche promozionali aggressive

di coperture assicurative, essenzialmente polizze Rc auto, tramite siti internet di falsi intermediari o compagnie di assicurazione.

I truffatori fanno leva sull'apparente super convenienza dei prezzi delle false polizze proposte e adottano politiche promozionali aggressive anche attraverso inserzioni pubblicitarie e social. Inoltre, i siti in cui vengono offerte queste polizze hanno un'impostazione grafica molto attraente e spesso utilizzano abusivamente caratteri grafici, loghi e marchi di primarie Compagnie di assicurazione o di intermediari molto conosciuti sul mercato. Per Ivass, una importante fonte di informazioni per individuare i siti fake sono le segnalazioni degli stessi consumatori che in molti casi, purtroppo si rendono conto di aver stipulato una polizza falsa quando ormai è troppo tardi, ad esempio nel momento in cui subiscono un controllo da parte delle Forze dell'Ordine o in caso di sinistro. L'Ivass a tutela dei consumatori e nella sua azione di contrasto all'abusivismo ha pubblicato sul sito istituzionale raccomandazioni, consigli e FAQ per difendersi dalle truffe assicurative. Il primo consiglio è proprio quello di diffidare di offerte troppo vantaggiose e fuori mercato; inoltre è sempre meglio verificare che il soggetto a cui viene intestato il pagamento sia una compagnia o un intermediario assicurativo regolarmente iscritto nel RUI. Importante: non effettuare mai pagamenti su carte prepagate. In caso di dubbi, Ivass suggerisce di contattare il proprio Contact Center Consumatori (800-486661 dal lunedì al venerdì dalle 8.30 alle 14.30). ■



Inquadra il Qr code per le raccomandazioni, consigli e FAQ dell'Ivass per proteggerti dai siti irregolari

Nuova procedura di raccolta dati ai sensi dei Regolamenti Ivass 44/2019 e 50/2022

L'Ivass, a partire da quest'anno, adotterà una nuova procedura per la raccolta delle informazioni dovute dalle imprese, sia italiane che estere, entro il 30 giugno 2023 ai sensi dei Regolamenti Ivass n. 44 del 12 febbraio 2019 e n. 50 del 3 maggio 2022 ai fini della rilevazione anti-riciclaggio e delle informazioni relative ai premi danni raccolti tramite intermediari assicurativi e attività direzionale. La nuova procedura, di cui si è data comunicazione tramite Lettera al Mercato del 29 novembre 2022, è basata sulla piattaforma Infostat e sostituirà il sistema attualmente in uso. Per operare nella nuova modalità, le compagnie, sia italiane che estere, che non siano già registrate dovranno farlo accreditandosi sulla piattaforma Infostat (inquadra il Qr Code). Per le compagnie che non sono già accreditate per altre survey, il processo di accreditamento deve completarsi entro marzo 2023. La segnalazione è richiesta per le compagnie che hanno raccolto premi danni o vita in Italia nell'anno 2022.



Inquadra il Qr code per accreditarti a Infostat





Marco Contini

Insurance Business Advisor

Dal Growth (crescita) al Value (valore), il (nuovo) paradigma dei mercati finanziari è la fidelizzazione dei clienti

Stiamo assistendo ad una perfetta integrazione tra la concezione della Old Economy e del mai finito e perso legame con chi si affida a noi

Si sa che la finanza e le borse tendono ad anticipare gli eventi di quello che accadrà solo dopo molto tempo (e ormai in ritardo per provvedere se non fatto prima) sulla economia reale.

Quindi saper capire la tendenza o come dico sempre avere la visione sul mercato permette di anticipare gli eventi, e questo non è certo poco! Anzi è tutto. Il Nasdaq, termometro dell'andamento dei settori Growth

Si sa che la finanza e le borse tendono ad anticipare gli eventi di quello che accadrà solo dopo molto tempo sull'economia reale

aveva cominciato da inizio gennaio 2022, ben prima della guerra in Ucraina o della crisi energetica a lanciare segnali di attenzione

La caduta del Nasdaq. Nel grafico l'andamento del listino da inizio anno



e di pericolo. Questo vuol dire che una parte di coloro che avevano una visione corretta a lungo termine stava riposizionandosi sugli investimenti andando ad operare una rotazione verso azioni cicliche (energetici, bancari ed industriali) che invece possono limitare i danni di un nuovo quadro macroeconomico dettato da alti tassi di interesse e alta inflazione.

Segnali di aumento della inflazione vi erano già però a gennaio 2022, la accelerazione dettata dalla Guerra ha fatto il resto costringendo le Banche Centrali ad operare una stretta che aumenterà ancora molto nei prossimi mesi. Da tassi negativi arriveremo a tassi oltre il 5% (o forse più) che rimarranno tali per molto tempo ancora.

Tutto questo ha così ad oggi generato la caduta in Borsa dei cosiddetti Gafam (Google, Amazon, Microsoft, Apple, Facebook).

I colossi del settore tecnologico Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft (Gafam) scontano uno scenario incerto tra rialzi dei tassi di interesse, inflazione e problemi al sistema delle forniture.

Tre sono i motivi principali che possono spiegare la caduta in Borsa delle regine del Nasdaq.

Il primo è che i mercati avevano aspettative molto elevate sulle trimestrali dei titoli tech ma - per la prima volta dallo scoppio della pandemia - sono stati delusi da risultati che hanno mostrato molte ombre. Ciò ha causato grosse vendite sull'intero paniere dei titoli tecnologici. L'indice US Tech che comprende i big della tecnologia ha mostrato da inizio aprile un calo del 23% e da inizio anno del 32%.

Il secondo motivo riguarda i fattori esogeni che stanno influenzando pesantemente il corso dei titoli azionari, tra cui si identificano le tensioni geopolitiche in Ucraina e i ritardi nelle forniture causati da nuovi lockdown in Cina. Infatti, la guerra ha - di nuovo - creato un periodo di estrema incertezza aggiungendo ulteriore volatilità ad un quadro economico già di per sé instabile. Se Google e Facebook sono riuscite a miti-

I colossi del settore tecnologico quali Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft (Gafam) scontano uno scenario incerto tra rialzi dei tassi di interesse, inflazione e problemi al sistema delle forniture

gare gli effetti delle sanzioni economiche nei confronti di Mosca rispettivamente grazie alla spinta del cloud e ai dati incoraggianti sui social, al contrario Apple e Amazon hanno subito ripercussioni più pesanti dovute alla carenza di forniture e al rallentamento della domanda post-pandemia.

E non ultimo, lo scenario macroeconomico inflazionistico, dapprima creduto temporaneo ma ora in costante e continua crescita, che pone molte preoccupazioni ai governatori delle banche centrali che non sanno come intervenire per frenare la salita dei prezzi al consumo senza tuttavia danneggiare le ormai fragili economie.

Infatti, l'inflazione USA ha toccato a ottobre l'8,2% anno su anno, il dato maggiore dal 1981, e gli effetti di una sua parziale mitigazione saranno visibili forse solo tra qualche mese (anche se segnali di rallentamento non se ne vedono ancora). Inoltre, il rialzo dei tassi di interesse e lo spettro della stagflazione (alta inflazione e stagnazione economica) si stanno sommando ad altri fattori di instabilità macroeconomica che stanno danneggiando le aspettative verso i titoli tech, particolarmente sensibili alle pressioni inflazionistiche.

Su tutti però emerge, per chi sa leggere i dati di mercati, una differenza di perdita di capitalizzazione (e quindi di valore) che si sa sui mercati finanziari, al paventato panic selling, non risparmia mai nessuno, indistintamente.

La Apple è il titolo Growth meno penalizzato dagli investitori, pur avendo dichiarato dati in calo. Infatti sulla stessa scala di analisi mentre la Microsoft ad oggi è calata del 30%, Amazon del 40%, Meta (Facebook) del

60%, Alphabet (Google) del 40%, la società dell'iPhone è salita del 4%. Un miracolo? Qualcuno si è posto la domanda del perché? Il motivo principale, che dimostra dove le altre società, non solo Tech devono ormai (e non da adesso) puntare si chiama Fidelizzazione del cliente, o Retention.

La Apple ha dimostrato una incredibile resilienza al mantenimento dello zoccolo duro dei suoi clienti che non la abbandonano per passare ad altre società, le sono fedeli per la qualità del prodotto che continuano ad acquistare (anche di fronte ad un marcato calo globale dei consumi) nelle sue evoluzioni e soprattutto le permettono pur di non crescere in volumi (causa la congiuntura sopra analizzata) di mantenere quella massa critica di Value che ad oggi soddisfa gli investitori.

Quindi come già scritto tempo fa non siamo di fronte ad una "caporetto" della tecnologia che stiamo commentando, ne è stata decretata la definitiva bocciatura del cambiamento ma stiamo assistendo ad una perfetta integrazione tra la concezione della Old Economy e del mai finito e perso rapporto di fidelizzazione con il cliente che

Sarà strategico, per almeno i prossimi due anni, il passaggio dalla strategia del Growth (crescita) a quella del Value (valore) e questo in tutti i settori economici, dall'industriale, al bancario, all'assicurativo

curo, mantengo e soddisfo sempre con tutto l'apparato di novità ed innovazione della New Economy che in momenti come quello attuale dimostra anche le sue debolezze e difficoltà.

Quindi tendo a risottolineare come fattore strategico per almeno i prossimi due anni il passaggio dalla strategia del Growth (crescita) a quella del Value (valore) e questo in tutti i settori economici, dall'industriale, al bancario, all'assicurativo.

Il nuovo paradigma e focus dei mercati finanziari, per continuare ad investire nelle aziende diventa (o forse come penso lo è sempre stato e sempre lo sarà) la fidelizzazione dei clienti, da attuare con tutti i mezzi vecchi e nuovi.■

Il nuovo paradigma e focus dei mercati finanziari per continuare ad investire nelle aziende diventa la fidelizzazione dei clienti



È in edicola BancaFinanza



ABBONATI!

**CON SOLI 25,00 EURO AVRAI DIRITTO A RICEVERE 5 NUMERI
E CON 23,00 EURO LA VERSIONE DIGITALE IN PDF**

PER SOTTOSCRIVERE L'ABBONAMENTO:

Chiama il n.0171.392201 (dalle 8,30 alle 12,30)

Invia una email a diffusione.newspapermilano@gmail.com

Conto corrente bancario n IT44U0853001000000260109959
intestato a PAPER-ONE S.R.L.

Visita il sito www.newspapermilano.it

Il trattamento Iva nel contratto di coassicurazione

In ambito operativo, la gestione di tale tipologia di accordo viene esperita tramite la “clausola di delega”



**Stefano
Carta**

Studio Mazzocchi & Associati

Secundo l'articolo 1911 del codice civile «Qualora la medesima assicurazione o l'assicurazione di rischi relativi alle stesse cose sia ripartita tra più assicuratori per quote determinate, ciascun assicuratore è tenuto al pagamento dell'indennità assicurata soltanto in proporzione della rispettiva quota, anche se unico è il contratto sottoscritto da tutti gli assicuratori». Tale disposizione, pur individuando un pro-



**Stefano
Mazzocchi**

Studio Mazzocchi & Associati

filo unitario, relativo o alla previsione di una medesima assicurazione - attinente quindi al medesimo profilo di rischio - o di più rischi relativi al medesimo bene, disciplina la regolazione dei sorgenti rapporti tra le parti coassicuratrici, individuando una responsabilità “pro-quota” in proporzione all'impegno contratto. Al profilo oggettivo, unitario, seguono distinte posizioni soggettive, sia dal punto di vista sostanziale sia proces-

suale. La ratio di tale istituto è orientata al fine di regolare la ripartizione del rischio assicurativo qualora tale onere non possa essere sostenuto da una singola compagnia.

In ambito prettamente operativo, la gestione di tale tipologia di contratto assicurativo viene esperita tramite la così detta “clausola di delega”, con cui, all'interno del contratto di coassicurazione, è assegnata a una delle compagnie coassicuratrici la gestione del rapporto assicurativo, con specifica individuazione degli atti da porre in essere a tal fine, oltre che delle relative commissioni. Ai fini tributari, occorre prestare attenzione proprio alla sopracennata “clausola di delega”, con particolare riferimento al corretto trattamento, ai fini dell'imposta sul

valore aggiunto, delle commissioni da corrispondere alla parte coassicuratrice delegataria, in ragione delle mansioni svolte in merito alla gestione del contratto. Il tema in questione è quello della “accessorietà”, di cui all'articolo 12 del D.P.R. n. 633 del 29 ottobre 1972, in ragione del quale il trattamento Iva della prestazione accessoria segue quello relativo alla prestazione principale.

Recentemente si è potuto registrare, da parte della giurisprudenza di legittimità e di merito, un andamento in apparenza oscillante, dal momento che sono rinvenibili sia pronunce improntate a riconoscere l'applicazione dell'esenzione Iva a tali prestazioni sia pronunce che qualificano le prestazioni inerenti alla “clausola di delega” come prive

di natura assicurativa o neanche qualificabili come prestazioni accessorie, dal momento che non sono dirette alla copertura del rischio.

A ben osservare, però, anche le pronunce che hanno riconosciuto l'applicazione dell'esenzione Iva a questo tipo di prestazioni (Cass. 5885/2017, Cass. 18427/2018) non prescindono da un dato comunque dirimente, ossia il fatto che vi sia, da parte della coassicuratrice delegataria, un impegno a garantire la copertura assicurativa del rischio, con conseguente partecipazione di tali prestazioni al servizio assicurativo propriamente detto.

Infatti, l'orientamento giurisprudenziale più restrittivo, il quale, in una prospettiva diacronica, ha assunto ruolo preminente (Cass. 21069/2018, Cass. ord. 2547/2021, Cass. 12854/2021), qualifica le prestazioni previste nel quadro della clausola di delega come imponibili ai fini Iva, dal momento che tale istituto consiste essenzialmente in una ripartizione degli

aspetti operativi tra i soli coassicuratori senza alcun impatto circa la prestazione assicurativa propriamente detta.

In particolare, come articolatamente affrontato nella citata sentenza emessa dalla Suprema Corte di Cassazione n. 12854 del 2021, è riconosciuta la legittimità dell'imponibilità Iva delle prestazioni in parola dal momento che, come ivi citato, «la coassicurazione non modifica la ripartizione pro quota del rischio tra i coassicuratori, né concerne aspetti essenziali dell'attività d'intermediario o di mediatore di assicurazione» dal momento che, la clausola di delega, «per un verso, non ha natura assicurativa em, per altro verso non è accessoria, nell'accezione speciale al riguardo rilevante, rispetto ad essa». Nell'ottica della Suprema Corte, in tali pronunce, al fine del diniego circa l'applicazione dell'esenzione Iva risulta decisiva la considerazione secondo cui la clausola di «delega» o di «guida», «non incide sul rapporto tra coassicuratore delegato e

assicurato, ampliandolo, né ne instaura uno ulteriore».

Una simile interpretazione è stata fatta propria dall'Amministrazione finanziaria, la quale nella risoluzione n. 63/E del 5 ottobre 2020, giunge alle medesime conclusioni in tema dell'imponibilità Iva delle attività relative ai contratti di riassicurazione, circoscrivendo la nozione di accessorietà «alle sole prestazioni di servizi relative a quelle di assicurazione e di riassicurazione, rese da un mediatore o da un intermediario di assicurazione».

È possibile rintracciare un'interpretazione favorevole all'applicazione dell'esenzione Iva nella sentenza n. 4108 del giorno 1° ottobre 2018 emessa dall'allora Commissione Tributaria Regionale per la Lombardia, secondo cui «le prestazioni di delega consentono

l'affidamento dell'intera gestione del contratto assicurativo ad una sola delle imprese assicuratrici per evidenti e comprensibili esigenze di semplificazione e di economia. Pertanto, le «commissioni di delega», percepite dall'impresa delegataria per le attività di gestione del contratto con l'assicurato, non costituiscono il corrispettivo di una prestazione di servizi autonoma, diversa dalle prestazioni tipiche rese nell'ambito del rapporto assicurativo». In questo caso, si intende valorizzare proprio la ratio alla base della coassicurazione dato che l'istituto di cui all'art. 1911 c.c. prevede necessariamente, ai fini della copertura assicurativa, l'intervento di più parti assicuratrici, reso possibile, dal punto di vista operativo, proprio dalla «clausola di delega» o di «guida».■

È possibile rintracciare un'interpretazione favorevole all'applicazione dell'esenzione Iva nella sentenza n. 4108 del giorno 1° ottobre 2018 emessa dall'allora Commissione Tributaria Regionale per la Lombardia



La consegna dei riconoscimenti agli MF Insurance Awards 2023. Nella foto i premiati

Sono Generali, Alleanza e Cattolica le pluripremiate agli MF Insurance Awards 2023

Importanti riconoscimenti anche per Generali Welion e Generali Jeniot. Per l'innovazione assegnato a Generali anche il prestigioso Platinum Award

La cerimonia si è svolta all'inizio del mese di febbraio all'Hotel The Westin Palace di Milano. Durante la serata è stata riconosciuta a Generali anche la prima posizione per i risultati ottenuti nelle classifiche di dettaglio di raccolta dei rami danni

Assicurazioni Generali, Generali Italia, Alleanza, Cattolica, Jeniot e Welion: sono le società del panorama assicurativo che più si sono distinte in occasione dell'ultima edizione degli MF Insurance Awards. Un totale di 15 riconoscimenti per prodotti e servizi trasversali alle diverse categorie previste dal Premio, a conferma di un'accelerazione della strategia di Generali sul fronte dell'innovazione. La cerimonia che, come ogni anno, premia le eccellenze del settore assicurativo si è svolta ad inizio febbraio all'Hotel The Westin Palace di Milano.

Generali Italia come compagnia che “ha raccolto il maggior numero di premi e menzioni dell'evento” ha ricevuto il Milano Finanza Innovazione Platinum Award ritirato dal General Manager Gianluca Perin

Nell'ambito degli “Innovazione Awards” sono sette i riconoscimenti assegnati. Generali Italia come compagnia che “ha raccolto il maggior numero di premi e menzioni dell'evento” ha ricevuto il Milano Finanza Innovazione Platinum Award, ritirato dal General Manager Gianluca Perin. Si è poi aggiudicata il primo posto, con menzione speciale, per il Prodotto Wealth - Scegli col Cuore per chi ami, ritirato da Marco Oddone, Chief Marketing & Distribution Officer di Generali Italia, e da Giancarlo Bosser, Chief Life Officer di Generali Italia. Un'altra menzione speciale, per la Categoria Insurance Elite – Cross: Journey to new it, è andata al progetto Mike, come “modello di intelligenza artificiale di perizia su preventivo carrozzerie convenzionate, replicabile su tutte le funzioni aziendali”. A ritirarlo Luca Fiori, Head of Smart Process Automation & Innovation di Generali Italia.

Sempre nel contesto degli “Innovazione Awards” si è distinta anche Alleanza che, nella Categoria Cross Insurance Elite, si è aggiudicata il Premio Talenti e Cultura Aziendale per Generazione Alleanza. Ezio Peroni, Responsabile Distribution della società, ha ritirato il premio per “l'innovativo programma di talent attraction e di formazione per la crescita professionale del consulente finanziario e assicurativo”. Menzione speciale anche per Welion, nella Categoria Cross Insurance Elite - Corporate Welfare, Employee benefit, per il life coach digitale BeneFit. La targa è stata consegnata a Barbara Ambrogioni, Head of Partnership, Servizi e Marketing di Welion. “Un percorso di salute per i dipendenti basato su un sistema di motivazione e ricompensa che incoraggia al vivere sano” è stata la motivazione del riconoscimento a Welion. Jeniot ha vinto per la Categoria Insurance Elite – Mobilità, con il prodotto Next - Il futuro della mobilità: a ritirare il premio, il CEO di Jeniot Alberto Busetto. Ad Assicurazioni Generali è andato il primo posto per le Soluzioni innovative di Cyber Insurance: Remo Marini, Head of Group IT & Operations Risk & Security di Generali, è

stato premiato per la “creazione di un'offerta di servizi di cyber insurance che supporta i clienti nel riconoscere, rispondere e recuperare in maniera rapida ed efficace minacce di cyber security”.

Durante la serata è stata riconosciuta a Generali anche la prima posizione per i risultati ottenuti nelle classifiche di dettaglio di raccolta dei rami danni. Si tratta di tre premi dell'ambito “Compagnie di Valore”: miglior risultato tecnico nel Ramo incendio ed elementi naturali, per Generali Italia, ritirato dal General Manager Massimo Monacelli; il miglior risultato tecnico per il Ramo altri danni ai beni, ritirato da Tommaso Ceccon, Chief Property & Casualty di Generali Italia, e il miglior risultato tecnico per il Ramo merci trasportate, per Generali Global Corporate & Commercial, ritirato da Simona Celli, Head of Marketing Generali Global Corporate & Commercial Italia.

Generali ha poi conquistato due “Leoni D'oro”. Uno per la miglior Campagna integrata con il prodotto NEXT di Jeniot, per cui è salito sul palco Riccardo Acquaviva, Direttore Country Communication di Generali Italia, e uno per la migliore Campagna prodotto legata al terzo settore per Cattolica & No profit, ritirato da Samuele Marconcini, Ad di Cattolica Assicurazioni.

Assicurazioni Generali ha ottenuto due premi “ESG Elite”: uno per le emissioni green bond 2022 ritirato da Annamaria Bradamante, Head of Group CFO Office di Generali, e uno per il più alto Standard Ethics, ottenuto per “l'impegno nel contribuire positivamente alla costruzione di una società più resiliente e giusta nel suo ruolo di assicuratore, investitore, datore di lavoro e corporate citizen responsabile” ritirato da Lucia Silva, Group Head of Sustainability and Social Responsibility di Generali. La compagnia ha infine conquistato il premio “Insurance Elite” per il #1 per patrimonio netto e utile di bilancio, ritirato da Alexandru Popescu, Head of Group Cash and Capital Management di Generali. ■

Sempre nel contesto degli “Innovazione Awards” si è distinta anche Alleanza che, nella Categoria Cross Insurance Elite, si è aggiudicata il Premio Talenti e Cultura Aziendale per Generazione Alleanza



Franco Amicucci

Presidente Skilla, autore di *Apprendere nell'infosfera*, FrancoAngeli

Certificazione e micro-credential

Come gestire nella società e nelle organizzazioni certificazione delle competenze e modelli di valutazione degli apprendimenti in contesti formali e non-formali?

Riconoscere, valutare e valorizzare l'apprendimento informale e non-formale è certamente un obiettivo ambizioso, ma decisivo per un corretto ed affidabile modello di valutazione e certificazione delle conoscenze e delle competenze. Ma quali saranno i modelli di certificazione nei prossimi anni?

I sistemi di competenze sono in continua trasformazione, molte conoscenze diventano rapidamente obsolete, alcune skill sono sempre più importanti, altre evolvono continuamente. Come gestire nella società e nelle organizzazioni certificazione delle competenze e modelli di valutazione degli apprendimenti in contesti formali e non-formali? Come valutare le competenze in ingresso, in itinere e alla conclusione del percorso formativo online? È possibile certificare competenze a distanza? Come gestire il tracciamento e la certificazione ai fini della finanziabilità dei percorsi online?

L'Open Badge può essere lo strumento giusto per consolidare e validare le competenze aziendali, siano esse legate alle soft skill o a conoscenze tecniche e di mestiere

L'Open Badge, introdotto da Mozilla, è un distintivo multimediale caratterizzato da un'immagine e da una serie di informazioni contenute al suo interno che spiegano come è stato conquistato, quando e da chi è stato rilasciato. La parola "Open Badge" è composta dei termini "open" e "badge".

La natura dell'open-badge, infatti, sta nell'essere un distintivo. Ma tale natura - distintiva - ha la sua peculiarità nell'attributo "open": l'Open Badge, grazie ad internet è un certificato o un riconoscimento digitale che contiene al suo interno informazioni strutturate (metadati) in uno standard open (v2.0) che lo rendono personale, portatile e verificabile. "Digitale", "informazioni" ed "open" sono le tre parole chiave attorno a cui ruota il concetto di openbadge.

L'Open Badge può comunque essere lo strumento giusto per consolidare e validare le competenze aziendali, siano esse legate alle soft skill o a conoscenze tecniche e di mestiere, per definizione lontane dal mondo accademico tradizionale, e può trovare applicazione a più livelli: per valutare una competenza specifica o per validare competenze associate a un ruolo per attestare il completamento di un percorso formativo. Di certo garantisce sufficiente flessibilità di utilizzo per la validazione sia di micro-competenze e obiettivi, sia di aggregazioni di competenze e ruoli più eterogenei.

Possiamo immaginare due

diverse tipologie di badge: i Soft Badge, rilasciati in base alla partecipazione a un evento o alla semplice appartenenza a un gruppo e gli Skill Badge che sono invece rilasciati dopo un assessment strutturato o attraverso una prova che dimostri chiaramente il possesso di una competenza.

Ogni individuo conserva i propri Badge in un unico ambiente multimediale, chiamato "backpack". È inoltre possibile mostrare un singolo Badge o una collezione di Badge creata ad hoc, all'interno di ambienti multimediali diversi come ad esempio la intranet aziendale, la piattaforma e-learning, il proprio curriculum vitae, il proprio profilo LinkedIn o altri social. Sono questi i principali vantaggi legati all'utilizzo degli Open Badge.

1. Capacità di certificare la formazione informale.
2. Idoneità a certificare e valorizzare la formazione on the job.
3. Incentivo all'auto-formazione.
4. Motivazione.

Le aziende issuer che hanno iniziato a utilizzare gli Open Badge rilevano: una crescita della percentuale di completamento dei corsi online; un maggiore riconoscimento e approfondimento delle competenze aziendali e delle relazioni professionali associate; una interessante e utile geolocalizzazione delle competenze di tutta l'organizzazione nel mondo. ■

IL PATRIMONIO IN UN BIT

La conoscenza approfondita dei processi e delle normative di riferimento, unita a competenze tecnologiche, permettono di offrire al mercato consulenza e soluzioni informatiche per tutti gli aspetti legati alla **gestione di beni immobiliari**.

- Ottimizzazione della conduzione e delle attività tecniche di manutenzione
- Gestione del rischio sismico
- Monitoraggio del costo degli affitti (rispetto a OMI)

SISTEMA COMPLETO DI GESTIONE IMMOBILIARE

SISTEMA INFORMATIVO SIA WEB CHE APP

TECNICI JUST IN TIME PER LE ESIGENZE DEL CLIENTE

IdeaRE
www.ideaespa.eu

A subsidiary of
RINA Prime Value Services



Il Gruppo Intesa Sanpaolo vita lancia il contest online “La Sfida”

Iniziativa per promuovere la cultura assicurativa fra i giovani. Dieci video interattivi permetteranno di giocare e vincere premi. Il Trio Medusa testimonial del progetto

Le compagnie assicurative del Gruppo Intesa Sanpaolo Vita lanciano un'iniziativa dedicata ai giovani, con l'obiettivo di diffondere il valore della protezione e della cultura assicurativa e far comprendere, con un linguaggio ironico e adatto ai tempi, come gli strumenti assicurativi e previdenziali possano essere preziosi alleati delle nuove generazioni. Sul sito lasfida.inactionesg.it sono disponibili gli episodi del contest “La Sfida”, che prevede una storia a settimana, per 10 settimane, fino al 26 marzo 2023.

Il Trio Medusa guida i partecipanti durante il concorso: i tre comici Giorgio Daviddi, Gabriele Corsi e Furio Corsetti, grazie alla simpatia che li contraddistingue, saranno i coinvolgenti protagonisti dell'episodio settimanale, proponendo con ironia situazioni di vita quotidiana e fornendo suggerimenti utili sul mondo assicurativo. I giocatori saranno i veri artefici dello sviluppo del gioco: con le loro scelte, infatti, influenzeranno l'andamento narrativo, decidendo ad ogni bivio come proseguire nella storia. Ogni scelta effettuata

consentirà all'utente di capire l'importanza dei comportamenti virtuosi (nella gestione razionale del risparmio, o nelle scelte di protezione assicurativa). Il punteggio di ciascuno dipenderà dalle decisioni prese negli ambiti di gioco lungo i quali si svilupperanno gli episodi nelle aree Wisdom, Safety e Sustainability. La somma dei punteggi permetterà di scalare le classifiche settimanali e vincere i premi in palio, concorrere

nella classifica generale, fino al montepremi finale. Ogni settimana, i primi 20 classificati vinceranno premi fino ad un valore di 100 euro; nella classifica finale i 15 giocatori con i punteggi migliori potranno vincere premi fino ad un valore di 300 euro. Chi non rientrerà nelle classifiche settimanali, o nella classifica generale, parteciperà all'estrazione di uno dei 50 voucher da utilizzare sul portale di moda sostenibile Humana Vintage, un modo

per promuovere uno stile di vita più sostenibile e consapevole. Le informazioni e il regolamento per partecipare a “La Sfida” sono disponibili sul sito del concorso, dove è possibile iscriversi compilando tutti i campi richiesti e seguendo un divertente tutorial. “La Sfida” è un'iniziativa delle compagnie assicurative Intesa Sanpaolo Vita, Intesa Sanpaolo Life, Fideuram Vita, Intesa Sanpaolo Assicura e Intesa Sanpaolo RBM Salute.■

Il Trio Medusa guiderà i partecipanti durante il concorso

LA SFIDA

Il contest a bivi sul mondo della cultura assicurativa con il **Trio Medusa**

IN ACTION ESG È UN'INIZIATIVA DELLE COMPAGNIE ASSICURATIVE DEL GRUPPO

INTESA SANPAOLO VITA

SCOPRI IL REGOLAMENTO SU lasfida.inactionesg.it

actionEsg

Registrati e gioca!

Tanti Premi in palio!

Al via il Registro Digitale di Sara Assicurazioni per bici, e-bike e monopattini elettrici

Si apre un capitolo del tutto nuovo nel modo di vivere la mobilità dolce e sostenibile

È operativo il Registro Sperimentale Velocipedi, l'innovativo progetto ideato da Sara Assicurazioni che introduce la possibilità di attestare la titolarità di biciclette, e-bike e monopattini elettrici tramite tecnologia blockchain. Con la supervisione di Ivass (Istituto per la Vigilanza sulle Assicurazioni), ha preso il via la fase di sperimentazione "Sandbox regolamentare", di cui gli stessi assicurati Sara sono chiamati a essere protagonisti: accedendo alla propria area personale sul sito sara.it, i clienti della compagnia possono registrare il proprio velocipede gratuitamente e in modo del tutto intuitivo. Basterà fornire le informazioni necessarie all'identificazione e alla attestazione della titolarità e del suo valore, che verranno quindi memorizzate su registri distribuiti con tecnologia blockchain pubblica, generando un NFT (attestato digitale che identifica in modo univoco il mezzo).

In questo modo, potranno accedere ai molti vantaggi in termini di sicurezza e protezione che il sistema offre, in aggiunta a benefici esclusivi. La disponibilità di dati validati e storicizzati su questi veicoli – di cui la tecnologia blockchain garantisce resilienza e non modificabilità – permetterà infatti di generare ricadute positive sia per gli utenti della mobilità dolce sia per l'intero sistema assicurativo: riducendo il rischio di furti, truffe e acquisti incauti; efficientando i processi di verifica del valore, dell'esistenza e della titolarità del bene assicurato e agevolando e stimolando la possibilità di sottoscrivere soluzioni assicurative per la propria sicurezza e la protezione del mezzo.

Inoltre, i clienti Sara che registreranno il proprio velocipede avranno uno sconto per la sottoscrizione o il rinnovo delle polizze legate alla mobilità dolce Bici2Go e MiMuovo, oltre ad una utile gym bag brandizzata Sara. Sviluppato da Sara Assicurazioni in ottica di Open Innovation in collaborazione con il partner tecnologico e startup innovativa Solidity 2, il progetto è stato il primo

L'iniziativa conferma l'attenzione di Sara Assicurazioni alla nuova mobilità dolce e sostenibile e alle esigenze di protezione di chi usa questi mezzi a cui la tecnologia blockchain può offrire una risposta efficace

a essere ammesso nella Sandbox Regolamentare Ivass, un ambiente controllato nel quale vengono testati prodotti e servizi tecnologicamente innovativi al fine di verificarne le potenzialità a fini assicurativi e antifrode.

L'iniziativa conferma l'attenzione di Sara Assicurazioni alla nuova mobilità dolce e sostenibile e alle esigenze di protezione di chi usa questi mezzi a cui la tecnologia blockchain può offrire una risposta innovativa ed efficace. Il progetto è in fase di sviluppo ed evoluzione: prossimamente è previsto il rilascio di versioni sempre più ampie e aggiornate del registro che potranno integrare contenuti assicurativi e servizi a valore aggiunto per tutti gli utenti e gli appassionati della nuova mobilità agile, multimodale e green.

"Siamo orgogliosi di questo progetto che conferma e sottolinea molti dei valori che sono da sempre parte del Dna di Sara: l'attenzione all'evoluzione della mobilità, l'impegno per la sicurezza di tutti gli utenti della strada, la propensione all'innovazione, la sostenibilità – ha dichiarato **Alberto Tosti**, direttore generale di Sara Assicurazioni –. Il progetto rientra nella più ampia visione di Sara di realizzare un ecosistema della mobilità fatto di soluzioni e servizi a valore aggiunto fisici e digitali che possano accompagnare le persone nei loro spostamenti offrendo una risposta innovativa a tutte le esigenze di sicurezza". ■

Nel 2022 le perdite economiche globali dovute a catastrofi naturali ammontano a 313 miliardi di dollari

Aon ha diffuso il report 2023 Weather, Climate and Catastrophe Insight, che identifica i trend a livello globale dei disastri e dei cambiamenti climatici

Un report di Aon rivela che le catastrofi naturali hanno causato perdite economiche globali per 313 miliardi di dollari nel 2022, il 4% in più rispetto alla media del XXI secolo, di cui 132 miliardi di dollari coperti da assicurazione. Sebbene la maggior parte delle perdite totali nel 2022 sia rimasta non assicurata, il "gap di protezione" del 58% è stato uno dei più bassi mai registrati, evidenziando un cambiamento positivo nel modo in cui le imprese stanno affrontando la volatilità attraverso la mitigazione del rischio e come le compagnie assicurative stiano fornendo ulteriore protezione alle comunità meno servite attraverso l'accesso al capitale. I dati dimostrano che il 2022 è stato il quinto anno più costoso per gli assicuratori, con circa 50-55 miliardi di dollari di danni assicurati a livello globale derivanti dall'uragano Ian negli Stati Uniti, la seconda catastrofe naturale più costosa della storia dal punto di vista assicurativo.

Se da un lato l'innovazione tecnologica ha permesso una migliore comprensione delle modalità in cui si svolgono le catastrofi naturali e una valutazione più rapida e approfondita dei danni dopo un evento climatico estremo, dall'altro lo studio di Aon esamina la resilienza e la capacità di superare le conseguenze legate al clima - non

solo per i rischi fisici, ma anche in altre aree, come la salute della forza lavoro, ribadendo la necessità di costruire strategie articolate che tengano conto della mitigazione dei rischi legati al cambiamento climatico su tutti i fronti.

I risultati principali del report 2023 Weather, Climate and Catastrophe Insight comprendono: nel 2022 sono stati registrati 421 eventi di catastrofi naturali degni di nota, un numero superiore alla media del XXI secolo, pari a 396; 31.300 persone hanno perso la vita a causa di catastrofi naturali globali nel 2022, con oltre 19.000 decessi nella sola Europa, principalmente a causa delle ondate di calore; il 75% dei danni assicurati a livello globale è stato registrato negli Stati Uniti, un dato superiore alla media del 60%. L'uragano Ian è stata la seconda catastrofe naturale più costosa della storia dal punto di vista assicurativo, superata solo dall'uragano Katrina nel 2005; la tempesta Eunice è stata la tempesta di vento europea più costosa dal 2010, con 3,4 miliardi di dollari di perdite assicurate. Le diffuse grandinate in Francia hanno contribuito al secondo più alto

I dati dicono che il 2022 è stato il quinto anno più costoso per gli assicuratori, con circa 50-55 miliardi di dollari di danni assicurati a livello globale

risarcimento per catastrofi naturali del Paese, pari a 6,9 miliardi di euro (7,4 miliardi di dollari); la siccità e le ondate di calore hanno colpito duramente l'Europa, gli Stati Uniti, la Cina e altri Paesi. I risarcimenti assicurativi globali per il rischio siccità sono stati i secondi più alti mai registrati, con 12,6 miliardi di dollari a livello mondiale. I risultati relativi all'Italia comprendono: oltre 13 milioni di dollari di perdite economiche dovute ad incendi tra giugno e luglio; oltre 25 milioni di dollari di perdite economiche dovute a tempeste di grandine registrate nel solo mese di agosto; 24 milioni di dollari di perdite economiche complessive dovute alle alluvioni nelle Marche (settembre) e ad Ischia (novembre).■



Il report completo è consultabile da questo sito interattivo

Reale Group - gruppo assicurativo internazionale attivo in Italia, Spagna e Cile, e holding della Società Reale Mutua di Assicurazioni, la più grande compagnia assicurativa italiana in forma mutualistica - ha annunciato una collaborazione pluriennale con Oracle per accelerare la propria trasformazione digitale attraverso la modernizzazione in cloud dei propri processi mission-critical di gestione dei dati, insieme al potenziamento delle proprie capacità tecnologiche, proteggendo al contempo gli investimenti IT precedentemente effettuati dal Gruppo.

Nell'ambito della strategia multicloud di Reale Group, infatti, tutti i carichi di lavoro Oracle precedentemente gestiti on-premises saranno migrati su OCI, e questo porterà le applicazioni mission-critical sulla piattaforma cloud di Oracle, abilitandone l'evoluzione secondo un modello cloud-native. Inoltre, sfruttando Oracle Autonomous Database, Oracle Exadata Database Service e Oracle Interconnect for Microsoft Azure, Reale Group può scegliere di utilizzare il cloud provider più adatto in base alla tipologia dei carichi di lavoro, con una conseguente ottimizzazione dei costi e delle prestazioni.

In precedenza Reale Group aveva esternalizzato in outsourcing i propri datacenter italiani; questo nuovo accordo siglato con Oracle fa parte di un progetto di evoluzione IT e di migrazione al cloud che capitalizza sugli investimenti in tecnologie



New building Bertola, la sede di Reale Group a Torino

Reale Group sceglie Oracle per modernizzare l'IT e accelerare la sua trasformazione digitale in ottica multi-cloud

Marco Barioni Ceo di Reale Ites: "Il mondo assicurativo sta cambiando velocemente e il contesto è particolarmente sfidante"

Oracle già fatti in passato e contemporaneamente sfrutta appieno Oracle Cloud Infrastructure (OCI), insieme alle architetture cloud di altri vendor. L'obiettivo è quello di rivedere il modello di erogazione dei servizi IT per migliorare l'affidabilità e le prestazioni, con un'architettura omnicale incentrata sui dati che favorisca la modernizzazione dei sistemi legacy e l'adozione progressiva di soluzioni open rispetto agli standard di mercato.

"Il mondo assicurativo sta cambiando velocemente; il contesto è particolarmente sfidante, ma grazie al Cloud è possibile coniugare crescita con efficienza e sostenibilità, senza prescindere dalle performance e dalla sicurezza dei dati, necessarie al servizio puntuale ed efficace dei nostri clienti - ha dichiarato **Marco Barioni** Ceo di Reale Ites, centro di competenza

per i servizi tecnologici di Reale Group -. Abbiamo trovato tutto questo in Oracle, già nostro partner e oggi ancora più vicino alle nostre esigenze, con il suo cloud di prossimità e la sua collaborazione collaudata con gli altri cloud provider già selezionati dal Gruppo". La soluzione scelta per questo "Journey to Cloud" di Reale Group si basa sui servizi IaaS (Infrastructure as a Service) e PaaS (Platform as a Service) di Oracle Cloud Infrastructure: servizi di storage e cloud computing per ospitare e monitorare le tecnologie Oracle Forms e Tuxedo, e i servizi di Autonomous Database*, insieme a Oracle Exadata Database Service sugli ambienti mission-critical. La tecnologia Oracle Exadata Database Service offre il duplice vantaggio di azzerare i tempi di provisioning e di fornire potenza elaborativa on-demand per

il tempo necessario, accelerando il passaggio al cloud e minimizzando i costi. La soluzione, inizialmente localizzata nelle Oracle Cloud Region di Milano e di Madrid, è potenzialmente aperta a qualsiasi distribuzione geografica richiesta da Reale Group, grazie alla presenza capillare di Oracle Cloud che garantisce la prossimità al luogo dove il Cliente preferisce gestire i suoi vari workload applicativi, per ottimizzare le prestazioni e minimizzare la latenza. "Tutto questo non sarebbe fattibile se non con un approccio multicloud, di cui in Oracle siamo fermi sostenitori, perché ne conosciamo bene i vantaggi per il cliente - ha aggiunto **Andrea Sinopoli**, Cloud Tech VP e Country Leader di Oracle Italia -. Siamo perciò orgogliosi che un'azienda del calibro di Reale Group abbia saputo cogliere questi vantaggi con noi". ■

Zurich Italia stringe un Patto con gli agenti e punta sulla consulenza di qualità

Al via il nuovo modello distributivo agenziale: semplicità, velocità e competenza i tre pilastri distintivi della compagnia

Zurich Italia annuncia una riorganizzazione della propria rete distributiva e riconferma l'impegno a innovare e innovarsi insieme alla rete agenziale.

La convention del 7 febbraio all'Auditorium Parco della Musica di Roma è stata l'occasione per presentare ufficialmente agli oltre 900 agenti di Zurich il "Patto per la crescita". Un accordo tra la compagnia e i suoi agenti per rafforzare la solidità della relazione e lo sviluppo del business intermediato.

Fondato complessivamente su otto pilastri, il Patto vuole ad esempio sostenere il percorso di digitalizzazione di tutta la rete in favore di un modello fully paperless e di una generale semplificazione dei processi. Nuovo modello di remunerazione, formazione, valorizzazione delle competenze e sinergie tra canali

di vendita rappresentano alcuni dei capisaldi di un lavoro congiunto che ha visto coinvolte la compagnia e il gruppo agenti.

Durante la convention è stato anche presentato il nuovo modello distributivo agenziale Zurich con la definizione di tre percorsi per garantire un servizio d'eccellenza alle agenzie e ai loro clienti. Si tratta di un modello basato su un approccio tailor made in grado di garantire livelli di servizio diversificati in funzione dei 3 percorsi: Excellence, Business e Onboarding (per le nuove agenzie), definiti in funzione del potenziale, dello sviluppo e delle caratteristiche della rete di vendita. I percorsi saranno gestiti da team dedicati, altamente specializzati che affiancheranno la rete utilizzando un modello in grado di valorizzare presenza sul territorio e supporti digitali. In questo contesto è stato anche lanciato un percorso dedicato esclusivamente alla figura degli insurance advisors, i migliori collaboratori di agenzia individuati tra le oltre 4mila risorse già presenti sul territorio che verranno valorizzati per offrire la loro consulenza con particolare attenzione al segmento retail (famiglie e piccole imprese).

"La riorganizzazione risponde all'esigenza di offrire un servizio di eccellenza ai nostri distributori e ai loro clienti. Semplicità, velocità e competenza dovranno sempre più rappresentare i tre pilastri distintivi della distribuzione Zurich in Italia. Grazie al Patto per la crescita, vogliamo ulteriormente rafforzare il rapporto con i nostri agenti che sempre di più potranno diventare un punto di riferimento per i nostri oltre 2 milioni di clienti in Italia" – ha dichiarato **Michele Colio**, Head of Agency Distribution. La convention è stata l'occasione per approfondire i risultati di Zurich nel 2022 e lanciare la strategia per il triennio 2023-2025. Al centro della convention anche i temi legati alla sostenibilità, da sempre prioritari per il gruppo, oltre alle sinergie del canale agenti con la realtà di Zurich Bank. ■

Un'immagine della convention svoltasi all'Auditorium Parco della Musica di Roma



L'Economia nero su bianco

CON SOLI **25,00 EURO** AVRAI DIRITTO
A RICEVERE **5 NUMERI**
E CON **23,00 EURO**
LA VERSIONE DIGITALE IN PDF

PER SOTTOSCRIVERE L'ABBONAMENTO:

- Chiama il n. 0171.392201 (dalle 8,30 alle 12,30)
- Invia una email a diffusione.newspapermilano@gmail.com
- Conto corrente bancario n
IT44U0853001000000260109959
intestato a PAPER-ONE S.R.L.

Espansione

CLIMA: i vertici delle imprese e i governi. L'energia: le politiche. L'economia: le prospettive. L'ambiente: le sfide. L'agricoltura: le innovazioni. L'industria: le trasformazioni. L'artigianato: le tradizioni. L'artigianato: le innovazioni. L'artigianato: le tradizioni. L'artigianato: le innovazioni.



ABBONATI!

Visita il sito www.newspapermilano.it

È in edicola

CON SOLI **25,00 EURO** AVRAI DIRITTO
A RICEVERE **5 NUMERI**
E CON **23,00 EURO**
LA VERSIONE DIGITALE IN PDF

PER SOTTOSCRIVERE L'ABBONAMENTO:

- Chiama il n. 0171.392201 (dalle 8,30 alle 12,30)
- Invia una email a diffusione.newspapermilano@gmail.com
- Conto corrente bancario n
IT44U0853001000000260109959
intestato a PAPER-ONE S.R.L.



ABBONATI!



L'intervento di Giacomo Campora dal palco dell'Allianz MiCo

Grande successo per la Convention 2023 “Magic Allianz”

Mega-evento all'Allianz MiCo di Milano per confermare la centralità degli agenti Allianz nella strategia della compagnia guidata dal CEO Giacomo Campora

Grande successo per la Convention Magic Allianz, il primo mega-evento in presenza organizzato dalla compagnia per la propria rete agenziale dopo tre anni di incontri digitali o ibridi, che si è svolto il 9 febbraio al Centro congressi Allianz MiCo di Milano. La giornata dei lavori ha visto avvicinarsi sul palco ospiti d'eccezione e il top management di Allianz, che ha illustrato alla rete la strategia,

gli obiettivi per l'immediato futuro e ha condiviso le risorse e gli strumenti messi in campo da Allianz per i propri agenti professionisti, da sempre al centro della strategia della compagnia guidata dall'amministratore delegato **Giacomo Campora**, che ha commentato: “Love, People, Skills and Money, tutto ciò contribuisce a Magic Allianz, il titolo della nostra Convention 2023. Il neologismo che meglio sintetizza

la nostra strategia distributiva, basata sul ruolo chiave dei nostri agenti Allianz, è “agentrismo”: è infatti soprattutto grazie alla loro professionalità, unita all'impegno della compagnia, che ogni giorno si concretizza la leadership di Allianz sul mercato”. Di fronte a una platea di oltre duemila agenti presenti in sala, e numerosissimi dipendenti Allianz collegati in diretta streaming, è intervenuta Sirma

Boshnakova, membro del Board of Management di Allianz SE e responsabile per i mercati Insurance Western & Southern Europe, inclusa l'Italia, Allianz Direct e Allianz Partners. Per Allianz si sono avvicendati sul palco il Presidente Sergio Balbinot, l'Amministratore Delegato Giacomo Campora, Paola Pietrafesa, Vicedirettore Generale Distribution & Market di Allianz e Amministratore Delegato di Allianz Bank FA., Andrea Molteni, Chief Operating Officer della Compagnia, Domenico Martiello, Head of Distribution & Sales, Simone Salerni, Head of Insurance Products P&C and Claims, Carlo Balzarini, Head of Market Management & Network Communication. In rappresentanza degli asset manager del Gruppo Allianz a livello internazionale, hanno parlato Richard Clarida, Global Economic Advisor di PIMCO ed ex Vicepresidente della Federal Reserve, e Tobias Pross, Chief Executive Officer di Allianz Global Investors. Numerosi sono stati gli spunti e i contenuti relativi agli scenari competitivi e tecnologici del fu-

turo. L'incontro ha avuto infatti diversi momenti di approfondimento, legati ai temi dell'economia e degli scenari digitali, con una particolare attenzione alle sfide generate dal global warming, dalla transizione energetica, dai cambiamenti demografici e sociali, con le testimonianze di esponenti di primo piano del mondo dell'economia, dell'innovazione, dell'informazione e dello sport, tra i quali il professor Roberto Cingolani, già ministro della Transizione Ecologica del Governo Draghi e Consigliere per l'Energia del Governo Meloni, Carlo Alberto Carnevale Maffè, noto economista e professore della SDA Bocconi School of Management, Mario Calabresi, giornalista e scrittore, e Marcell L. Jacobs, campione olimpico dei 100 metri piani e della staffetta 4x100 metri ai Giochi Olimpici di Tokyo 2020, atleta delle Fiamme Oro della Polizia di Stato, delle quali Allianz è Top Partner. La Convention Magic Allianz ha presentato numeri record sul fronte organizzativo: in 60 giorni di preparazione una squadra di 50 professionisti ha

realizzato l'evento di grande impatto.

La scenografia è stata realizzata con un ledwall di circa 600 metri quadri, composta da uno schermo panoramico di oltre 70 metri che avvolgeva la platea, e da un palco di 288 metri quadri anch'esso ricoperto interamente da un ledwall calpestabile, con un effetto altamente inclusivo per avvicinare idealmente la compagnia alla propria rete di agenti. Una regia video composta da 10 gruppi di proiezioni ha gestito la messa in onda dei video e delle presentazioni. 500 casse acustiche hanno offerto una potenza installata di 215.000 watt, equivalente all'equipment di un grande concerto rock. L'impianto luci ha utilizzato oltre 490 fari. Per realizzare questo maxi-evento sono servite 360 ore di progettazione, 960 ore per il montaggio della scenografia di ledwall, 128 ore per l'installazione dell'impianto audio, 600 ore per l'allestimento delle strutture e delle luci, 150 ore per la programmazione dello show. ■

Un'immagine dal fondo con la platea



AXA Italia e WeWorld: un nuovo passo per il reinserimento lavorativo di donne in difficoltà

Nuova iniziativa concreta e di valore grazie alla collaborazione con Randstad Italia

Si apre il sipario su una nuova iniziativa concreta e di valore a favore di donne vittime di violenza ed esclusione sociale ospiti di Spazio Donna WeWorld di Milano, realizzato da WeWorld - organizzazione che da 50 anni difende i diritti di donne bambini e bambine in Italia e nel Mondo - grazie al Gruppo assicurativo AXA Italia, che ha scelto di sostenere il progetto dal 2018 nella consapevolezza del proprio ruolo sociale, incentrato anche su iniziative fattuali di inclusione sociale.

Sono stati infatti avviati i primi colloqui individuali finalizzati al reinserimento lavorativo, con la collaborazione di Randstad Italia, leader mondiale nel settore HR specializzata in ricerca, selezione e formazione di risorse umane. Protagoniste della prima fase progetto, 40 donne ospiti di Spazio Donna WeWorld dei quartieri Corvetto e Giambellino di Milano, con un'età media di 40 anni e profili eterogenei a livello professionale, in settori come addetta mense, pulizie e vendite.

Dopo una prima fase di confronto individuale con consulenti specializzati Randstad, fondamentale per approfondire le esigenze professionali e formative e delle candidate, sarà già possibile accedere a proposte lavorative da parte delle aziende e iniziare parallelamente un percorso completo di orientamento professionale alla costruzione del cv e dell'approccio al mercato del lavoro, sia attraverso incontri individuali che mediante corsi di

formazione, totalmente gratuiti.

Al cuore del percorso di orientamento, incentrato su meccanismi di flessibilità per andare incontro alle esigenze delle singole candidate:

- contenuti per sviluppare le competenze trasversali per la gestione del cambiamento: favorire consapevolezza sui propri obiettivi; saper fronteggiare situazioni di cambiamento in maniera resiliente e proattiva; lavorare sulla propria agilità emotiva;
- un confronto e una condivisione di idee e soluzioni per la gestione del worklife balance;
- strumenti e tecniche per presentarsi in maniera efficace, valorizzando la presentazione di sé nelle candidature;
- un focus sul mercato del lavoro nel contesto post-pandemico.

A disposizione delle candidate, inoltre, anche eventi dedicati per favorire incontro tra domanda e offerta come "speed date" per incontrare direttamente le aziende.

L'iniziativa si aggiunge a quanto messo in campo dal lancio nel 2018 di Spazio Donna WeWorld, grazie a WeWorld e AXA Italia, come uno sportello di ascolto per la condivisione di vissuti emotivi, iniziative per lo sviluppo di competenze socio-relazionali e genitoriali, uno sportello di consulenza legale, corsi di lingua italiana, informatica e digitalizzazione e laboratori di autobiografia per la conoscenza e la cura di sé.

"Siamo orgogliosi di questa nuova iniziativa di grande valore sociale, assolutamente coerente con lo

spirito con cui abbiamo scelto di sostenere la nascita di Spazio Donna WeWorld nel 2018 - ha dichiarato **Giorgia Freddi**, direttore Communication, Corporate Responsibility & Public Affairs del Gruppo assicurativo AXA Italia -. Ancora una volta diamo contributo concreto per sostenere donne che vivono in condizioni di fragilità, in termini di supporto, inserimento lavorativo ed empowerment, dando ulteriore impulso al nostro impegno per generare un impatto positivo nella vita delle persone, promuovendo una società più inclusiva, in linea con la nostra missione di protezione".

"La ricerca del lavoro è una parte cruciale nei nostri percorsi di emancipazione femminile che affrontiamo all'interno di Spazio Donna WeWorld in tutta Italia, è uno dei bisogni su cui più spesso riceviamo richieste di aiuto - ha aggiunto **Sabrina Vincenti**, responsabile programma Spazi Donna WeWorld -. Collaborazioni come quella con AXA Italia e Randstad sono particolarmente importanti perché rendono più accessibili alle donne le risorse per intraprendere percorsi lavorativi, che a loro spesso sembrano poco raggiungibili".

"Il nostro impegno è trovare lavoro alle persone e svilupparne il talento - ha concluso **Laura Carletti**, HR & CSR Manager di Randstad -. Poterlo fare insieme ad AXA e WeWorld in questo progetto, rende ancora più significativo il contributo che possiamo dare". ■



Lorenzo Dornetti

CEO di Neurovendita

Nel 2022 i bond registrano la peggior performance dal 1990, il bund tedesco dal 1950 e Wall Street dal 2008, l'anno di Lehman Brothers. L'S&P 500 nel 2022 ha perso il 17%.

In pratica sia gli investimenti obbligazionari, sia quelli azionari hanno registrato perdite. Se aggiungiamo l'inflazione al 10%, gli scandali delle criptovalute e le tensioni geopolitiche trascinate dal conflitto in Ucraina, è normale che gli investitori abbiano il "cervello in tilt". I dati dell'ottavo rapporto Consob sono chiari, l'80% degli italiani ritiene complessa la gestione delle proprie finanze. Chi ha investito, nella maggior parte dei casi, registra una perdita significativa. Considerando un'inflazione che si attesta al 10%, il vissuto psicologico connesso alla perdita è percepito con ancora più intensità. Questo mix crea tensione perché è come se chi investisse non vedesse vie d'uscita, lasciando nella mente spazio a paura, tensione e rabbia. Gli studi di Neurovendita dimostrano che questi vissuti psicologici sono legati al rilascio massivo di sostanze neurochimiche connesse allo stress, soprattutto cortisolo ed altri ormoni neurotrofici. Chi si occupa di consulenza finanziaria cerca di riportare il cliente alla razionalità, mostrando una serie di grafici e tabelle che dimostrano con le serie storiche come

Il 2022 ha stravolto il cervello dei clienti

Il grande rischio per questo 2023 è un paradossale ritorno all'ineducazione finanziaria

I dati dell'ottavo rapporto della Consob sono chiari, l'80% degli italiani ritiene complessa la gestione delle proprie finanze

i mercati nel medio-lungo termine crescano e che quindi non si deve gestire con impulsività il "qui ed ora". Esistono moltissimi grafici che dimostrano con immediatezza come, ignorando le oscillazioni nel tempo, gli investimenti crescano, soprattutto gli asset azionari differenziati. Il cervello umano, preda dell'emozione, è poco disponibile ad attivare un pensiero lento, riflessivo e numerico, direbbe il premio Nobel Daniel Kahneman. Il grande rischio del 2023 è un paradossale ritorno all'ineducazione finanziaria. Il rialzo dei tassi ha portato al proliferare sul mercato di offerte che rafforzano la già naturale tendenza all'immobilismo del Bel Paese. Molti istituti e consulenti propongono di lasciare il denaro sul conto corrente garantendo un rendimento. Questo messaggio è un passo indietro nella crescita della cultura finanziaria, che

potrebbe trovare terreno fertile nella psicologia del cliente in "tilt" dopo i colpi presi nel 2022. Cosa fare quindi? Per prima cosa, è essenziale capire il cliente, prima di mostrare dati e grafici, farlo sentire compreso rispetto a questo intenso vissuto di perdita. La seconda cosa è estendere l'orizzonte temporale provando a dare un nome al denaro. Ogni investimento del cliente è un progetto per sé, per la sua famiglia e per il futuro, che spesso dimentica schiavo del "X" sul rendiconto annuale. Serve dare un nome agli importi, immaginare con il cliente cosa significa realmente quell'investimento nella sua vita

attenua la tendenza ad agire d'impulso. Nessun robotadvisor riesce a farlo, serve un rapporto umano. Se il denaro serve a mettere una cifra da parte per l'università di un figlio che inizierà nel 2031, dire che quell'importo investito si chiama "università Maria 2031" consente al cliente di visualizzare un'immagine che attenua l'impulsività. In psicologia cognitiva si chiama "imagery". È aiutare la persona a costruire e manipolare un'immagine mentale. Questo uso consapevole dalla visualizzazione riduce l'impulsività più di ogni grafico e tabella. È facile? No. È necessario in un paese con bassa cultura finanziaria, in cui una spinta all'immobilismo dopato da certezze temporanee da vincoli pronto termine trainate dal rialzo dei tassi, è il peggio che ci possa essere. ■

Molti istituti e consulenti propongono di lasciare denaro sul conto corrente garantendo un rendimento. Questo messaggio è un passo indietro nella crescita della cultura finanziaria


Fabrizio Vignati
Giornalista

Digitalizzazione, flessibilità e formazione per innovare i modelli di gestione del personale


Alessandro Castelli

Alessandro Castelli, direttore Risorse Umane, Comunicazione, ESG, Assetto Organizzativo, Property e Mobility Management di Crédit Agricole Vita e Crédit Agricole Assicurazioni, illustra una serie di modalità innovative di approccio all'HR management del settore insurance e spiega come la creazione della "cultura digitale" sia un formidabile strumento di employer branding.

Dottor Castelli, lei è stato uno dei primi HR manager a sperimentare i colloqui di lavoro in un ambiente digitale...

"Tra i vari strumenti innovativi che la tecnologia ci mette a disposizione – come realtà aumentata, intelligenza artificiale e realtà "mista" – il metaverso è uno di quelli di cui si sta parlando maggiormente. Il nostro approccio come Risorse Umane è che per fare talent attraction devi soprattutto essere innovativo

nei progetti. È quello che io sintetizzo col motto "feet in the ground, head in the future": cosa possiamo fare – già adesso – per essere pronti alle nuove tecnologie di domani? E così abbiamo sperimentato alcune nuove tecnologie già nei nostri processi attuali: non ci siamo limitati a studiare, ma abbiamo fatto dei test, dei progetti pilota concreti".

Quali altri esperimenti avete fatto?

"Ci siamo chiesti cosa vuol dire utilizzare la realtà aumentata nella comunicazione interna: abbiamo fatto alcune prove comunicando la parte operativa di mobility management, oggi molto importante anche in ottica ESG. I dipendenti con il loro smartphone hanno la possibilità di inquadrare un QR code e di vedere un video con il sottoscritto che spiega le opportunità legate alla mobilità sostenibile. Abbiamo iniziato a testare la tecnologia mettendola all'interno dei concetti esistenti".

Quali sono, secondo lei, i settori più promettenti in quest'ottica?

"Sicuramente la formazione. Stiamo studiando come applicare la realtà aumentata e la realtà virtuale anche in questo ambito, dove la user experience cresce in modo vertiginoso. Per testare la Robotic Process Automation (RPA), ad esempio, abbiamo applicato un bot al processo di verifica della formazione obbligatoria ottenendo ottimi risultati in termini di efficacia ed efficienza. Un altro ambito di sperimentazione, poi, è quello del performance management: abbiamo ricercato un tool ad hoc, che – tramite l'utilizzo di processi e applicativi digitali – ci consentirà di tracciare competenze ed esperienze. Il nostro obiettivo è permettere alle persone di imparare e crescere sempre più

digital. Vogliamo offrire una valutazione quasi immediata, nell'ottica di una sempre maggiore cultura del feedback continuo. Questo è solo un primo passo per andare verso un sistema informativo integrato (che tenga in considerazione – insieme – performance&feedback, learning&development, reward, advanced reporting, people & organization e talent acquisition) anche nell'Area Risorse Umane, dove una volta questi ambiti non rappresentavano degli aspetti rilevanti per la gestione nel loro insieme e nella loro importanza”.

In un mercato competitivo come quello dei servizi uno dei vostri obiettivi è attrarre i giovani talenti...

“Noi abbiamo avviato un grande progetto di revisione dell'employer branding, che nel post-pandemia è cambiato radicalmente: la talent attraction oggi passa anche dalla possibilità di fare il colloquio con mezzi sempre più digitali e non più solo in modalità tradizionale, oppure di dare la possibilità ai nuovi candidati di visitare – attraverso un virtual tour – la nuova sede in centro a Milano: un edificio ambientalmente sostenibile (tra i pochi in Italia certificati Leed platinum), ben collegato ai mezzi pubblici e strutturato per favorire l'interconnessione tra le persone e il coworking. Ma per noi è importante anche la talent retention e uno dei valori aggiunti per trattenere i talenti è accompagnare tutte le risorse nel digitale: attraverso una sperimentazione concreta prepariamo chi è dentro l'azienda ai trend futuri e facciamo employer branding all'esterno, facendo passare il messaggio che stiamo già lavorando su questi nuovi aspetti”.

Qual è la reazione dei dipendenti a queste sollecitazioni?

“La nostra è una realtà di bancassurance davvero dinamica, con un'età media sotto i quarant'anni e lo dimostra anche il recente inserimento di figure STEM legate alla parte digitale. Crediamo che i giovani talenti ci consentano di 'contaminare' positivamente in senso digitale anche chi è più resistente all'innovazione. Qualche opposizione al cambiamento, ovviamente, esiste – come è normale che sia – ma il

nostro compito è quello di sostenere le persone nel governo delle nuove tecnologie e di un approccio al digitale che non perda mai il volto umano, come recita il motto del nostro Gruppo: '100% umano, 100% digitale'. La tecnologia per noi è un fattore abilitante dei processi, che però sono e restano governati dalle persone”.

I giovani che si candidano ad entrare nel Gruppo immagino siano particolarmente attratti da questo approccio...

“Gli appartenenti alla Z Generation ne sono entusiasti ed hanno accolto positivamente il progetto pilota: venendo dalla 'cultura' del gaming digitale, non solo si sono subito trovati a loro agio su una piattaforma che assomiglia ad un videogioco, ma il passaggio attraverso la realtà virtuale ha permesso loro di superare facilmente la normale paura che accompagna il colloquio tradizionale, in video o in presenza. Un effetto positivo che abbiamo notato anche nella simulazione virtuale di una escape room (attraverso l'ambientazione di un treno): una sfida che questi giovani hanno affrontato tutti con molto autocontrollo e padronanza di sé. L'approccio vincente dell'employer branding con le nuove generazioni è avvicinarsi a loro con i loro strumenti comunicativi e tecnologici e non aspettare che siano loro a venire da te, come accadeva qualche decennio fa”.

Qual è, secondo lei, l'approccio vincente per integrare le nuove tecnologie nei processi aziendali?

“Oltre alle fasi di analisi e di studio che stiamo conducendo anche a livello di Gruppo e che, ovviamente, stanno portando avanti anche i competitor, quello che fa la differenza è soprattutto la volontà – il coraggio, direi – di fare esperimenti concreti, buttando il cuore oltre l'ostacolo per aiutare le persone a vincere le resistenze. In caso contrario, appena le piattaforme della realtà aumentata saranno collegate ai wearable – i dispositivi digitali indossabili, come gli smart glass – se non iniziassimo a sperimentarli, il gap culturale da colmare potrebbe essere troppo ampio. Ormai la velocità del cambiamento non si misura più in termini di decenni, ma di anni o, addirittura, di semestri”.

OLTRE MILLE PERSONE ALLA CONVENTION DI SARA ASSICURAZIONI

Grande partecipazione ed entusiasmo per la Convention "Adopting the Future" del Gruppo Sara Assicurazioni che si è svolta lo scorso 23 febbraio presso il Rome Cavalieri Waldorf Astoria, un appuntamento che ha visto il ritorno in presenza dopo quattro anni di incontri da remoto. Più di mille persone tra agenti, dipendenti e rappresentanti del mondo ACI hanno partecipato alla giornata di lavori, aperta dall'intervento del direttore generale di Sara Assicurazioni, Alberto Tosti e dai saluti dell'Ing. Angelo Sticchi Damiani, presidente di ACI e di Sara Assicurazioni, del prof. Piergiorgio Re, presidente Sara Vita, e dell'avv. Rosario Alessi, presidente onorario Sara Assicurazioni. L'incontro ha avuto diversi momenti di approfondimento, per riflettere sugli scenari futuri, sulle sfide del settore assicurativo e sulla piena finalizzazione del modello Omnicanale Sara. "Oggi Sara è una compagnia solida con una reputazione brillante, ma non possiamo accontentarci. Dobbiamo porci l'obiettivo di migliorare continuamente il livello della nostra customer experience su agenti e clienti per continuare ad essere profittevoli e competitivi a livello di mercato - commenta il direttore generale **Alberto Tosti** -. Questo è per noi il significato di Adopting the Future, il miglioramento continuo e la piena adozione degli strumenti tecnologici che abbiamo già a disposizione, per affrontare al meglio gli scenari in evoluzione". ■

CASSA CENTRALE SOCIO SOVVENTORE DI ITAS MUTUA

Itas Mutua e Cassa Centrale Banca (Ccb) rafforzano la propria collaborazione nell'importante settore della previdenza complementare; l'istituto di credito, inoltre, è divenuto socio sovventore con il versamento di 2,5 milioni di euro nel Fondo di garanzia della compagnia assicurativa trentina. Con l'entrata di Ccb nel capitale della Mutua, salgono a sei i Soci sovventori di Itas. Si tratta, oltre a Cassa Centrale Banca, di: Fondazione Cassa di Risparmio di Bolzano, Banca di Cividale, Intesa Sanpaolo, Cassa di Risparmio di Bolzano e Fondazione Cassa di Risparmio di Trento e Rovereto. A questi si aggiungono i due Soci sovventori

partner: la compagnia assicurativa tedesca VHV All-gemeine Versicherung e Hannover RE, riassicuratore di standing internazionale. Il rinnovo dell'accordo distributivo è anche un'ottima opportunità per Itas per consolidare la propria posizione in ambito welfare visto che già oggi Plurifonds si colloca tra i primi fondi previdenziali italiani e conta oltre 107mila aderenti con 1,1 miliardi di euro di asset gestiti e un tasso di crescita del 9% medio annuo. Grazie al rilancio dell'accordo Ccb continuerà a proporre il Fondo pensione Plurifonds di Itas Vita nella rete di sportelli del Gruppo. ■

DIGITALIZZAZIONE DELLE VENDITE: BANCHE E ASSICURAZIONI AL TOP

Le banche e le assicurazioni sono tra i settori più virtuosi nella digitalizzazione delle vendite e nel rapporto con i propri clienti. Le aziende del comparto finanziario sono più evolute da un punto di vista tecnologico e possiedono un livello di

integrazione tecnologica elevato. Inoltre, risultano essere più mature anche per quanto riguarda la tipologia di relazione instaurata con i propri clienti (74% del campione ha una relazione continuativa) e l'integrazione dei dati dei clienti

(il 95% ha raggiunto la Single Customer View). A rivelarlo è il rapporto "La digitalizzazione delle vendite in Italia-Banca & Insurance", realizzato dagli Osservatori Digital Innovation del Politecnico di Milano in collaborazione con Minsait. Il rap-

porto, che ha coinvolto in tutto 602 imprese e istituzioni italiane, analizza il livello di maturità della digitalizzazione dei canali di vendita in Italia, considerando aspetti quali: l'implementazione di nuovi punti di contatto, l'integrazione tra i canali online e offline, i sistemi di pagamento offerti, lo status della migrazione al Cloud e la cybersecurity. ■

S. C. C. COSTRUZIONI GENERALI



Tel. 0174/570011

fax 0173/570003

mail: info@scccostruzioni.com

Da 65 anni costruire è il nostro lavoro.
MOTEC, SOMOTER, B&M, CONICOS, GARBOLI
e dal 2009 S.C.C.

Capacità ed esperienze acquisite con la costruzione di strade, ponti e viadotti, gallerie, acquedotti e fognature, urbanizzazioni, edifici residenziali, artigianali, commerciali e industriali, alberghi, restauro e ristrutturazione di fabbricati.

In possesso di Certificazioni Qualità, sostenibilità e competenza;
Attestazione rating di legalità; Iscrizione nella white list e nell'Albo Nazionale Gestori Ambientali; Attestazione SOA.

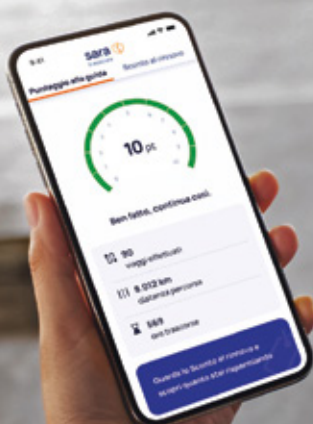




sicurezza



Sara, assicurazione dell'ACI dal 1946.



tecnologia



La scatola nera connessa all'app
che premia il tuo stile di guida.

risparmio



Canone del telepedaggio incluso.

Sara è l'assicurazione dell'ACI dal 1946. Per questo, da sempre, mette al centro la tua sicurezza su strada e ti offre soluzioni innovative. Scegli la tecnologia delle polizze auto che ti fa risparmiare con la scatola nera o il canone del telepedaggio incluso. **Sara Assicurazioni e ACI: la mobilità nel DNA, la sicurezza stradale nel cuore.**

sara
ti assicura



Prima della sottoscrizione leggere il set informativo disponibile in agenzia o su sara.it