

#129

MAGGIO-GIUGNO 2026

INSURANCE REVIEW

Strategie e innovazione per
il settore assicurativo

LA TEMPESTA DEMOGRAFICA PERFETTA

ATTUALITÀ

12 Governare
l'imprevedibile, la
missione dei cda

DISTRIBUZIONE

22 GAH, prosegue
l'era di Durini

INNOVATION LAB

38 Clima, sul rischio
si può giocare
d'anticipo

SPECIALE

52 RISPARMIO
& PREVIDENZA
Un paese ricco
ma immobile



I convegni di Insurance Connect

L'attività convegnistica di **Insurance Connect**, in continuo sviluppo ed evoluzione, si rivolge prevalentemente a un target B2B. I convegni sono destinati a un **pubblico specializzato** con apertura a figure professionali provenienti dal mondo economico, industriale, finanziario, giuridico-legale e della formazione.

Oltre a rappresentare un'**importante occasione di incontro e confronto diretto**, i nostri convegni sono veri e propri momenti di formazione e aggiornamento. I temi che sviluppiamo sono scelti tra gli argomenti di attualità e maggiore interesse, allo scopo di interpretare i cambiamenti e le necessità latenti.

La qualità contenutistica è garantita anche grazie al coinvolgimento, in qualità di relatori, di **rappresentanti di spicco del settore assicurativo**, economico e giuridico.

www.insurancetrade.it



a partner of



**03 EDITORIALE**

Gli intermediari alla prova dell'inverno demografico

12 ATTUALITÀ

Governare l'imprevedibile, la missione dei cda

16

AI, clima e nuovi equilibri: le sfide che plasmeranno i prossimi 25 anni

20 DISTRIBUZIONE

Le attività dell'Enbass per il prossimo triennio

22

GAH, prosegue l'era di Durini

26 DOSSIER

La tempesta demografica perfetta

30

Le opportunità della longevity economy

32

Le domande della demografia

34

La vita lunga piace, nonostante le sfide

36

L'età dell'age management

38 INNOVATION LAB

Clima, sul rischio si può giocare d'anticipo

42 RISK MANAGEMENT

Sicurezza digitale e prevenzione delle frodi: le possibilità del sistema Scipafi

45 BROKER

Se la polizza diventa una commodity

48 ESPERIENZE

Uno score Esg per le polizze

52 SPECIALE**RISPARMIO & PREVIDENZA**

Un paese ricco ma immobile

56

Ecco la nuova previdenza complementare

58

Assicurazioni per l'economia reale

60 TREND

Il futuro sbagliato della mobilità

62 TECNOLOGIA & SERVIZI

Il comparto assicurativo è il principale utilizzatore di AI

04 BREVI**10 PERITI**

La multidisciplinarietà del perito

RUBRICHE





GLI INTERMEDIARI ALLA PROVA DELL'INVERNO DEMOGRAFICO

Ricordate quando, fino a qualche anno fa, la terza età veniva spesso descritta come una fase della vita in cui godersi le giornate, pensare al proprio benessere, concedersi qualche lusso mai accessibile durante i lunghi anni di lavoro, gestire il proprio tempo finalmente per vivere a pieno secondo i propri desideri personali? In pochi anni a questa visione del futuro da pensionati si è drammaticamente sostituita una realtà che disegna la prospettiva di longevità sempre più con il rischio di sopravvivere ai nostri risparmi, di dover affrontare precarietà economica, non autosufficienza, solitudine e abbandono.

Attraverso tutte le generazioni, dai Baby Boomer ai Millennial, dalla Gen X alla Gen Z, la vecchiaia incute timori diversi: paura di una condizione di salute precaria, di risorse economiche insufficienti, della sofferenza di persone care bisognose di cure, paura di dover lavorare sempre più a lungo. Parliamo di preoccupazioni che diversi studi sul tema quantificano con dettagliate percentuali per descrivere la percezione dei rischi da parte di generazioni più o meno giovani, più o meno vicine alla pensione. Ma la popolazione italiana, in un paese che invecchia molto rapidamente, ha reale consapevolezza



Maria Rosa Alaggio

del peso del tanto discusso “inverno demografico” e della più grande transizione demografica di tutti i tempi, a cui stiamo assistendo?

Il settore assicurativo è stretto tra i numeri quantitativi che illustrano questo fenomeno sociale e la necessità di interventi legislativi che, al di là del *Decreto Anziani* o dell'adesione automatica al mercato della previdenza complementare per i nuovi assunti (che pure hanno valenza significativa), sappiano introdurre a livello di sistema misure più coraggiose, per esempio per la gestione della non autosufficienza.

E proprio in tema di sanità e di non autosufficienza le compagnie sono da tempo impegnate a sviluppare soluzioni e servizi, facendo leva sul contributo della tecnologia e su partnership diversificate, per riuscire a integrare un sistema di welfare pubblico che arranca nel sostenere le necessità e le urgenze dei cittadini. L'attenzione crescente spazia da servizi per la prevenzione, per l'accesso alle visite mediche e a programmi di cura attraverso network specializzati e sempre più capillarmente attivi sul territorio.

Nelle intenzioni delle compagnie, al centro restano le esigenze della clientela, la flessibilità dell'offerta, l'accessibilità a servizi a valore aggiunto. Ma spicca anche l'interrogativo su quanto queste azioni si stiano traducendo in reale capacità di cogliere le potenzialità introdotte dal fenomeno della transizione demografica. Per farlo serve, oggi più che mai, valorizzare la componente di consulenza, vale a dire degli intermediari, ai quali fornire sì strumenti tecnologici e nuovi prodotti, ma soprattutto programmi di formazione e iniziative di sensibilizzazione della clientela, utili a suscitare la domanda e a condurre il cliente a comprendere esigenze oggi inesprese. E riuscire così a restituire un'idea positiva di futuro e di fiducia verso le soluzioni assicurative disponibili per affrontarlo.



UNIPOL, IL 2026 SI APRE BENE

L'utile netto consolidato del gruppo si attesta nel primo trimestre dell'anno a 329 milioni di euro

Il gruppo **Unipol** ha chiuso il primo trimestre 2026 con un utile netto consolidato di 329 milioni di euro, in crescita del 15,4% su base annua. Considerando anche il contributo della partecipazione in **Bper Banca**, il risultato complessivo sale a 433 milioni di euro.

La raccolta diretta assicurativa, al netto delle cessioni in riassicurazione, è arrivata a 4,8 miliardi di euro, mettendo a segno un rialzo normalizzato del 7,1% rispetto ai primi tre mesi dello scorso anno. A trainare la performance è soprattutto il ramo vita, che chiude il trimestre con una raccolta di 2,3 miliardi di euro e una crescita dell'11,2% su base annua, grazie al positivo contributo arrivato dal canale bancassicurativo e dalla rete agenziale. Bene anche il ramo danni, che registra una crescita del 3,5% e una performance complessiva di 2,5 miliardi di euro. L'indice di solvibilità è pari al 248%, mentre il patrimonio netto consolidato arriva a sfiorare la soglia dei 12 miliardi di euro.

GENERALI.IT SI RINNOVA

La piattaforma della compagnia è stata ridisegnata per offrire un'esperienza più semplice e accessibile

Generali Italia rinnova il proprio sito web. La compagnia ha annunciato che la piattaforma digitale *Generali.it* è stata ridisegnata e progettata per offrire, come si legge in una nota stampa, "un'esperienza più semplice, accessibile e coerente con i valori di Generali, integrando contenuti, servizi e funzionalità in un ecosistema digitale evoluto e orientato ai bisogni delle persone". Il nuovo sito nasce da un percorso strutturato di analisi e progettazione che ha coinvolto competenze trasversali (digital, IT, comunicazione, user experience, contenuti e compliance) con l'obiettivo, prosegue la nota, di "garantire eccellenza di servizio e una customer experience sempre più efficace e personalizzata".

La compagnia sottolinea che l'evoluzione di *Generali.it* si traduce in "un'architettura dell'informazione semplificata, una navigazione più intuitiva e orientata all'utente in tutte le fasi del customer journey, contenuti chiari e trasparenti, e l'integrazione di servizi digitali e area clienti, per una gestione fluida e continuativa delle esigenze assicurative".

CCNL ANIA, C'È L'ACCORDO

L'intesa unisce valorizzazione del lavoro, sostenibilità e competitività delle imprese

Via libera all'accordo per il rinnovo del contratto collettivo nazionale di lavoro del settore assicurativo e assistenza, più conosciuto come *Ccnl Ania*. La firma è arrivata al termine di un confronto articolato fra **Ania** e le parti sociali, rappresentate da **Fisac Cgil**, **First Cisl**, **Fna**, **Snfia** e **Uilca**. La delegazione dell'Ania era guidata da **Matteo Campaner**, amministratore delegato di **Vittoria Assicurazioni**. L'intesa scadrà il 31 maggio 2028. Si tratta, come spiega Ania in una nota, di "un risultato di equilibrio e responsabilità, capace di fornire risposte concrete sia alle esigenze delle lavoratrici e dei lavoratori sia alla necessità delle imprese di operare in un quadro di sostenibilità economica, organizzativa e competitiva". Fra le misure approvate, un aumento retributivo

di 280 euro nell'orizzonte 2026-28, un importo a titolo di *una tantum* di mille euro e interventi mirati di conciliazione vita-lavoro, inclusione e pari opportunità.



© cottonbro studio - Pexels



© Furkan Aktaş - Pexels

RACCOLTA PREMI, GENERALI ANCORA IN TESTA

Il Leone di Trieste si conferma al vertice della classifica stilata dall'Ania

Generali si conferma il primo gruppo assicurativo in Italia per raccolta premi. Lo certifica l'ultima edizione del tradizionale rapporto *Premi del lavoro diretto italiano*, pubblicato come ogni anno dall'**Ania**. Dietro Generali si piazzano **Intesa Sanpaolo Assicurazioni** e **Poste Vita**, mentre **Unipol** e **Allianz** completano la top 5 del settore.

“La raccolta premi di oltre 180 miliardi in Italia nel 2025, in crescita del 7,8% rispetto al 2024, ci dice che sempre più famiglie e imprese utilizzano l'assicurazione per proteggersi dai rischi o ottenere prestazioni di risparmio, previdenza e assistenza sanitaria integrativa”, ha commentato **Giovanni Liverani**, presidente dell'**Ania**. “È un dato positivo perché mette in sicurezza milioni di famiglie e imprese italiane dai rischi di qualsiasi natura. Un'Italia più protetta – ha concluso – è più forte e competitiva”.

IVASS, MENO RECLAMI NEL 2025

Il conto si è fermato a 108mila rimostranze, il 5,4% in meno rispetto all'anno precedente

Il mercato assicurativo in Italia ha ricevuto nel 2025 un totale di circa 108mila reclami, registrando un calo del 5,4% rispetto all'anno precedente. Lo certifica l'**Ivass** nella sua ultima rilevazione statistica, evidenziando come il calo sia dettato principalmente dal -9,5% fatto segnare dalle imprese italiane, mentre le compagnie estere hanno registrato un aumento del 15,3% su base annua. Il 47,5% dei reclami ha riguardato l'Rc auto, il 40% gli altri rami danni e il restante 12,5% il ramo vita.

RC AUTO, NON SI TORNA ALLA TARIFFA AMMINISTRATA

Lo ha affermato il ministro delle Imprese e del made in Italy Adolfo Urso

Il ritorno alla tariffa amministrata nel business dell'Rc auto “non è oggi praticabile”. Lo ha affermato **Adolfo Urso**, ministro delle Imprese e del made in Italy, intervenendo nel corso di un question time alla Camera dei deputati. “Il quadro europeo, con il principio della libera fissazione dei prezzi e delle iniziative di questo tipo, esporrebbe l'Italia a procedure di infrazione in sede comunitaria, con costi – ha proseguito – che finirebbero comunque per ricadere sui cittadini”.

Il ministro ha detto comunque di apprezzare il suggerimento dell'onorevole **Francesco Emilio Borrelli**, autore dell'interrogazione parlamentare, di “dare rilevanza in termini tariffari ai comportamenti virtuosi degli assicurati che, pur circolando in territorio a elevato rischio come la Campania, dimostrano di non aver avuto sinistri per un lungo lasso temporale”. Urso ha aggiunto di voler esercitare “un'apposita *moral suasion* nei confronti delle compagnie assicurative per contrastare fenomeni distorsivi e premiare maggiormente gli automobilisti più prudenti e meritevoli, in modo che non siano penalizzati in ragione della sola residenza”.

Il 29,8% dei reclami, secondo i dati dell'**Ivass**, è stato accolto, l'8% si è concluso con una transazione e il 62% è stato invece respinto. Il tempo medio di risposta è stato pari a 21 giorni, inferiore di oltre la metà rispetto al termine massimo di 45 giorni previsto dalla normativa.

ALLIANZ, UN'ALTRA TRIMESTRALE DA RECORD

Il profitto operativo nel primo trimestre del 2026 ha raggiunto il nuovo massimo storico di 4,5 miliardi di euro

Il gruppo **Allianz** apre il 2026 con risultati da record. Il profitto operativo nel primo trimestre dell'anno ha toccato il nuovo

massimo storico di 4,5 miliardi di euro, registrando una crescita del 6,6% rispetto allo stesso periodo del 2025. Il giro di affari complessivo si è attestato a 53 miliardi di euro, con una crescita normalizzata del 3,5%, grazie soprattutto alle solide performance messe a segno nel business danni e nell'asset management. L'utile netto è ammontato 3,8 miliardi di euro, in decisa crescita (+48,4%) rispetto al primo trimestre del 2025 a seguito della cessione delle joint venture della società in India. Depurata dagli effetti di una simile operazione straordinaria, la performance risulta comunque in rialzo di un solido +7% su base annua.

In miglioramento anche la posizione patrimoniale, con l'indice di solvibilità che sale di due punti percentuali rispetto alla fine del 2025 e raggiunge ora quota 221%. La società ha quindi confermato il target di un profitto operativo di 17,4 miliardi di euro per l'intero 2026.

HISCOX APPRODA IN ITALIA

La filiale del gruppo internazionale sarà guidata dal managing director Massimo Fedeli

Il gruppo **Hiscox** approda in Italia. La società ha annunciato l'apertura della nuova branch operativa **Hiscox Italia**. A guidarla sarà **Massimo Fedeli**, nominato managing director della società dopo una lunga esperienza all'interno del **Gruppo Helvetia Italia**. L'apertura della branch, spiega un comunicato di Hiscox, "rafforza ulteriormente il presidio del gruppo sul mercato italiano, avviato nel 2025 con l'acquisizione di **Lokky**, piattaforma assicurativa digitale per freelance e microimprese che continuerà a operare con il marchio Lokky". Attraverso la filiale italiana, Hiscox inizialmente proporrà soluzioni specialistiche, tra cui Rc professionale, Rc generale, coperture cyber e property, sviluppate per supportare un ampio ventaglio di Pmi italiane operanti in settori professionali regolamentati e non.

Per Fedeli, l'apertura di Hiscox Italia rappresenta "un passo fondamentale per il gruppo e un momento che mi inorgoglisce personalmente".

ZURICH, UN TRIMESTRE IN SALUTE

Il gruppo beneficia delle positive performance registrate in vari ambiti di business

Risultati molto positivi per il gruppo **Zurich** nel primo trimestre del 2026. Il business vita ha registrato una crescita molto redditizia, con premi lordi in aumento del 5%, grazie soprattutto al +9% fatto segnare dal segmento della protection. Ancora meglio fa il business danni, che mette a segno premi lordi in crescita dell'8% su base annua. Positivo anche il contributo di **Farmers Management Services**, che registra ricavi da commissione in rialzo del 4% sulla scia di quanto messo a bilancio da **Farmers Exchange** e dalle società di intermediazione. L'indice di solvibilità si attesta al 265%.

"Tutte le nostre attività hanno iniziato l'anno con slancio, con una crescita in accelerazione nelle linee di business e nei segmenti di clientela prioritari, tra cui specialty, middle market e vita protection", ha affermato la group cfo **Claudia Cordioli**. "Insieme alla nostra diversificazione geografica – ha proseguito – questi risultati confermano la resilienza del nostro modello di business e la forza del nostro franchise".

INTESA SANPAOLO, RECORD DELL'UTILE NETTO

Molto positivo anche il contributo che arriva dalla divisione Intesa Sanpaolo Assicurazioni

Trimestrale da record per **Intesa Sanpaolo**. La società ha chiuso i primi tre mesi del 2026 con utile netto al nuovo mas-



© Hiscox

Massimo Fedeli, managing director di Hiscox

UN NUOVO PRESIDENTE PER FONAGE

Sergio Sterbini raccoglie il testimone da Francesco Libutti

Sergio Sterbini è il nuovo presidente del **Fonage**. La nomina è arrivata in occasione della prima seduta del nuovo consiglio di amministrazione del fondo pensione degli agenti assicurativi. La carica di vice presidente è andata a **Umberto Guidoni**, co-direttore generale dell'**Ania**. Completano il board Gennarino Cafagna, Salvatore Palma, Angelo Agnelli e Claudio Belletti, mentre il collegio dei sindaci è composto da Roberto Munno, in qualità di presidente, Giuseppe Alpestri, Silvia Carofalo e Omero Martella.

simo storico di 2,8 miliardi di euro, in rialzo del 6% su base annua. Bene anche i proventi netti, che raggiungono quota 7,2 miliardi di euro grazie a una crescita del 5,3% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. Molto positiva la performance nell'ambito del wealth management, che si impone come quello che una nota stampa definisce "uno dei principali motori di crescita del gruppo, con un contributo crescente ai ricavi attraverso commissioni e attività assicurativa".

E proprio l'attività assicurativa contribuisce in maniera molto positiva alla performance complessiva della società. **Intesa Sanpaolo Assicurazioni** ha registrato una produzione lorda vita di oltre 4,6 miliardi di euro, in deciso aumento rispetto ai 4,2 miliardi del primo trimestre del 2025. Il risultato netto consolidato del gruppo assicurativo è pari a 275,8 milioni di euro, in rialzo del 5,4% su base annua.

MUNICH RE VOLA NEL PRIMO TRIMESTRE

Utile netto sopra gli 1,7 miliardi di euro nei primi tre mesi del 2026

Munich Re ha chiuso benissimo i primi tre mesi del 2026. L'utile netto ha superato la soglia degli 1,7 miliardi di euro, confermando le stime degli analisti e mettendo a segno un balzo del 57% su base annua. Il risultato tecnico si attesta a più di 2,6 miliardi, grazie soprattutto alla riduzione delle spese per sinistri di rilievo nel settore riassicurativo, rimaste

Sterbini raccoglie così il testimone che era stato per dieci anni in mano a **Francesco Libutti**. Quest'ultimo ha espresso "piena soddisfazione per il percorso e per i risultati raggiunti in questi anni di mandato dopo la fase di commissariamento". Il fondo ha chiuso il 2025 con un avanzo tecnico di 176,2 milioni di euro.



Sergio Sterbini, presidente del **Fonage**

ferme a 130 milioni di euro. I ricavi derivanti dai contratti assicurativi emessi sono diminuiti a 15 miliardi, principalmente a causa di effetti negativi sulla conversione valutaria. La controllata **Ergo** ha contribuito per 235 milioni di euro all'utile netto del gruppo. L'indice di solvibilità è arrivato al 292%. Forte dei risultati raggiunti, la società ha confermato i target fissati per l'intero anno, con l'utile netto che, secondo le aspettative del colosso bavarese della riassicurazione, dovrebbe arrivare a 6,3 miliardi di euro alla fine del 2026.

ASSIMOCO, BENE LA RACCOLTA NEL 2025

La società ha registrato lo scorso anno una performance complessiva di 1,8 miliardi di euro

Il gruppo **Assimoco** ha chiuso il 2025 con una raccolta premi complessiva di 1,8 miliardi di euro, in decisa crescita (+23%) rispetto all'anno precedente. La performance, come sottolinea una nota stampa, "riflette l'espansione commerciale su tutti i comparti, il rafforzamento strutturale della partnership con il sistema del credito cooperativo e un deciso miglioramento della redditività tecnica". Nel dettaglio, il combined ratio della capogruppo ha registrato una flessione di 3,5 punti percentuali e si è fermato al 90,7%. L'utile netto consolidato

ha raggiunto 12,9 milioni di euro, in aumento del 60% rispetto al 2024, mentre il patrimonio netto si è attestato a 503 milioni di euro.

Secondo la direttrice generale **Mirella Maffei**, la crescita importante di tutte le compagnie del gruppo, contestualmente al miglioramento trasversale della redditività “testimoniano l’efficacia di scelte gestionali improntate a qualità ed efficienza”.

ECCO X UNDERWRITING

Una nuova mga indipendente per i rischi specialistici: a guidarla il general manager Alessandro Cianelli

Fa il proprio debutto sul mercato assicurativo italiano **X Underwriting**, una nuova mga indipendente che sarà focalizzata nella sottoscrizione di rischi specialistici per conto di primari mercati assicurativi nazionali e internazionali. X Underwriting si propone come partner strategico per broker e agenti di assicurazione, offrendo soluzioni su misura in segmenti ad alta complessità, come financial lines e medical malpractice. La società, spiega una nota, “combina un elevato know-how tecnico e tecnologia di ultima generazione per semplificare l’intero ciclo di vita della polizza e garantire agli intermediari maggiore efficienza operativa”.

A guidarla è il general manager **Alessandro Cianelli**, che così commenta l’avvio delle operazioni: “X Underwriting nasce con l’obiettivo di essere una realtà snella ed efficace. Grazie alle ampie autonomie sottoscritive, offriamo prodotti ad elevato contenuto tecnico, risposte rapide ed efficaci anche sui rischi più complessi, con l’ambizione di diventare un vero punto di riferimento per i nostri X-Partners”.

REALE MUTUA, ANCORA PIÙ VANTAGGI

L’assemblea ha approvato il riconoscimento di vantaggi mutualistici per 30 milioni di euro

L’assemblea dei delegati di **Reale Group** ha deliberato il riconoscimento di vantaggi mutualistici per 30 milioni di euro a una platea di oltre 650mila soci assicurati. La cifra si somma ai 10,7 milioni di euro che erano già stati approvati a novembre, portando così a quasi 41 milioni di euro i vantaggi mutualistici concessi dalla società. Si tratta, come ha specificato il direttore generale **Luca Filippone** di “una quota record nella storia della nostra mutua”. Del resto, il traguardo è stato raggiunto proprio nell’anno in cui la società ha centrato i risultati migliori di sempre: il 2025 si è chiuso con un utile consolidato di 320,5 milioni di euro, in crescita del 45,5% su base annua,



© Reale Group

Luca Filippone, dg di Reale Group

premi complessivi per 6,6 miliardi di euro e un indice di solvibilità del 338,1%.

“Il 2025 è stato un anno di risultati eccellenti per Reale Group, ma il dato di cui siamo più orgogliosi è ciò che quei risultati ci permettono di fare: restituire parte degli utili ai nostri soci assicurati con i vantaggi mutualistici”, ha commentato Filippone.

PERFORMANCE POSITIVA PER HDI GLOBAL

Utile netto in crescita dell’8% nel primo trimestre dell’anno

Si apre bene il 2026 di **Hdi Global**. La società ha comunicato di aver realizzato nel primo trimestre dell’anno un utile netto di 152 milioni di euro, in crescita dell’8% su base annua. Bene anche l’utile operativo, che si attesta a 207 milioni di euro, e il combined ratio, che resta sostanzialmente stabile al 91%. I numeri, come ha commentato **Edgar Puls**, ceo di Hdi Global, “riflettono un inizio d’anno redditizio in un contesto di mercato esigente”.

I ricavi assicurativi sono rimasti sostanzialmente invariati rispetto allo scorso anno, mantenendosi attorno alla soglia dei 2,5 miliardi di euro. Stabile anche il risultato dei servizi assicurativi, con una performance da 224 milioni di euro. In diminuzione invece il costo per i sinistri di grande entità, rimasto fermo a 58 milioni di euro e praticamente dimezzato rispetto ai 102 milioni di euro del primo trimestre del 2025. Il Roe si è attestato al 17,9%, in calo del 18,4%. “La nostra redditività rimane solida”, ha aggiunto Puls.

AREA BROKER ACQUISISCE MORGAN & MORGAN

L'operazione culminerà in una fusione per incorporazione

Area Broker ha annunciato di aver acquisito il pieno controllo di **Morgan & Morgan**, società fondata nel 1991 con sede a Cologniano e uffici a Milano e San Marino. Le due società hanno già comunicato che la transazione culminerà in una fusione per incorporazione di Morgan & Morgan in Area Broker. “Sono felice di poter accogliere il team di Morgan & Morgan”, ha dichiarato **Stefano Sidoli**, presidente di Area Broker. “Il loro ingresso conferma la nostra presenza in Veneto, una delle regioni più floride e dinamiche d'Italia, caratterizzata da un tessuto economico vivace e fortemente diversificato: l'integrazione delle nostre realtà – ha proseguito – permetterà di offrire ad aziende, professionisti ed enti del territorio un servizio di eccellenza, sempre più completo e altamente specializzato”.

Per **Morgan Moras**, fondatore di Morgan & Morgan insieme ai soci **Nadia Rizzo** e **Loris Trento**, “entrare a far parte di Area Broker rappresenta una grande opportunità di crescita”.

ANDIA, PAOLO AICARDI ANCORA PRESIDENTE

Il manager resterà al vertice dell'associazione fino al 2028

Un altro mandato al vertice di **Andia** per **Paolo Aicardi**. La conferma è arrivata in occasione dell'ultima assemblea dell'associazione nazionale dei dirigenti delle imprese assicurative: Aicardi resterà presidente fino al 2028. Riconfermati anche **Dario Scrosoppi**, che mantiene l'incarico di vice presidente, e **Pietro Santi**, presidente della commissione *Relazioni Industriali*, a cui si sommano, come specifica una nota stampa, nuovi giovani manager, con una numerosa e qualificata presenza femminile.

“Da alcuni anni, la nostra società e il nostro paese si devono confrontare con continui e importanti cambiamenti”, ha commentato Aicardi. “Le crisi geopolitiche in atto, le continue evoluzioni dei mercati finanziari, la richiesta e la necessità di più welfare e l'intelligenza artificiale – ha aggiunto – sono temi che chiamano a raccolta le migliori professionalità e le nuove generazioni di manager”.

TANTE ALTRE NEWS SU INSURANCETRADE.IT

Usa il qr code qui sotto per accedere alla homepage e iniziare a navigare

Sul portale www.insurancetrade.it è possibile trovare numerose altre news riguardanti il mercato, le compagnie, la distribuzione, la normativa e tutte le novità legate al settore assicurativo. Le notizie della sezione *Brevi* sono inoltre approfondite on line sul sito. Collegati con smartphone o tablet per accedere alla homepage, dalla quale puoi navigare liberamente. Nel mese di maggio i contenuti più visti sul sito sono stati: l'agenda del convegno *Innovation Summit 2026*; l'articolo *Prosegue la trattativa sul Ccnl Ania*; la notizia *Arch Insurance Italia apre un nuovo ufficio a Milano*; la news *Ivass, gli aggiornamenti su Dallbogg*; e l'articolo *Edge Group si prende De Filippis Broker*.

Puoi anche registrarti gratuitamente e scegliere di ricevere via email ogni giorno il quotidiano di settore *Insurance Daily* e la newsletter settimanale. Insurancetrade.it non è solo un sito di informazione, ma una vera e propria community, presente sui principali social network, come Facebook, Twitter e LinkedIn.

Nel mese di maggio i contenuti più cliccati sulla pagina Facebook di *Insurance Review* sono stati: l'articolo *Rc, una sfida culturale per le imprese*; l'editoriale *Intelligenza artificiale e valore umano: una convivenza possibile?*; e la notizia *Guy Carpenter, pronti per la trasformazione*.

I contenuti di *Insurance Review* più visualizzati su LinkedIn sono stati: l'articolo *Algorithmic underwriting per le polizze D&O*; l'articolo *Il canale che orienta il mercato vita e le nuove sfide della distribuzione*; e la notizia *I broker alla ricerca di giovani talenti*.





LA MULTIDISCIPLINARIETÀ DEL PERITO

IL LOSS ADJUSTER DEVE CONOSCERE IL CONTESTO IN CUI OPERA, RACCOGLIERE GLI APPROFONDIMENTI, MIGLIORARE LA VISUALE D'INSIEME E QUINDI CONFRONTARSI PER LA POSSIBILE SOLUZIONE. TUTTI GLI ASPETTI TECNICI, SPECIALISTICI E PARTICOLARI DI UN SINISTRO DEVONO TROVARE UNA COLLOCAZIONE E UNA SINTESI NEL VALORE DEL DANNO (ESTIMO) E NEL CONTRATTO DI ASSICURAZIONE (DIRITTO). ATTIVITÀ COMPLESSE PER CUI SERVONO PROFESSIONISTI RICONOSCIUTI

di **Paolo Andreoli**,
consigliere di Aipai

C' è stato un momento storico, non tanti anni fa, in cui le attività professionali in genere venivano invitate a essere sempre più specifiche, settoriali. Tecnici di ogni formazione dovevano forzatamente specializzarsi per emergere; le conoscenze multisettoriali venivano considerate con sospetto se non ritenute approssimative: ognuno doveva sapere tutto di poco per proporsi in maniera qualificata.

Oggi, per fortuna, non è più così. Le competenze specialistiche sono ugualmente molto importanti e caratterizzanti, ma in un contesto di conoscenza ed esperienza generale insostituibile, per poterle valorizzare e calare nei contesti più disparati con ragionevole possibilità di successo.

Il processo tecnico viene oggi implementato dalla necessità di completare la specifica conoscenza con un valore

aggiunto: che dalla nozione si arrivi alla soluzione. Il nozionismo tecnico inevitabilmente non porta con sé la soluzione; al massimo inquadra il problema in modo corretto da quel punto di vista, ma ci vuole dell'altro per fare un passo avanti.

La caratteristica attività del perito rimane l'estimo, che per sua natura ha necessità di avere fondamenti in diverse discipline; per poter stimare qualcosa è necessario avere una conoscenza almeno generica del bene stesso, della sua costituzione e suo funzionamento. Altra componente fondamentale dell'attività peritale è la conoscenza del contratto di assicurazione, che fonda la sua struttura nel Codice Civile.

UN VASTO AMBITO DI CONOSCENZA

Questa sintesi aiuta a dare un'idea del vasto ambito di conoscenza a cui un perito deve necessariamente riferirsi per

portare a termine il proprio incarico, con la consapevolezza di non potersi approcciare quale esperto di ognuna delle possibili discipline affrontate. Nell'ottica della tendenza di qualche anno fa, si era arrivati a considerare la possibile soluzione di un problema come somma delle consulenze specialistiche redatte da più soggetti, ognuno esperto nel proprio ambito, ma in tale contesto il risultato atteso rischia di rimanere una chimera se qualcuno non tira le fila e inquadra i singoli pareri in un'ottica reale e operativa.

Questa è l'attività tipica del perito: conoscere il contesto in cui si opera, raccogliere gli approfondimenti necessari, poi fare due passi indietro per migliorare la visuale d'insieme e quindi confrontarsi per la possibile soluzione.

Tutti gli aspetti tecnici specialistici e particolari di un problema, di un sinistro, per l'attività peritale devono trovare una collocazione e sintesi nel valore del danno (estimo) e nel contratto di

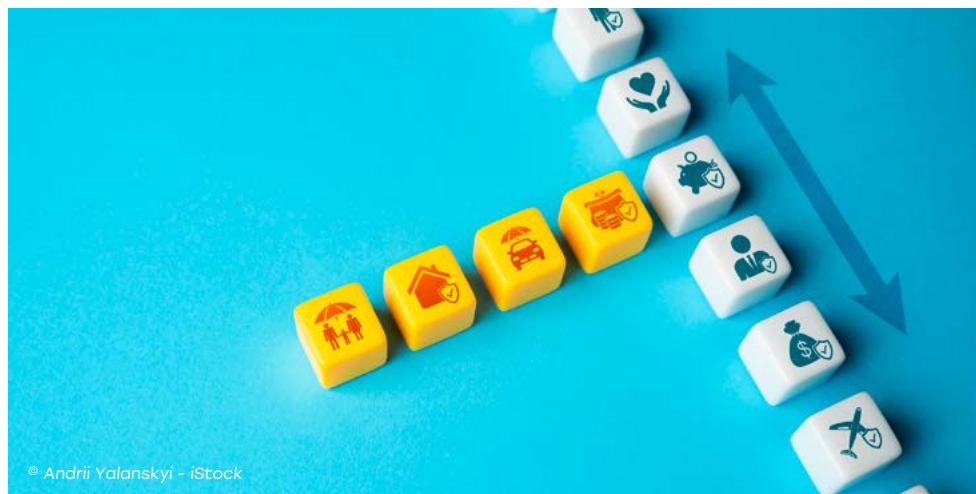
assicurazione (diritto). Questo risultato si raggiunge con lo studio del contratto di assicurazione, con la conoscenza dell'estimo e con la curiosità che ognuno di noi periti deve avere per tutti gli ambiti che incontra ogni giorno durante l'attività peritale, con una evidente necessità di esporre per diverso tempo le proprie conoscenze e attitudini al lavoro quotidiano (esperienza).

ALBO PERITALE: DOVE SI STA ANDANDO

Per due motivi ho voluto precisare questo schema sintetico, probabilmente riduttivo, dell'operato peritale in ambito assicurativo: uno riguarda la costituzione dell'albo peritale in ambito polizza obbligatoria catastrofi naturali, l'altro riguarda l'attuazione di processi peritali evoluti tramite tecnologie di intelligenza artificiale.

Nel primo caso abbiamo assistito all'assalto da parte di ogni settore tecnico professionale, tramite i propri organi di rappresentanza, alla commissione parlamentare preposta, per rivendicare le competenze dei propri tecnici associati, con conoscenze specifiche tali da dover essere considerate necessarie ed insostituibili allo scopo della costituzione del ruolo.

Non entro in dettagli, ma risulta evidente il tentativo di rivendicare, in modo anacronistico, le assolute conoscenze specifiche senza considerare che si tratta di una materia multidisciplinare molto più complessa e articolata, con possibili riflessi diretti sui cittadini o meglio, al momento, sulla finanza delle aziende coinvolte. Auspico una attenta riflessione, sperando che non sfoci in un *tutti dentro* per non scontentare nessuno, rischiando di esporre la società civile a gravi conseguenze.



© Andrii Yalanskyi - iStock

Purtroppo, il decreto legge è stato già approvato con un testo a mio parere discutibile; speriamo che i regolamenti attuativi rendano più giustizia al lavoro di insieme necessario per espletare il ruolo atteso.

L'UTILIZZO DELL'AI NELLE PERIZIE

La seconda ragione per cui ho ritenuto utile esporre lo schema di competenza del perito, riguarda l'applicazione di tecnologie di intelligenza artificiale nel settore delle perizie. Intanto va chiarito subito un punto: a mio parere ben venga ogni sviluppo tecnologico di qualsiasi livello, che porti un vantaggio alla funzione del sistema, sia agli assicurati che agli assicuratori.

Di conseguenza, però, è necessario definire la valenza e l'ambito di competenza di tali tecnologie.

L'intelligenza artificiale ha il sapore del brodo fatto con il dado. Non possiamo farne a meno tutti i giorni, per praticità, velocità, costo, efficacia; ma non è la stessa cosa di un brodo di carne. Lo ripeto e lo sottolineo: non è la stessa cosa. Se su questo siamo d'accordo, ogni confronto risulterà più semplice.

La capacità di analisi del contesto, di tutti i fattori, delle opportunità e degli impedimenti, è propria del fattore umano, compreso anche l'eventuale errore o la possibile propensione all'arrangiarsi.

La consapevolezza che lo strumento tecnologico evoluto possa migliorare le condizioni di esercizio (di tutti), ma non debba essere ritenuto un sostituto della capacità di analisi propria dell'uomo, è ben rappresentata dal recente istituto dell'Arbitro assicurativo: non mi sembra che sia stata valutata la proposta di far compiere tale funzione all'AI.

Per questo rimango fiducioso. La nostra convinzione (in **Aipai**) è quella di insistere sul costante aggiornamento professionale, spaziando da temi tecnici a temi di carattere giuridico o economico, certi che i periti debbano essere in grado di comprendere diverse discipline, senza la presunzione di aver assunto conoscenze specifiche.

Cogliendo questa differenza, saremo in grado di capire la reale qualità del nostro lavoro, che non è quella di tentare di sostituirci a nessun altro tecnico con qualifiche specifiche, ma è quella di valorizzare le loro conoscenze nel nostro ambito e per lo scopo del nostro lavoro.



GOVERNARE L'IMPREVEDIBILE, LA MISSIONE DEI CDA

NELLE ORGANIZZAZIONI DI OGGI, IL BOARD HA GRANDI RESPONSABILITÀ: DEVE GARANTIRE GLI AZIONISTI MA ANCHE TUTTI GLI STAKEHOLDER. LA GOVERNANCE DEL RISCHIO NON PUÒ PIÙ LIMITARSI A UN SEMPLICE CONTROLLO DI GESTIONE, MA DEVE DIVENTARE UNA LEVA STRATEGICA PER AFFRONTARE LE SFIDE. IN UN CONVEGNO DI CINEAS, UN APPROFONDIMENTO SUL RUOLO DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE IN UN MONDO SEMPRE PIÙ COMPLESSO

di Fabrizio Aurilia

Mai come negli ultimi anni, la capacità di valutare con visione e sangue freddo è stata premiata. In un mondo governato dall'incertezza occorre... governare l'incertezza. Ma il gioco di parole non si esaurisce qui, perché per governare l'incertezza è necessario affinare la cosiddetta governance del rischio, una pratica che non è più solo un controllo di gestione, ma deve diventare una leva strategica per affrontare le sfide nelle imprese grandi, medie ma anche piccole e piccolissime.

Nel mondo di oggi non si può improvvisare, a meno di condannare a una fine infausta le aziende, le società: si tratta di rinsaldare le responsabilità che legano azionisti, consiglieri dei cda, dirigenti, dipendenti fino alle comunità che, faticosamente, ancora cercano di mantenere la coesione sociale.

Di fronte a rischi sempre più complessi e interconnessi, il ruolo del consiglio d'amministrazione è più che mai importante, in primis per definire il contributo che può dare alla governance nella gestione dei rischi strategici e nella continuità d'impresa.

Per parlare di tutto questo, **Cineas** ha recentemente organizzato un convegno presso il Politecnico di Milano, dal titolo *Governance d'impresa e rischi esistenziali nelle imprese medie italiane*, che ha coinvolto un panel d'eccezione, fatto quasi tutto da donne che hanno discus-

so partendo dalla teoria per poi parlare anche di esempi molto pratici.

PUNTARE ALL'INCIDENTE ZERO

Massimo Michaud, presidente di **Cineas**, ha ricordato gli ambiti in cui è necessario definire meglio il ruolo del cda nella governance del rischio. In primis, "riconoscere i rischi esistenziali e garantirne il presidio", ha detto in apertura dell'evento, attraverso "metodi di approccio differenti e puntando all'*incidente zero*", cioè non ragionare tanto di statistiche ma di scenari "e superare la reticenza a disegnare quelli peggiori".

E infine, avere la consapevolezza che "la difesa dai rischi esistenziali comporta la difesa anche da altri rischi", ha sottolineato Michaud.

Oggi, per fortuna, non siamo più all'anno zero, come ha spiegato **Maurizia Iachino**, presidente di **FuoriQuota** e di **Azione contro la Fame**, advisor di Family Business e membro del consiglio di reggenza di **Banca d'Italia**, nonché advisor di **Cineas**. Ad esempio, è sempre più frequente che le imprese familiari italiane facciano entrare nei cda "esperti esterni", accettando "una maggiore trasparenza".

Per quanto riguarda le Ong, la governance è "diretta ai beneficiari", mentre



per le imprese familiari, c'è "l'impronta dell'imprenditore": una visione che si basa sul principio che nel passaggio generazionale l'impresa deve passare in salute e conservare il massimo del valore. "Il rischio è insito anche nella scelta di dare responsabilità ai manager migliori – ha aggiunto Iachino –, il cda ha grande responsabilità giacché deve garantire gli azionisti ma anche gli stakeholder".

PERSONALITÀ CHE SI INTEGRANO IN UN CORPO UNICO

Comporre un cda, ha ricordato, non è semplice, ma invece spesso c'è superficialità: uno dei principali rischi è non nominare persone che hanno ruoli di indirizzo e gestione, il che vuol dire affidare prerogative e responsabilità a chi non è capace di esercitarle. "Per essere un buon amministratore – ha detto Iachino – è necessario avere sia qualità

RISCHIO REPUTAZIONALE: LA RETROMARCIA SUL CLIMATE CHANGE

Il tema reputazionale emerge in tutta evidenza in alcune dinamiche di rischi esistenziali. Ne ha parlato **Gioia Ghezzi**, che ha appena terminato la presidenza di **Atm**, ha lavorato in **Zurich** ed è stata presidente di **Fs** sotto il governo Renzi.

"I rischi – ha spiegato nel corso del suo intervento al convegno di Cineas – sono molto più vasti di quanto un buon programma assicurativo possa coprire. C'è da fare un lavoro che va dal cda a tutto il management: si sottovaluta spesso il rischio regolatorio legato alla credibilità". Un esempio? L'attenzione ai cambiamenti climatici sta calando molto negli ultimi anni: "ci sono aziende che avevano fatto delle promesse e che ora le stanno contraddicendo, facendo sostanzialmente greenwashing". Insomma, il rischio legato alla credibilità, ha ribadito Ghezzi, "può costare all'azienda l'intero business".

professionali sia umane, i cda sono fatti di personalità che si integrano in un unico corpo". E quindi attenzione alle distonie, attenzione al conformismo.

"Parlare di governance senza includere la variabile umana è fonte di grave incertezza", ha chiosato l'advisor di Cineas.

La mattinata è quindi entrata nella fase del racconto delle esperienze delle professioniste che, durante la loro carriera, hanno svolto ruoli di grande responsabilità all'interno di svariati board.

Paola Bonomo, amministratrice indipendente del gruppo assicurativo **Admiral**, di **Inwit** e di **Faac**, è partita dalla convinzione che il rischio esistenziale chiami in causa prima di tutto la nostra capacità di "difenderci dai pregiudizi cognitivi e comportamentali". Se è vero che è difficile prepararsi ai cigni neri, è altrettanto vero che alcune volte le aziende non vogliono vedere il rischio perché, paradossalmente, è troppo



© IvanMikhaylov - iStock



grande: “in questi casi – ha detto Bonomo –, il costo umano può anche superare il costo del rischio d’impresa, come per Eternit”.

CAVALCARE IL RISCHIO: IL CASO COVID

Un’altra minaccia esistenziale per un’azienda è la difficoltà di guardare al mercato quando si è al top: “mi sono chiesta spesso – ha raccontato Bonomo – cosa avrei fatto se fossi stata nel cda di **Blackberry** o di **Nokia**”. Sono pochissime le aziende che hanno la capacità di esplorare strade diverse quando hanno successo. “Il consigliere indipendente – ha sottolineato – può avere delle intuizioni, ma poi la resilienza strategica dev’essere dimostrata in primis dal

management”. È proprio nelle crisi, nei grandi passaggi storici, che il cda delle aziende, soprattutto di quelle grandi, può mostrare tutto il suo valore. È stato il caso del Covid-19, il cigno nero della nostra generazione. “Che ruolo ha il presidente del board?”, si è chiesta **Michela Castelli**, presidente di **Sea Aeroporti di Milano** ed **Epta**, raccontando la sua esperienza durante la pandemia, in particolare nella ristrutturazione dell’aeroporto di Linate. “Abbiamo dovuto sospendere i lavori di ristrutturazione, ma il board ha scommesso sul mantenere gli investimenti attivi: c’era grande incertezza, cercavamo di fare valutazioni esistenziali sul traffico aereo. Abbiamo fatto una conferenza con tutti i nostri dipendenti e si è creata una dinamica solidaristica: pur non sa-

pendo come sarebbe ripreso il traffico, abbiamo cavalcato il rischio e Linate ha avuto un rimbalzo reputazionale”.

MERITOCRAZIA E FORMAZIONE

Secondo **Silvia Stefini**, amministratrice indipendente in **Leonardo** e **Banco Bpm**, compliance e risk officer in **Equiter Sgr** e autrice de *La governance meritocratica*, il rischio reputazionale è strettamente collegato alla cultura aziendale: “la scelta delle persone e delle modalità con cui la cultura è trasmessa è dirimente”, ha precisato. Per farsi una reputazione ci vuole molto tempo, ma pochissimo per perderla. “Nei cda – ha aggiunto Stefini – tutte le domande devono essere consentite, tutti devono essere coinvolti”.

Fabio Cerchiai, attualmente presidente di **Bper Banca**, ma con un lungo curriculum molto noto nel settore assicurativo e finanziario, è sulla stessa lunghezza d’onda: “la cultura del rischio deve far parte delle imprese per garantire un successo sostenibile e creare valore per tutti”. La consapevolezza è sempre più diffusa, ma non basta: “la formazione del cda dev’essere continua”, ha detto Cerchiai raccontando che, da quando lui è presidente della banca, ogni mese il board partecipa a un evento di aggiornamento professionale.

“L’assicurazione – ha concluso – nasce dalla prevedibilità degli eventi, ma in realtà occorre saper governare quelli imprevedibili”.



AI, CLIMA E NUOVI EQUILIBRI: LE SFIDE CHE PLASMERANNO I PROSSIMI 25 ANNI

DALLA CRESCITA TRAINATA DALL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE AL RISCHIO DI UN "DARWINISMO DIGITALE", GLI ANALISTI DI BCG ESPLORANO I FUTURI POSSIBILI (NON SEMPRE AUSPICABILI) DESTINATI A RIDEFINIRE I MERCATI E LE SOCIETÀ NEL 2050, INTERCETTANDO TENDENZE COMUNI E CONSIGLIANDO LE STRATEGIE PER AIUTARE I LEADER DI OGGI E DI DOMANI

di Fabrizio Aurilia

Prevedere il futuro è impossibile. Ciò che si può provare a fare è comprendere le traiettorie che potrebbero ridefinire l'economia, la società e la geopolitica nei prossimi decenni: questo sarebbe un elemento centrale per la pianificazione strategica. Da questa premessa è partito un nuovo report di **Boston Consulting Group**, secondo cui le decisioni prese dai leader aziendali nei prossimi cinque anni avranno effetti destinati a modellare i successivi 25.

L'analisi di Bcg non punta a prevedere un unico futuro già scritto, ma vuole delineare una gamma di “futuri plausibili” utili ad anticipare la prossima fase della competizione globale, offrendo alle imprese strumenti per rafforzare resilienza e vantaggio competitivo nel lungo periodo. In un contesto segnato da accelerazioni tecnologiche, tensioni geopolitiche e trasformazioni climatiche, la capacità di prepararsi a scenari differenti diventa parte integrante della strategia.

“Guardare al 2050 – osserva Bcg – può sembrare una distrazione rispetto alle sfide immediate, se non addirittura un lusso. Ma comprendere le possibilità future può fornire indicazioni preziose per affrontare le prove del presente”. Una prospettiva che ribalta l'idea della pianificazione come semplice risposta all'emergenza e la trasforma in uno strumento per interpretare i cambiamenti strutturali già in atto. Lo studio esplora quattro visioni distinte per il 2050, rappresentative della gamma di

“futuri plausibili” e basate su un'analisi quantitativa di megatrend e dati storici.

L'AI METTE LE ALI ALLA PRODUTTIVITÀ

Il primo di questi scenari è chiamato *AI Abundance*, e prevede che l'intelligenza artificiale diventerà il principale driver della crescita economica globale. È uno degli scenari (il più edulcorato e meno estremo) che andrebbe bene ai grandi della tech, da **Elon Musk** ai guru della Silicon Valley.

In questo contesto, le tecnologie AI ridefiniranno non solo il lavoro ma anche il rapporto tra tempo lavorativo e tempo libero: gli analisti prevedono la nascita di “standard normativi condivisi” a livello internazionale per governare le intelligenze artificiali.

L'effetto più evidente, secondo il report, riguarderà la produttività: nei paesi con redditi alti, la crescita della produttività toccherà una media del 5,7% annuo al 2050, vale a dire quasi tre volte i livelli attuali. Questa accelerazione sarà sufficiente, e quindi compatibile, per sostenere popolazioni sempre più anziane e sistemi di welfare capace di accoglierle. Ma cosa accadrà all'organizzazione del lavoro? Secondo Bcg, le ore lavorate annualmente a livello globale scenderanno da 2.100 a 1.600, con una riduzione del 25%, grazie all'automazione di molte attività. Si tratterebbe di un cambiamento radicale non soltanto economico ma anche culturale: il lavoro perderà centralità lasciando spazio a nuovi



modelli di vita, in una visione estremamente ottimista del futuro.

BLOCCHI CHE SI SEPARANO

E la geopolitica? Il confronto tra potenze è il soggetto principale dello scenario chiamato *Battling Blocs*, in cui gli analisti descrivono un mondo frammentato, dominato dalla competizione tra grandi aree economiche e politiche. Le imprese, ad esempio, in questo scenario, andranno incontro a un maggiore protezionismo, alla necessità di “moltiplicare le proprie infrastrutture produttive” e far fronte a una crescente pressione sulla cyber security, ma non solo. Settori chiave dell'economia globale, come semiconduttori, energia, difesa e telecomunicazioni diventeran-

no ancora più strategici e sempre più controllati dagli Stati che eserciteranno la loro influenza.

Le principali potenze globali, quindi, organizzate in blocchi, potranno ritrovarsi sempre meno interdipendenti dal punto di vista commerciale e industriale: le supply chain si accorceranno, assumendo un carattere regionale, a seconda anche delle alleanze economiche e militari del momento. È un futuro meno prevedibile, quello preconizzato in questo scenario, in cui la spesa per la difesa potrà aumentare drasticamente, fino al 7% del Pil (oggi 2,4%), non lontano dal 6,2% del picco della Guerra fredda.

CLIMA: UNA VISIONE OTTIMISTICA

Dal lato opposto del protezionismo c'è un rafforzamento della cooperazione internazionale: ma come avverrà e perché? Secondo Bcg, seguendo il terzo scenario, *Climate Coalition*, una serie

di eventi climatici estremi spingerà governi e istituzioni a prendere atto del problema (ma forse sarà già tardi?).

L'ottimismo di chi ha steso il rapporto, ha portato a pensare alla nascita di "nuovi accordi globali sugli standard ambientali e sulle emissioni, con l'obiettivo di trovare un equilibrio tra resilienza climatica e crescita economica". Nonostante questo, i combustibili fossili non ci lasceranno ma continueranno a far parte del mix energetico: ciò che si svilupperà molto, invece, saranno le tecnologie di cattura e stoccaggio della CO₂, oggi ancora in fase embrionale. Grazie a questi investimenti, la previsione ci dice che la quota di combustibili fossili non compensati scenderà dall'81% attuale al 35% del 2050. L'obiettivo sarà quindi l'aumento della temperatura globale a 1,8 gradi rispetto ai livelli preindustriali, contro l'attuale +1,3. Gli investimenti in infrastrutture verdi, resilienza energetica e adattamento climatico permetteranno di tenere il Pil globale stabile a +2,5%.

UN FUTURO DI SFRUTTAMENTO?

E veniamo, infine, al quarto scenario, detto *Digital Darwinism*, in cui si immagina un futuro distopico in cui governi e istituzioni perdono progressivamente la loro centralità, lasciando spazio a grandi corporation tecnologiche globali: questo è il sogno estremo dei miliardari della tech, che non si accontenterebbero quindi dello scenario descritto all'inizio.

Gli analisti preconizzano una regolamentazione che si riduce, con il cambiamento climatico che accelera e la disuguaglianza sociale che esplode. Gran parte della vita lavorativa e ricreativa si svolgerebbe all'interno di piattaforme virtuali dominate da AI e realtà immersiva.

Dal punto di vista economico, tra il 2025 e il 2050 il Pil globale aumenterebbe del 4% annuo in media, quasi triplicando le dimensioni dell'economia mondiale: ma la ricchezza si concentrerebbe in modo estremo, nelle mani di pochi. È un futuro di sfruttamento: chi avrà maggior capacità computazionale e accesso alle infrastrutture estrarrà valore dalle economie più deboli, e l'1% più ricco della popolazione arriverà a detenere la metà della ricchezza globale, riportando il mondo ai livelli di sfruttamento dell'inizio del '900.

In questo ultimo scenario, i dati e le capacità di calcolo saranno i principali strumenti di dominio geopolitico ed economico.

Insomma, il percorso verso il 2050 potrebbe assumere diverse forme, ma solo sviluppando una strategia che tenga conto dei molteplici scenari sarà possibile salvaguardare la competitività a lungo termine. ●

GLI STRUMENTI PER AGIRE, ORA

All'interno del report di Bcg sui possibili futuri dei prossimi 25 anni, alcune decisioni che hanno senso in uno scenario potrebbero risultare controproducenti in un altro.

Tuttavia, fanno notare gli analisti della società di consulenza, ci sono "tendenze comuni ai quattro scenari che possono fornire strategie a basso rischio per aiutare i leader a posizionare la propria organizzazione".

Per esempio, migliorare la resilienza strutturale, ripensare la gestione dei talenti, sviluppare strategie e modelli per il lavoro intergenerazionale, costruire flessibilità e fiducia, assumere un ruolo sociale più ampio, con maggiori responsabilità per il benessere dei lavoratori, la gestione delle crisi e delle esigenze della comunità.



“Stesso DNA, nuove ambizioni”: Prima Assicurazioni incontra gli intermediari partner

LA CONVENTION È STATA L'OCCASIONE PER PRESENTARE LE NUOVE STRATEGIE DOPO L'ENTRATA NEL GRUPPO AXA E CONFERMARE LA CENTRALITÀ DELLA RETE, PRINCIPALE CANALE DISTRIBUTIVO CRESCIUTO DEL 66% NEL 2025

Oltre 600 intermediari, più di cinque ore di confronto e una direzione chiara: continuare a crescere puntando sulla rete. Si è tenuta il 28 maggio, al Palazzo del Ghiaccio di Milano, la convention degli intermediari partner di **Prima Assicurazioni**, un appuntamento chiave per condividere risultati, visione e prossimi obiettivi. Il titolo scelto, Stesso DNA e nuove ambizioni, racconta un messaggio preciso: l'identità di Prima resta invariata, l'azienda punta su una crescita forte e la rete continua a essere al centro della strategia. “I nostri piani restano gli stessi: lo sviluppo degli intermediari partner è un pilastro fondamentale”, ha dichiarato **Giulio Apostolo**, direttore commerciale di Prima Assicurazioni. I numeri confermano la traiettoria: nel 2025 il canale agenziale ha registrato una crescita dei premi del 66% anno su anno, consolidandosi come il principale

motore di sviluppo della società.

Durante la convention sono state presentate le principali novità a supporto della rete: nuove coperture allineate ai migliori standard di mercato, una nuova sezione dello strumento per la gestione dei sinistri e l'evoluzione della piattaforma intermediari, oggi integrata con strumenti di intelligenza artificiale. Un ecosistema tecnologico sempre più evoluto, progettato per semplificare l'operatività e aumentare l'efficacia commerciale. Spazio anche all'ispirazione, con la partecipazione della campionessa di sci **Sofia Goggia**, la conduzione del giornalista sportivo **Pierluigi Pardo** e l'anteprima della nuova versione dello



spot tv “Tu, Prima” con **José Mourinho** dedicata alla rete, *on air* da giugno.

A chiudere, il riconoscimento delle eccellenze: i 20 migliori agenti partner premiati con un viaggio in Cina.

Più che una convention, è stato un momento di allineamento strategico per rafforzare il legame con la rete e rilanciare l'ambizione di Prima: crescere ancora, insieme.



LE ATTIVITÀ DELL'ENBASS PER IL PROSSIMO TRIENNIO

PAOLO IURASEK, PRESIDENTE DAL 20 MARZO SCORSO, SPIEGA A INSURANCE REVIEW I PRINCIPALI PUNTI PROGRAMMATICI CHE L'ENTE BILATERALE PORTERÀ AVANTI NEL PROSSIMO FUTURO: UN FORTE ACCENTO SULLA FORMAZIONE, CON PARTICOLARE ATTENZIONE AGLI ASPETTI ETICI E ALLO SVILUPPO DI SERVIZI DI QUALITÀ

di Beniamino Musto

Dallo scorso 20 marzo il nuovo presidente dell'Enbass è **Paolo Iurasek**, subentrato nel ruolo affidato in precedenza a **Pasquale Laera**, entrambi in quota datoriale. L'Enbass, lo ricordiamo, è l'ente bilaterale che fa capo al Ccnl che **Anapa Rete ImpresAgenzia** ha siglato con i sindacati **First Cisl**, **Fisac Cgil**, **Ulca** e **Fna**. L'elezione di Iurasek, attuale vice presidente di Anapa, è avvenuta a sorpresa: l'incarico, per il principio di alternanza, sarebbe dovuto andare a un rappresentante dei dipendenti, ma non è stata raggiunta la quadra tra i sindacati su un nome univoco, sicché l'assemblea ha optato per il proseguimento di una presidenza proveniente dal lato datoriale per il prossimo triennio, un'eccezione all'alternanza che ad ogni modo è contemplata nello statuto dell'ente.

A presentare a *Insurance Review* i progetti di sviluppo futuro per le attività dell'ente è lo stesso Iurasek, che illustra i punti programmatici per i prossimi anni.

Lo scorso 3 aprile c'è stata una prima riunione dell'esecutivo in cui sono state dettate le linee guida, e il 21 maggio un nuovo incontro nel corso del quale è stato presentato il programma

vero e proprio. Una delle principali linee guida riguarda il percorso di avvicinamento istituzionale di Enbass all'attività di vigilanza a cui l'ente bilaterale, in qualità di fondo sanitario integrativo, sarà sottoposta da parte di **Covip** entro il 2027. "Dal punto di vista del bilancio economico e patrimoniale – spiega – già nella precedente presidenza sono state prese tutte le misure necessarie a tale scopo".

È invece sotto il profilo giuridico e amministrativo che è necessario fare dei passaggi importanti "sia per quanto riguarda il regolamento sia per ciò che attiene la disciplina e il codice etico, che vorremmo comunque stilare per dare un senso di istituzionalità all'ente di per sé". I numeri di dipendenti e di agenzie cui fa riferimento l'Enbass sono significativi: nel 2025 (dati **Cnel**) il Ccnl Anapa risultava applicato da 4.474 agenzie per 16.117 lavoratori dipendenti.

FOCUS SULLE ATTIVITÀ DI FORMAZIONE

Per lo sviluppo dell'ente bilaterale, Iurasek traccia due direttrici di ampio respiro: da un lato il riconoscimento della per-



sonalità giuridica dell'ente, dall'altro il raggiungimento della certificazione del Ccnl stesso che, sottolinea, "darebbe maggior peso all'Enbass".

Un ulteriore importante punto programmatico riguarda l'ambito dei servizi nei confronti delle aziende e dei dipendenti, a partire dall'attività di formazione che attualmente è erogata da un soggetto esterno. "Quando mi riferisco alla formazione – precisa Iurasek – la intendo in senso ampio, non solo quella attinente alla sicurezza". Quest'ultima, tra l'altro, oltre che per i dipendenti, diventerà obbligatoria anche per i datori di lavoro dal maggio 2027. "Vorremmo fornire un'offerta di formazione a tutti gli associati, in modo da essere adempienti rispetto alle regole, coerentemente con quell'aspetto etico a cui facevo riferimento in precedenza, e con il riconoscimento stesso del contratto, in modo da fornire una sorta di marchio di qualità".

Parallelamente, si proseguirà nell'attività di formazione per il riconoscimento delle 30 ore di aggiornamento **Ivass** che l'ente eroga attraverso una piattaforma proprietaria e con la collaborazione di un'importante società esterna. "Vorremmo anche che il progetto di intelligenza artificiale, che la precedente presidenza ha presentato nell'aula del Senato l'anno scorso, sia tradotto in pratica attraverso una fitta collaborazione con una società esterna che si occuperà di rendere più agile il lavoro dei dipendenti attraverso l'utilizzo dell'AI", spiega Iurasek.

LA GESTIONE DELLO STRESS SUI LUOGHI DI LAVORO

Un ulteriore progetto definito "ambizioso" dal presidente dell'Enbass riguarda la psicologia organizzativa e aziendale, per attivare, nello specifico, "un percorso che metta dipendenti e datori di lavoro, dunque gli agenti, nelle condizioni di affrontare tutti i temi collegati allo stress nell'ambito lavorativo relativamente alla gestione dei conflitti con i clienti, con i colleghi, con i collaboratori". Questo è un progetto a cui Iurasek dice di credere molto, tanto da aver pensato a "un percorso pluriennale che porti a un riconoscimento di una specie di mini-master, con docenti titolati, e che rilasci un riconoscimento a chi sceglierà di partecipare. Sarà in parte online e in parte in presenza, e sarà totalmente a carico dell'ente, e anche sotto questo aspetto sarà in linea con il riconoscimento di una coerenza etica. Perché l'etica va praticata più che dichiarata – sottolinea Iurasek – e pertanto occorre renderla operativa attraverso azioni concrete".

L'AI DISINTERMEDIERÀ I DIPENDENTI DI AGENZIA?

Come già accennato, l'intelligenza artificiale applicata nelle attività di agenzia è stata oggetto di un corposo convegno che l'Enbass ha organizzato lo scorso anno in Senato. Il tema è delicato, giacché l'impiego dell'AI potrebbe rendere obsolete alcune figure professionali all'interno delle agenzie. Per Iurasek è inevitabile fare i conti con un mondo che sta cambiando così rapidamente. "L'intelligenza artificiale se utilizzata correttamente, modificherà sicuramente l'ambito di lavoro, ma l'obiettivo ultimo, a mio avviso, dovrebbe essere quello di sollevare i dipendenti da attività ripetitive e prive di valore aggiunto, per liberarli verso l'acquisizione di nuove competenze che possono valorizzare l'aspetto umano. Certo, abbiamo un po' tutti una sorta di complesso di **Hal 9000**, il supercomputer del film di **Stanley Kubrik** *2001: Odissea nello spazio* che prende il controllo dell'astronave e uccide un componente dell'equipaggio. Però – conclude Iurasek – sta a noi dominare e soprattutto educare l'intelligenza artificiale, visto che essa impara da noi". ●



GAH, PROSEGUE L'ERA DI DURINI

LO STORICO PRESIDENTE DEL GRUPPO AGENTI, IN CARICA DAL 2007, RESTA ALLA GUIDA DELLA RAPPRESENTANZA AZIENDALE DEL GRUPPO HELVETIA ITALIA: CONFERMA NETTA IN OCCASIONE DEL CONGRESSO DI MILANO MARITTIMA. AVANTI TUTTA IN UN CLIMA DI DIALOGO E COLLABORAZIONE CON LA COMPAGNIA, SUGGELLATO DA UN NUOVO PATTO PER LA CRESCITA

di Giacomo Corvi

Pierguido Durini resta al suo posto. Il Gruppo Agenti Helvetia (Gah) non cambia rotta e mantiene alla tolda di comando l'intermediario che guida ininterrottamente dal 2007 la rappresentanza aziendale del Gruppo Helvetia Italia. La conferma è arrivata in occasione del congresso elettivo che si è tenuto dal 7 al 10 maggio presso l'Hotel Palace di Milano Marittima. Una conferma che è motivo di grande orgoglio e soddisfazione per Durini, raggiunto da *Insurance Review* subito dopo l'esito del congresso. Soprattutto perché è arrivata dopo tre anni piuttosto complicati, segnati dall'impatto che le clamorose grandinate dell'estate del 2023 hanno avuto sull'andamento di business del mercato assicurativo in Italia, in cui la rappresentanza ha dovuto lavorare molto per consentire ai colleghi di recuperare la redditività perduta. "Oggi posso dire che ce l'abbiamo fatta", afferma Durini. "E penso – prosegue – che la mia conferma testimoni quanto gli associati abbiano apprezzato quello che abbiamo fatto negli ultimi anni".

Adesso però bisogna guardare avanti. "Si apre ora per noi una nuova fase, caratterizzata da un clima di dialogo e collaborazione con la compagnia, per spingere tutti insieme la crescita del nostro business", osserva Durini.

LA RIFORMA DELLO STATUTO

Per il ruolo di vice presidente è stato scelto **Giovanbattista Ebetelli**, mentre **Davide Ronchi** ricoprirà gli incarichi di segretario e tesoriere. Completano la giunta esecutiva **Andrea Maestri**, **Rodolfo Mambrini**, **Elena Finizio**, **Stefano Incerti**, **Riccardo Di Bella** e **Fabio Zoia**, per un totale di nove componenti, due in più rispetto al passato, sulla base di quanto varato con la riforma dello statuto che è stata approvata quasi all'unanimità subito prima del congresso.

Per Durini si è trattato di un passaggio inevitabile. Innanzitutto perché, osserva, "il nostro statuto è stato scritto quando c'erano poco più di 100 associati: adesso siamo quasi 400". E poi perché, prosegue, "era necessario adeguare il testo fondamentale dell'associazione alla strategia che la compagnia ha adottato per ampliare la presenza territoriale delle sue agenzie".

IL CONFRONTO CON LA MANDANTE

Proprio il grande tema del confronto con la mandante è stato al centro di vari momenti di dibattito e riflessione durante il

congresso di Milano Marittima. “Era presente l'intero comitato di direzione della nostra compagnia, una cosa che non era mai capitata prima”, dice con un certo orgoglio Durini.

Fra i momenti più attesi senza dubbio la tavola rotonda moderata da **Maria Rosa Alaggio**, direttore di questa testata, che ha visto Durini faccia a faccia con il top management della compagnia: il ceo **Robert Gauci**, la chief distribution, retail e Sme officer **Emanuela Mantini**, l'head of commercial & specialty lines **Carlo Tacconi** e la chief operating & technology officer **Elena Repetto**. Dal dibattito è emersa una chiara vocazione al dialogo fra le due parti, nonché una certa comunione di intenti fra compagnia e intermediari, per spingere sulla strada della crescita. “Posso dire con certezza che nel Gruppo Helvetia Italia l'agente è davvero al centro del modello di business e dei progetti di sviluppo industriale”, osserva Durini.

UN PATTO PER LA CRESCITA

A suggellare questa unione è arrivata anche l'approvazione di quello che è stato definito un nuovo *Patto per la crescita*: un sostanziale pacchetto di misure volte a sostenere l'attività commerciale degli intermediari. Si parte con l'ampliamento del numero di agenzie che possono accedere a scontistiche tecniche e commerciali nel business dell'Rc auto. Si prosegue quindi con una serie di agevolazioni nell'ambito delle Cvt, non solo la classica furto e incendio, su cui sono già partite alcune campagne di vendita. E si arriva all'estensione delle sconti-



© Gruppo Agenti Helvetia

Pierguido Durini



© Gruppo Agenti Helvetia

stiche su tutte le polizze retail per i rami elementari, con il proposito di rivedere anche la copertura per la casa.

“È un atto di fiducia che la compagnia ha voluto fare nei nostri confronti, dando praticamente a tutti, anche a chi magari non poteva vantare andamenti tecnici adeguati, la possibilità di fare un salto di qualità nel proprio business”, commenta Durini.

UNA NUOVA FASE DI SVILUPPO

Il confronto con la mandante si inserisce in una fase di profondo rinnovamento del top management del Gruppo Agenti Helvetia, testimoniato dalle nomine che sono state annunciate dall'inizio dell'anno. “E altre ancora ne arriveranno”, rivela Durini. “L'evoluzione dell'organigramma era già programmata da tempo, secondo una logica che punta a rafforzare le figure apicali e istituire strutture intermedie che possano rendere i flussi di lavoro ancora più fluidi e, di conseguenza, centrare gli obiettivi di crescita del business che sono stati fissati: in Helvetia – assicura – non c'è mai nulla di improvvisato”.

Adesso si attende soltanto la definizione delle strutture intermedie, nonché il completamento degli interventi richiesti sulla dotazione informatica, per mettere la rete agenziale nella condizione di spingere sulla crescita. Le prospettive sono positive. “Abbiamo una strategia che, a differenza di quello che avviene di solito nel resto del mercato, punta a crescere in maniera sana con tutti i prodotti che abbiamo in catalogo”, afferma in chiusura Durini. “Ho il realismo di chi ricorda ancora le grandinate del 2023, ma in questo momento non si può che essere ottimisti per quello che ci attende: è arrivato il momento – conclude – di puntare forte su Helvetia”.



La gestione evoluta delle reti fiduciarie: i dati come bussola

INFORMAZIONI DI QUALITÀ E ANALYTICS AVANZATI CONSENTONO
UN EFFICACE MONITORAGGIO DELL’AFFIDABILITÀ DEI PARTNER
DELL’ECOSISTEMA SINISTRI

L’ecosistema che ruota attorno al sinistro comprende un numero significativo di partner esterni che spesso rappresentano per la compagnia assicurativa l’unico punto di contatto fisico sul territorio con il cliente e incidono in modo diretto sui costi tecnici, sulla qualità del servizio e, in generale, sulla reputazione. In questo contesto, la capacità di selezionare e governare i propri partner diventa un fattore distintivo. Non si tratta più soltanto di garantire capillarità territoriale o disponibilità operativa, ma di proteggere il valore del brand, garantendo che ogni interazione rifletta gli standard di eccellenza richiesti.

IL CASO DELLE CARROZZERIE: LE EVIDENZE DI UN’ANALISI ORIGINALE

Tra tutti gli attori coinvolti, le carrozzerie convenzionate rappresentano uno dei nodi più critici. Il danno materiale rappresenta per il settore Rc auto oltre il 40% della spesa sinistri, per un valore annuo di 4,4 miliardi di euro. Nell’individuazione dei migliori partner, le compagnie devono fare i conti con un

settore industriale complesso e frammentato. Secondo un recente studio di CRIF, in Italia sono attive circa 20mila carrozzerie¹, distribuite su tutto il territorio nazionale. Oltre la metà (52%) sono imprese individuali e circa il 73% opera con meno di quattro dipendenti. Le aziende con oltre 25 dipendenti non raggiungono l’1% del totale.

L’analisi è stata quindi approfondita tramite indicatori originali sviluppati da CRIF con tecniche di machine learning, capaci di mappare con precisione la solidità e il potenziale degli operatori. Il *CRIF Business Index* — che valuta in maniera prospettica la salute finanziaria dell’impresa — rivela un panorama eterogeneo: se da un lato oltre il 50% delle carrozzerie si colloca nelle fasce di rischio basso, dall’altro esiste un 9% del settore posizionato in fasce critiche. Per una compagnia, la presenza di questi soggetti all’interno della propria rete fiduciaria rappresenta un vero e proprio elemento d’attenzione che richiede azioni correttive per prevenire disservizi e comportamenti anomali.

L’analisi attraverso il *CRIF Innovation Score* mostra inoltre un quadro assai poco confortante: il 66% delle carrozze-

rie italiane risulta a basso o bassissimo tasso di innovazione, evidenziando un comparto ancorato a modelli tradizionali e poco digitalizzati. Questa situazione, legata anche alla polverizzazione del settore, rappresenta una criticità per le compagnie, che devono poter interagire in maniera fluida con ciascun punto convenzionato per garantire ai propri clienti eccellenza e velocità in un contesto in forte evoluzione tecnologica come la riparazione auto.

Lo studio di CRIF ha condotto anche un confronto fra carrozzerie convenzionate e non, esaminando le reti fiduciarie di cinque grandi gruppi assicurativi, rappresentativi di circa il 70% del mercato Rc auto, su tre province strategiche: Bologna, Milano e Roma.

Il confronto fra carrozzerie, convenzionate e non, mostra chiaramente la selezione già operata dalle compagnie per portare nelle proprie reti fiduciarie realtà mediamente più solide e strutturate. Le reti fiduciarie presentano così un profilo nettamente superiore alla media: il 59% dei partner è costituito da società di capitali (contro il 38% delle non convenzionate) e oltre il 70% si colloca nelle fasce di rischio più basse

DISTRIBUZIONE PER CLASSI DI RISCHIO E INNOVAZIONE DELLE CARROZZERIE CONVENZIONATE E NON

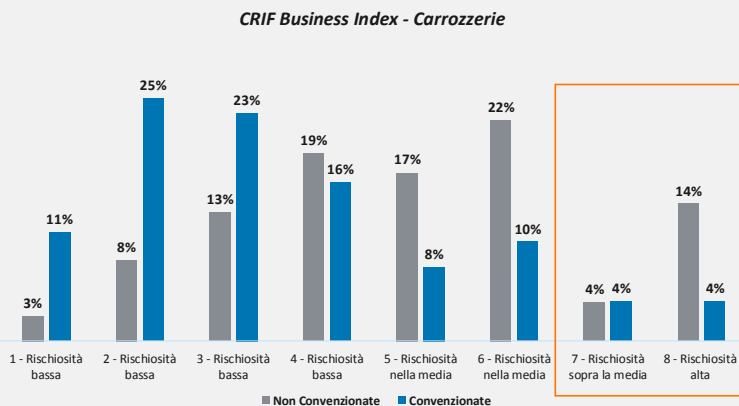


Figura 1

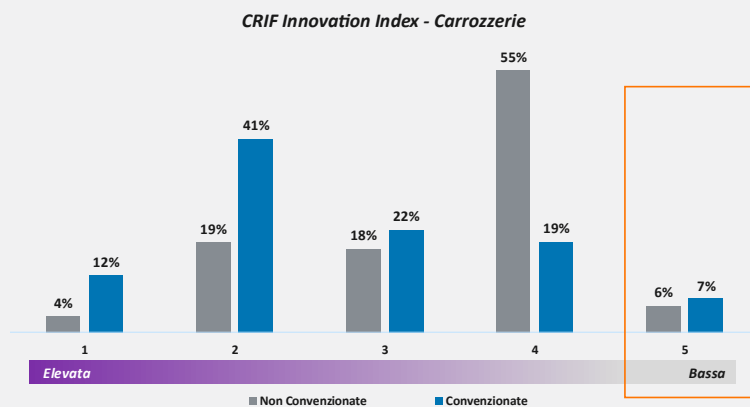


Figura 2

del CRIF Business Index (Fig. 1) contro il 51%. Il divario è ancora più netto sul fronte dell'innovazione: più del 50% delle convenzionate rientra nei livelli di eccellenza, contro il 20% del comparto non integrato (Fig. 2).

LA SFIDA DEL MONITORAGGIO DINAMICO

Tuttavia, se l'analisi conferma l'attenzione delle compagnie nella selezione dei migliori partner, gli indicatori evidenziano anche nelle reti fiduciarie la

presenza di cluster a rischio, minoritari ma non irrilevanti. Il CRIF Business Index rileva infatti un 8% di operatori con una situazione di rischio finanziario prospettico alto/sopra la media (Fig. 1), mentre il CRIF Innovation Index mostra una percentuale analoga (7%) di operatori collocati al livello più basso della scala dell'evoluzione tecnologica (Fig. 2).

Grazie a una lettura attraverso analytics potenziati dall'intelligenza artificiale, le compagnie possono individuare tempestivamente le situazioni a rischio ed effettuare una "correzione" proattiva

della rete, prevenendo l'impatto operativo e reputazionale di eventuali default e/o disservizi per garantire all'assicurato standard qualitativi costanti nel tempo. Gli analytics innovativi sono così una potente estensione dei dati interni tradizionalmente utilizzati in compagnia per il presidio di costi, tempi e parametri tecnici di riparazione.

LE RETI FIDUCIARIE COME ASSET COMPETITIVO CON UN APPROCCIO DATA DRIVEN

L'approccio descritto può essere applicato non solo in ambito Motor, ma anche alle altre tipologie di fiduciarie che svolgono un ruolo chiave nella gestione del valore economico degli indennizzi e nella veicolazione agli assicurati dei valori del brand. A titolo di esempio, si possono citare le strutture sanitarie che sono centrali nel ramo Salute. Governare la complessità in maniera data driven significa ridurre i rischi ed esaltare il valore strategico delle reti fiduciarie. Nel nuovo ecosistema sinistri, dati e analytics orchestrati dall'intelligenza artificiale non sono più solo uno strumento di controllo: sono la bussola che orienta le compagnie tra efficienza operativa, qualità del servizio e tutela del brand.

CRIF opera da anni al fianco delle compagnie per mettere a disposizione soluzioni *state of the art*, capaci di proiettare l'ecosistema sinistri, cuore industriale del business assicurativo, verso il futuro della protezione.

¹ Codice Ateco 95.31.2



LA TEMPESTA DEMOGRAFICA PERFETTA

di Fabrizio Aurilia

MENO NASCITE, PIÙ LONGEVITÀ E FAMIGLIE SEMPRE PIÙ FRAGILI: IL DECLINO DEMOGRAFICO ITALIANO METTE SOTTO PRESSIONE WELFARE, SANITÀ E PREVIDENZA, RAFFORZANDO IL RUOLO DEL SETTORE ASSICURATIVO NELLA SOSTENIBILITÀ SOCIALE ED ECONOMICA DEL PAESE

L'Italia è nel pieno della tempesta demografica perfetta. Purtroppo è cosa nota: gli ultimi dati disponibili di **Istat** lo dicono chiaramente. Pochi nati e una curva che precipita, aumentando la propria velocità come un vagone delle montagne russe in picchiata libera. Nel bollettino sugli indicatori demografici dello scorso 30 marzo, si evince che la natalità in Italia continua a diminuire e che la velocità della discesa è persino aumentata nell'ultimo anno. Nonostante questo fenomeno non sia nuovo, negli ultimi dodici mesi è evidente l'aggravamento. I nati sono stati solo 355mila nel 2025, con un calo di 15mila unità rispetto al 2024, che corrisponde a un -3,9% anno su anno. È una percentuale che racconta di un calo più pronunciato rispetto alla media dell'ultimo decennio, pari al -3,2%. È la diciottesima flessione consecutiva dal 2008, quando i nati furono 577mila: tra il 2008 e il 2025, le nascite sono calate del 38%. Il calo della natalità è un fenomeno strutturale per l'Italia ma anche per altri paesi europei. Capirne le evoluzioni e le possibili spiegazioni è anche alla base delle considerazioni che il settore assicurativo sviluppa in merito.

ASPETTATIVE ECONOMICHE DEBOLI

Come fa notare un recente studio dell'**Osservatorio dei conti pubblici italiani** dell'Università Cattolica di Milano, concentrandosi sull'anno passato, nei primi cinque mesi del 2025 il calo è più marcato, con una riduzione media intorno al 5%. Le nascite tra gennaio e maggio, spiegano i ricercatori, riflettono le decisioni prese dalle famiglie nel corso del 2024: possiamo quindi immaginare che, per alcune di loro, ci sia stato un peggioramento delle aspettative future che si è riflesso nella decisione di non avere figli nel breve termine. Questo deterioramento delle attese si

esplicita in diversi fattori: livello dei prezzi elevato e riduzione del potere di acquisto, alti tassi di interesse, quota significativa di contratti temporanei, salari in stallo. L'incertezza spinge le persone a rinviare la decisione di avere un figlio.

Il numero di nati dipende dal numero di donne in età fertile e dal numero medio di figli per donna in età fertile, cioè il tasso di fecondità. Le serie storiche dell'Istat, permettono di fissare il tasso di fecondità nel 2025 di 1,14 figli per donna, in calo rispetto al 2024 (1,18) e molto lontano dalla soglia di sostituzione di 2,1. Ciò significa che il calo non dipende solo dal numero di donne in età fertile ma anche da una minore propensione ad avere figli. Negli anni '50, il numero medio di figli era superiore a 2,3, per poi raggiungere il picco di 2,7 negli anni '60. La discesa sotto la soglia di sostituzione avviene esattamente nel 1977, un anno cruciale nella storia economica e sociale italiana. Dopo una fase di stabilizzazione tra 1,3 e 1,4, c'è un lieve aumento fino al 2010 (1,44) e poi la nuova riduzione.



© Jacek_Sopotnicki - iStock

LA FECONDITÀ È PIÙ BASSA QUANDO LA DISOCCUPAZIONE È ELEVATA

Tornando alla componente economica, la letteratura scientifica punta il dito sulle condizioni del mercato del lavoro e le possibilità di conciliare vita privata e scelte professionali. In uno studio pubblicato sul *Journal of Population Economics* (*Changing fertility rates in developed countries. The impact of labor market institutions*), si evidenzia chiaramente che nei paesi sviluppati, europei in particolare, la fecondità è sistematicamente più bassa quando la disoccupazione è elevata, la diffusione dei contratti temporanei è ampia e l'incertezza sul reddito è più forte. Altre evidenze sottolineano il ruolo decisivo del contesto istituzionale sul lavoro femminile e le scelte di genitorialità: la disponibilità di servizi per l'infanzia, la struttura dei congedi parentali e la diffusione di forme di part-time non penalizzanti incidono sia sulla partecipazione delle madri al mercato del lavoro sia sulla probabilità di realizzare i propri progetti familiari. Insomma, lo iato tra il costo e l'opportunità della maternità si amplia sempre di più nelle nostre società: aspettative pessimistiche sul futuro economico e di welfare e il forte posticipo delle nascite riducono la fecondità anche a parità di intenzioni iniziali, cioè di desiderio di avere un figlio.

IL PARADOSSO DELLA LONGEVITÀ

In questo scenario si inserisce il paradosso della longevità. “Le famiglie cambiano, i nuclei monocomponente aumentano e ciò che una volta funzionava, il cosiddetto welfare familiare, sta scomparendo”, fa notare **Giovanni Liverani**, presidente di **Ania**, intervenuto recentemente a proposito dei rischi legati ai cambiamenti demografici.

Con una struttura demografica come quella italiana, la longevità è oggi “una sfida politica ed economica senza precedenti”. In particolare, sono tre le aree di rischio che pesano sulla qualità di vita delle persone: la fragilità economica, la fragilità sanitaria e il sovraccarico del *Sistema sanitario nazionale*.

Stando agli attuali tassi di sostituzione, che per un lavoratore



Giovanni Liverani, presidente di Ania

EQUILIBRI GENERAZIONALI E IMMIGRAZIONE

La combinazione di fattori demografici e sociali, nel tempo, si sono compensati: le generazioni nate negli anni del baby boom sono numerose e garantiscono un'ampia base di persone in età fertile. Questo elemento ha compensato i livelli di fecondità già bassi, mantenendo stabile il numero complessivo di nascite.

Un altro fattore è il ruolo dell'immigrazione. Tra la fine degli anni '90 e i primi anni 2000, le donne immigrate presentano livelli di fecondità più elevati rispetto alle italiane e diventando così una componente rilevante nel computo delle nascite. Nel tempo, tuttavia, anche questo differenziale si è ridotto per effetto di quella che viene chiamata “convergenza dei comportamenti riproduttivi”. Dopo il 2008 questo equilibrio si è interrotto definitivamente e le nascite sono diminuite in modo continuo e progressivo.



dipendente si attestano in media tra il 60% e il 75%, e che al 2070 si prevede al 59%, e il livello delle nascite, e quindi dei futuri lavoratori, di cui abbiamo parlato, la previdenza complementare appare come tassello fondamentale per prevenire la fragilità economica.

LA PERDITA DI AUTOSUFFICIENZA

Secondo Ania, servono incentivi fiscali per aumentare il risparmio previdenziale: la soglia di deducibilità dei contributi è ferma da oltre vent'anni a 5.164,57 euro e l'aumento recentemente introdotto con la legge di Bilancio è stato di soli 135 euro. “Coraggioso è stato, invece – ha commentato Liverani –, il passo compiuto nella legge di Bilancio 2026 per garantire la portabilità dei contributi dei datori di lavoro verso tutte le soluzioni previdenziali esistenti sul mercato. Questa modifica servirà a stimolare l'efficienza e la competizione all'interno del settore dei fondi pensione caratterizzato in Italia da rendimenti sub-ottimali e costi elevati rispetto al suo potenziale”. Rendere più attrattivo lo strumento previdenziale per chi ancora non ha aderito è fondamentale per esaltare “la libera scelta, il risparmio e l'investimento previdenziale di cittadini e imprese”.

Per affrontare il secondo tema, cioè la fragilità sanitaria, occorre prendere in considerazione un altro fattore demogra-

fico: l'invecchiamento della popolazione coincide spesso con la perdita di autosufficienza. Oggi sono già circa 3,8 milioni le persone anziane in Italia non autosufficienti, con tutte le conseguenze che conosciamo per le famiglie e per i progetti di vita di coloro che si trovano a vivere ogni giorno difficoltà di gestione, economiche e psicologiche. Il sistema pubblico, da solo, non può sostenere tutti e offrire soluzioni complete. La risposta del settore assicurativo è da molti anni l'incentivazione di soluzioni long term care a vita intera, come ci sono già in alcuni paesi europei. Occorre, secondo Ania, incentivare e magari “rendere obbligatoria una mutualità che garantisca dignità a tutti”, ha sottolineato Liverani.

UNA SANITÀ “À BOUT DE SOUFFLE”

Infine, il terzo tema caldo è il sovraccarico del Ssn, un fenomeno già ampiamente visibile. Con una spesa personale di 45 miliardi di euro, in aggiunta ai circa 138 miliardi che lo Stato versa al Servizio sanitario nazionale, una sanità *à bout de souffle* rischia di diventare un costo insostenibile per la collettività. Il flusso di risorse è ingente ma “inefficiente”, ha ricordato Liverani. Anche su questo punto, la proposta di Ania è chiara: aumentare l'intermediazione della spesa privata attraverso fondi sanitari e polizze, che oggi sono solo il 10%. “Canalizzare gli assicurati verso le strutture pubbliche d'eccellenza, potenziando la capacità di erogare prestazioni in libera professione intramoenia, ridurrebbe le liste d'attesa per chi non ha una polizza e porterebbe risorse fresche agli ospedali pubblici”, ha fatto notare il presidente di Ania. L'obiettivo del settore assicurativo non è sostituire il servizio pubblico ma rafforzarlo con un secondo e terzo pilastro rappresentati dai fondi sanitari e dalle polizze individuali all'interno di un partenariato pubblico/privato.

“Non fare nulla per proteggere l'Italia dal rischio demografico ha un costo politico altissimo”, ha precisato Liverani, ricordando che la paralisi su questi temi genera, come abbiamo visto, insicurezza e sfiducia, cioè le nemiche peggiori di una demografia sana. “La protezione dai rischi demografici è la base per il nostro sviluppo economico”, ha concluso Liverani.



LE OPPORTUNITÀ DELLA LONGEVITY ECONOMY

di Giacomo Corvi

UN RECENTE VOLUME DI ALBERTO BRAMBILLA EVIDENZIA CHE L'ECONOMIA DELLA LONGEVITÀ POTREBBE AVERE UN IMPATTO SUL PIL ITALIANO DI 715 MILIARDI DI EURO. TUTTO STA NEL DEFINIRE UN'OFFERTA ADEGUATA ALLE ESIGENZE DI UNA POPOLAZIONE CHE FA SEMPRE MENO FIGLI E INVECCHIA RAPIDAMENTE. LA SFIDA È ARDUA, MA LE OCCASIONI DI BUSINESS NON MANCANO

Sono molti i rischi che si porta con sé l'attuale andamento demografico in Italia. C'è innanzitutto il cosiddetto rischio finanziario di longevità, ossia la prospettiva che la popolazione, con l'allungamento della speranza di vita, possa finire per sopravvivere al proprio reddito. C'è poi la gestione delle cronicità e delle condizioni di non autosufficienza, sempre più diffuse in un paese che invecchia molto rapidamente. E c'è infine il tema della tenuta e della sostenibilità a lungo termine di un sistema pubblico di welfare che, soprattutto negli ambiti della sanità e dell'assistenza, deve oggi fare i conti con una struttura per età che appare sempre più in rapida evoluzione, stretta in una morsa fatta di bassa natalità e allungamento della speranza di vita.

Insomma, i rischi non mancano. E pongono ora la necessità di interventi strutturali che possano consentire di gestire al meglio le difficoltà di domani. La sfida è ardua, ma potrebbe alla fine rivelarsi anche un'inaspettata opportunità di business: secondo un recente volume firmato da **Alberto Brambilla**, presidente del centro studi e ricerche **Itinerari Previdenziali**, l'economia della longevità potrebbe avere un impatto sul Pil in Italia stimato in circa 715 miliardi di euro. A conti fatti, investire sulla longevità conviene a tutti.

UN MERCATO IN RITARDO

Intitolato *Longevity Economy. Da Silver a Longevity, la grande economia dei prossimi decenni* e presentato con una conferenza stampa a Roma, il volume mostra tutti i benefici economici che potrebbero derivare da una più attenta gestione del rischio di longevità. “La longevity economy è data dall'insieme dei servizi e delle prestazioni che sono destinati a chi ha più di 50 anni, ossia a chi si prepara all'uscita dal mercato del lavoro”, spiega Brambilla.

Le dimensioni del mercato sono enormi e toccano un po' di tutto: dalla mobilità sostenibile alla domotica, dalla nutraceutica all'intrattenimento e all'invecchiamento attivo, passando anche dal settore dei servizi alla persona e per la prevenzione e la gestione delle condizioni di non autosufficienza. Il fenomeno tocca anche il settore assicurativo. Peccato però che l'offerta dell'industria delle polizze (ma non solo) non sia al momento in grado di soddisfare la domanda di mercato. “Sono pochissimi i prodotti finanziari che investono nella longevity economy, forse meno di dieci, e siamo molto in ritardo nella predisposizione di prodotti che possano dirsi adeguati alla sfida della non autosufficienza”, osserva Brambilla. “No-



© Itinerari Previdenziali

Alberto Brambilla, presidente del centro studi e ricerche Itinerari Previdenziali

nostante qualche lodevole eccezione – prosegue – il mercato non sembra aver ancora ben compreso le opportunità che potrebbero emergere dalla più grande transizione demografica di tutti i tempi”.

QUALCHE INTERVENTO POLITICO

Il ritardo non riguarda tuttavia soltanto l’offerta di mercato. Anche il mondo politico in Italia, per Brambilla, non è stato finora in grado di affrontare adeguatamente la sfida della transizione demografica. “Manca una legge sulla sanità integrativa, così come un meccanismo che possa incentivare, come avviene in altri paesi, il ricorso a strumenti per la gestione del rischio di non autosufficienza”, commenta il presidente di Itinerari Previdenziali. “La politica – aggiunge – deve assumersi le proprie responsabilità e avere il coraggio di dire ai cittadini che il sistema pubblico di welfare, e in particolare quello finanziato dalla fiscalità generale, potrebbe essere messo in difficoltà dall’attuale andamento demografico”.

Qualche passo in avanti, secondo Brambilla, è stato fatto negli ultimi anni. “Il cosiddetto *decreto Anziani* è senza dubbio una misura degna di nota, lo stesso si può dire della recente

disposizione che introduce una adesione automatica al mercato della previdenza complementare per i nuovi assunti”, commenta. Però tutto ciò non basta per dare risposte concrete ed efficaci ai cittadini. “Servirebbe una legge che renda obbligatoria per tutti l’adesione a strumenti per la gestione della non autosufficienza”, dice per esempio Brambilla. “La misura – aggiunge – avrebbe un costo di 80-100 euro all’anno a persona”.

UNA SCARSA PERCEZIONE DEL RISCHIO

Di fronte a un’offerta che non si rinnova e una politica che forse non è stata ancora in grado di assumersi sul serio le proprie responsabilità, c’è una popolazione che probabilmente non ha ancora percepito il rischio portato dall’attuale andamento demografico. “Gli italiani hanno una scarsa propensione a polizze e strumenti di protezione e risparmio”, osserva Brambilla. Forse sono dell’idea che in pensione cambierà poco, ma in realtà cambia tantissimo. E cambierà sempre di più man mano che si allunga la speranza di vita. “Negli anni ‘70 l’aspettativa di vita era di poco più di 70 anni, quindi gli anni della pensione erano relativamente pochi e quanto era stato accumulato nel corso della propria vita era più che sufficiente per garantire un’esistenza dignitosa quando si usciva dal mercato del lavoro”, commenta il presidente di Itinerari Previdenziali. Adesso le cose sono completamente diverse. “A 65 anni – prosegue – l’aspettativa di vita supera i vent’anni”. Anche il rischio di non autosufficienza non è stato finora percepito in maniera adeguata. “Una pensione di 1.300 euro è del tutto insufficiente a gestire una simile condizione, che può avere un costo medio di circa 3.000 euro al mese: serve un meccanismo che possa raddoppiare o anche triplicare il reddito pensionistico quando si verifica una condizione di questo genere”, osserva in chiusura Brambilla.

Lo scenario non è dei più rassicuranti, ma Brambilla si dice ottimista. Anche perché le opportunità, come visto, ci sono. Tutto sta nel riuscire a coglierle strutturando un’offerta che sia davvero in linea con i bisogni della popolazione. “Sono convinto che, se tutti faranno la loro parte, la maggior parte del rischio di longevità potrà essere gestito in maniera adeguata”, osserva in chiusura il presidente di Itinerari Previdenziali. ●



LE DOMANDE DELLA DEMOGRAFIA

di Maria Rosa Alaggio e Giacomo Corvi

DI FRONTE A UNA DISCIPLINA CHE SI LIMITA A ILLUSTRARE IN MANIERA QUANTITATIVA IL CAMBIAMENTO DELLA POPOLAZIONE, C'È BISOGNO DI QUALCUNO CHE SAPPIA INTERPRETARE I DATI PER COMPRENDERE E SODDISFARE LE ESIGENZE DEI CLIENTI. SECONDO SERGIO SORGI, LO SCENARIO PONE LA NECESSITÀ DI UNA CONSULENZA BASATA PIÙ SULL'ANALISI DEL BISOGNO CHE SULLE RISPOSTE

La demografia è una scienza che, di per sé, non si pone domande. Si limita a illustrare, e magari prevedere, quello che è l'andamento quantitativo di una popolazione. Lo sa fare benissimo, grazie a modelli sempre più sofisticati per l'analisi dei dati che abbiamo a disposizione. Però ogni tanto, secondo **Sergio Sorgi**, fondatore di **Progetica**, qualche domanda sarebbe anche opportuno porsi. E se la demografia, come detto, non è chiamata a farlo, almeno sarebbe utile che lo facesse chi, per lavoro, ha a che fare con la vita delle persone. Sì, perché dietro i numeri di una tavola di mortalità c'è sempre la vita delle persone. “La demografia ci dice che il numero medio di figli per donna in Italia sta calando, però nessuno si chiede davvero perché tutto ciò stia avvenendo”, esordisce in questa intervista a *Insurance Review*. Secondo Sorgi, i numeri della demografia sono l'espressione quantitativa del comportamento delle persone. E dunque dovrebbero essere anche uno spunto per interrogarsi sul tipo di mondo che vogliamo costruire. “Vedo la demografia come un pretesto per parlare del nostro modello di società”, osserva.

LONGEVITÀ E PREVIDENZA

Sono molti gli spunti di riflessione che offre oggi la demografia. Innanzitutto l'allungamento della speranza di vita. “È uno scenario che ormai hanno capito tutti”, osserva Sorgi. Tranne

forse, “i cittadini che si ostinano ancora a non voler sottoscrivere una soluzione di previdenza complementare”. L'offerta c'è, ma non prospera. Le persone, quando aderiscono a simili strumenti, preferiscono poi mettere subito sul loro conto corrente tutto il capitale che hanno accumulato. E così, forse senza nemmeno accorgersene, si espongono al rischio di sopravvivere al proprio reddito.

Il problema, come detto, non è dato dall'offerta. Secondo Sorgi, è più una questione culturale che riguarda l'intero mercato. “Non ci si è ancora interrogati davvero su come trasmettere alla clientela la percezione del rischio della longevità”, commenta il fondatore di Progetica. “Non si è lavorato in maniera scientifica per essere nelle condizioni di poter dire a un cliente quanto potrà vivere tenendo conto di fattori come salute, istruzione, lavoro e abitudini: senza tutto ciò – aggiunge – sarà difficile strutturare prodotti e servizi che siano in grado davvero di rispondere alle esigenze dei cittadini”.

UNA VITA IN BUONA SALUTE

Vivere più a lungo non significa vivere bene. Anzi, in Italia le aspettative di vita in buona salute sono piuttosto basse. “È uno scenario a cui il nostro paese sta rispondendo solo con soluzioni di ripiego, come caregiver e badanti”, commenta Sorgi. Chi se lo può permettere si affida a servizi di assistenza

domiciliare infermieristica o alle residenze sanitarie per anziani. Già, ma chi se lo può permettere? Il costo dell'assistenza per un familiare affetto dalla malattia di Alzheimer, dice Sorgi, "può arrivare anche a 400mila euro".

Il supporto pubblico, in questo caso, è del tutto insufficiente. E pure l'offerta di mercato finora non ha visto lo sviluppo che si sarebbe sperato. "Le soluzioni di long term care ci sono, ma non sono abbastanza diffuse da poter garantire a un prezzo accessibile tutta l'assistenza di cui i cittadini avrebbero bisogno", dice Sorgi.

LA FIDUCIA SI È STRAPPATA

Parlare di accessibilità dell'offerta è sempre un tema delicato. Soprattutto in un paese che spende oltre 150 miliardi di euro all'anno in gratta e vinci e lotterie. Sorgi non ne fa una colpa della clientela. "Ci si ferma al breve termine perché si è pieni di contingenze e, soprattutto, non si è stati in grado di sviluppare nella popolazione la capacità di immaginare il futuro", commenta. E allora diventa quasi naturale che, in assenza di alternative, ci si affidi alla lotteria, quando non a maghi e cartomanti.

Quello che manca, secondo Sorgi, è un senso di speranza e fiducia. "La fiducia si è strappata e sta a noi adesso fare di tutto per ricostruirla", commenta. "Dobbiamo riuscire a sviluppare nella popolazione un'idea positiva di futuro, ponendoci – prosegue – come un partner affidabile che sia in grado di comprendere i bisogni del cliente e di accompagnarlo nelle scelte migliori per lui e per la sua famiglia". In fondo, è difficile che si possa affidare i propri risparmi a qualcuno che non suscita in noi una certa fiducia. "È il punto di partenza di ogni relazione che funziona", commenta Sorgi. Per centrare un simile obiettivo, bisogna tuttavia domandarsi prima di cosa ha bisogno il cliente.

NO A RISPOSTE SEMPLICI E MEDIOCRI

Il tema della domanda torna spesso nelle parole di Sorgi. Anche perché, a ben guardare, c'è già chi è in grado di fornire ai cittadini tutte le risposte di cui hanno bisogno. "Basta fare



Sergio Sorgi, fondatore di Progetica

un giro su *ChatGPT* per avere una risposta chiara su quale sia il prodotto migliore per la protezione del proprio reddito", commenta Sorgi. Già, ma non è detto che la protezione del reddito sia quello di cui ha davvero bisogno il cliente. Ed è qui che, secondo il fondatore di Progetica, può e deve intervenire la figura del consulente. "L'analisi dei bisogni della clientela è una cosa che può fare solo un professionista preparato e qualificato: non può farlo un prodotto e non può farlo un algoritmo", commenta.

Lo spazio competitivo, dunque, si sposta: non più la risposta ai bisogni della clientela, ma la consulenza che fa emergere tali bisogni. Secondo Sorgi, non c'è alternativa a un simile scenario. "In un mercato fatto solo di risposte semplici e mediocri, vincerà sempre chi riuscirà a fornirle nella maniera più rapida possibile e magari, almeno apparentemente, senza alcun conflitto di interessi", commenta in chiusura. "Dobbiamo alzarci da questo piano e avere la capacità di affrontare il tema della domanda, che è sempre più complicata della risposta, per accompagnare il cliente in un percorso che possa consentirgli di conoscere i suoi bisogni e in definitiva – conclude – di soddisfarli".



LA VITA LUNGA PIACE, NONOSTANTE LE SFIDE

di Maria Moro

VIVERE PIÙ A LUNGO È UN'OCCASIONE DA COLTIVARE PER STARE CON LE PERSONE AMATE E PER DEDICARSI AGLI INTERESSI PERSONALI. LA PREOCCUPAZIONE MAGGIORE È PERÒ DOVER DIPENDERE DAGLI ALTRI E NON AVERNE I MEZZI ECONOMICI. SU QUESTO TEMA LA MAGGIOR PARTE DEGLI ITALIANI CONOSCE LE OPPORTUNITÀ ASSICURATIVE, MA SEMBRA AVVICINARSI CON QUALCHE DIFFIDENZA

Gli italiani gradiscono una prospettiva di vita più lunga e in salute, saprebbero come mantenersi e come aggiungere qualità al prolungarsi dell'età. Per 8 cittadini su 10, però, il timore maggiore è la perdita di autosufficienza, propria o delle persone più vicine: in questi casi, il supporto economico è ricercato nei risparmi e nel sostegno pubblico, a cui si aggiunge la conoscenza degli strumenti assicurativi, verso i quali le generazioni più giovani mostrano interesse.

Il profilo descritto emerge da un'indagine di Zurich e Swg, svolta su un campione di duemila persone tra i 18 e i 64 anni per capire il rapporto tra italiani e longevità. La prospettiva di una vita più lunga sembra essere gradita alla maggior parte della popolazione (63,8%), una dimensione resa possibile dal miglioramento delle condizioni di vita e dai passi avanti della medicina e della tecnologia. A essere più dubbiosi sulle opportunità di una vita più lunga sono soprattutto i giovani della Gen Z (nati dopo il 1997), apprezzate dal 57,7% degli intervistati ma negate dal 13%. Ognuno ha i suoi motivi per vedere positivamente un allungamento della vita. Le ragioni più indicate vanno nella direzione di avere più tempo per ciò che si ama: passare più tempo con gli affetti (51%), poter col-

tivare le proprie passioni (42%) e vedere crescere ed evolvere la famiglia (40%) sono, nell'ordine, le prime tre voci citate da tutti e in particolare dai Baby boomer. La volontà di fare più esperienze e vivere vite diverse piace a un intervistato su 3, in maniera trasversale a tutte le generazioni. La possibilità di vedere un mondo diverso è invece una prospettiva che attira un intervistato su 4 tra i Millennial, mentre per gli altri è uno su 5. Gen Z e Millennial vedono nella vita più lunga una maggiore possibilità di provare più esperienze in percentuale doppia (15% e 12%) rispetto alle generazioni più anziane Gen X e Baby boomer (7% e 6,7%). In ogni caso, la vita più lunga non è interpretata come occasione per guadagnare di più, aspetto che interessa solo il 5,3% medio e il 7% della Gen Z.

LA PERDITA DELL'AUTOSUFFICIENZA È IL TIMORE PIÙ GRANDE

Dal lato opposto, una vita più lunga può nascondere insidie e imprevisti. Il timore principale è di gran lunga la possibilità di una condizione di salute precaria (57,9%), percepita di più da Gen X (61,2%) e Baby boomer (70%). Al secondo posto si colloca la preoccupazione di contare su risorse economiche

insufficienti (35,7%), più viva nella Gen Z (39,8%) e tra i Baby boomer (36,5%). Al terzo posto c'è l'assillo di vedere invecchiare o soffrire per persone care (34,5%), percepito in modo equivalente tra tutte le generazioni. I Baby boomer più degli altri (32,6%) temono che invecchiando non avranno più la voglia o la forza di fare ciò che amano, mentre Millennial e Gen Z sono i più preoccupati dal dover lavorare più a lungo.

Sul tema della longevità la maggior parte degli intervistati (71%) è d'accordo sul fatto che l'invecchiamento vada accettato nella sua naturale evoluzione, anche se 9 su 10 sono convinti che uno stile di vita sano contribuisca a una migliore salute nella terza età. Per la maggioranza è chiaro già ora che l'invecchiamento della popolazione sarà un problema per il paese a causa del mantenimento di un numero elevato di anziani; sono invece molti meno (51,6%) coloro che ritengono la longevità un'opportunità per il paese grazie a uno stato di salute generalmente migliore.

L'eventualità di perdere l'autosufficienza, per se stessi o per i familiari, è una preoccupazione per l'84,1% degli intervistati e il 52% la ritiene un rischio concreto. Nella visione per generazioni, non stupisce che le percentuali siano più elevate per le fasce d'età più avanzate: preoccupati sono l'89% tra i baby boomer e l'86,9% tra i GenX. Gli strumenti a cui fare ricorso

in caso di perdita dell'autosufficienza sono prima di tutto il sostegno pubblico (38,2%), al secondo posto ci sono i risparmi della famiglia (37,1%) e al terzo le polizze assicurative (27,5%). Tra le possibili risorse sono citati i fondi pensionistici (24,1%), i prodotti di investimento (11,3%) e la rendita immobiliare (15,1%).

SOLUZIONI ASSICURATIVE, CRESCERE L'INTERESSE TRA I GIOVANI

La ricerca valuta il livello di interesse per gli strumenti assicurativi a tutela della longevità rivolgendosi solo a coloro che non ne hanno ancora sottoscritti, ed evidenzia la disponibilità maggiore alla conoscenza tra le generazioni più giovani. I fondi pensione integrativi e i piani pensionistici individuali raccolgono il maggiore interesse, con solo il 32,4% che si dice indifferente; quasi un intervistato su 4 (22,9%) afferma però di essersi informato e di aver poi rinunciato a proseguire. Prendendo singolarmente le generazioni, quella con la quota più elevata di interessati a valutare le soluzioni pensionistiche è la Gen Z (53,6%).

Le polizze vita di investimento e le Tcm incontrano nel complesso un interesse leggermente minore (non interessano rispettivamente al 42% e al 41% di chi non ne è ancora in possesso). Nel primo caso, il 16,6% si è informato e ha rinunciato, mentre il 41% è disposto a valutare la proposta; per le Tcm il 19% ha rinunciato e il 39% potrebbe pensare di informarsi: anche in questi casi, l'interesse maggiore è riscontrato tra Gen Z e Millennial.

I prodotti Ltc attraggono l'attenzione soprattutto della Gen X (50%) e della Gen Z (49,5%); in totale sono una soluzione che il 47,4% afferma di poter valutare, mentre il 12,5% ha già valutato e scartato. Più nel dettaglio delle polizze Ltc, due intervistati su 3 affermano di essere a conoscenza di tali soluzioni assicurative e uno su 4 si ritiene ben informato. La quota maggiore di chi si ritiene informato è tra i Gen X (29,9%) e i baby boomer (28,6%); nelle stesse due fasce di età circa il 44% ne ha sentito parlare e circa il 26% non ne conosce l'esistenza; i Millennial mostrano un interesse in crescita (il 22,2% è informato, il 43,5% ne ha sentito parlare); mentre la Gen Z è in una prima fase di approccio, divisa a metà tra chi ha un qualche livello di interesse e chi non conosce questa possibilità.



© David Petrus Ibars - iStock



L'ETÀ DELL'AGE MANAGEMENT

di Maria Moro

L'INVECCHIAMENTO DELLA POPOLAZIONE E LA SCARSA PRESENZA DI GIOVANI RAPPRESENTANO PER LE IMPRESE PRIMA DI TUTTO UN RISCHIO DI MANCATA INNOVAZIONE E QUINDI, IN PROSPETTIVA, DI CAPACITÀ DI RESTARE COMPETITIVE. L'ATTENZIONE VA POSTA DA UN LATO ALLE ESIGENZE DI JUNIOR E SENIOR, DALL'ALTRO ALLE OPPORTUNITÀ CHE NASCONO DA UN CONFRONTO COSTRUTTIVO

Con un'età media in Italia di circa 49 anni e la prospettiva di perdere 7,7 milioni di persone in età attiva da qui al 2050, la questione della longevità si riflette anche sulle realtà produttive, con i rischi relativi a una popolazione lavorativa più anziana e alle difficoltà nel ricambio generazionale. Il tema non è ignorato dalle aziende ma la questione è complessa, più facilmente gestibile dalle realtà strutturate e meno da quelle piccole. Parlare di gestione del rischio di longevità nel comparto produttivo significa toccare aspetti che vanno dal passaggio generazionale all'innovazione, dal mercato agli stili di vita. “L'invecchiamento della popolazione aziendale si percepisce più chiaramente nell'attuale fase di trasformazione tecnologica e di carenza di risorse giovani, che possono accettare le sfide dell'innovazione e garantire continuità – afferma **Federico Lucia**, ceo di **Fortaris** e board member e direttore didattico di **Anra** – È un fenomeno che va riconosciuto dalla politica e dai settori produttivi, non trattato come fattore episodico ma gestito con strategie chiare e visioni organizzate”.

L'age management è una strategia aziendale sempre più presente, il cui obiettivo è capire le criticità insite nella coabitazione di almeno quattro o cinque generazioni di lavoratori (entra ora la screen touch generation dei nati a partire dal 2007) e affrontarle con un approccio di trasformazione positiva, che soddisfi gli interlocutori e garantisca l'apporto utile alla crescita aziendale. “L'invecchiamento della popolazione

di lavoratori porta con sé innanzitutto delle sfide organizzative, quali esonerare o limitare l'esposizione di persone più anziane da attività a rischio o notturne, rispondere alle richieste di flessibilità, fare fronte a un aumento dell'impatto dovuto a infortuni e malattie. Inoltre, c'è l'esigenza di gestire la transizione e il trasferimento delle competenze per evitare la perdita del know-how critico in possesso dei senior, tenendo conto che le nuove generazioni hanno modelli di vita, aspettative e strutture di apprendimento diversi”, spiega Lucia.

SUPERARE LE DIVERSITÀ UNENDO I PUNTI DI FORZA

Da un lato l'esperienza dei senior, dall'altro l'innovazione degli junior: la sfida dell'age management è coniugare i rispettivi punti di forza e creare un ambiente favorevole alla crescita e alla competitività. Si parte da generazioni che hanno interessi ed esigenze differenti: i giovani hanno una maggiore propensione verso i temi della sostenibilità, hanno più interesse per flessibilità e smart working che, in molti casi, sono più importanti della Ral, mettono al centro la qualità dell'esperienza e il bilanciamento vita-lavoro. Su questo il welfare si sta rivelando uno strumento flessibile che fa la differenza: meno offerta di asili aziendali e più servizi alla persona per i senior, più iniziative di socialità e spazi di incontro per i giovani. Lo smart working in particolare può agevolare entrambi:



è valutato dai giovani come termine di paragone sulla qualità del lavoro ed è ricercato dai senior per la flessibilità che agevola la quotidianità privata e lavorativa.

Strumenti a parte, costituisce fattore critico di successo la capacità di integrare l'age management con la trasformazione digitale delle imprese. “L'up-skilling digitale degli over 50 è fondamentale. L'orientamento vincente guarda oggi a programmi di formazione digitale su misura, pratici o erogati in modalità micro learning, brevi pillole formative per inserire l'apprendimento nella routine quotidiana”, spiega Lucia. La crescita dei giovani da un lato e la digitalizzazione dall'altro sono obiettivi che possono essere perseguiti con il vantaggio aggiuntivo di avvicinare e integrare risorse di età diverse. In questo senso, “si può fare ricorso al coaching e al mentoring sia nell'approccio tradizionale dei senior che condividono con i giovani la loro visione strategica e la loro esperienza, sia nella forma di reverse mentoring in cui i profili junior trasmettono conoscenze digitali ai colleghi più maturi. In molti casi risulta efficace l'osservazione reciproca, in cui senior e junior affrontano il medesimo progetto, attività o problema e metto-

no a confronto i rispettivi approcci”. Il valore di unire i punti di forza di giovani e senior emerge anche nella creazione di task force su progetti di trasformazione digitale, che diventano ambienti di contaminazione reciproca tra la creatività degli uni e l'esperienza nel project management degli altri.

I RISCHI DI INVECCHIARE MALE

La gestione dell'*aging risk* è più presente nelle imprese strutturate, capaci di pianificare in prospettiva e adottare strategie mirate. La realtà delle Pmi è invece differente: sono luoghi in cui la relazione professionale diventa anche personale, c'è minore ricambio e una gestione più orientata al contesto immediato che alla prospettiva. Sono queste le realtà produttive che rischiano maggiormente di invecchiare insieme alle persone che vi lavorano e di trovarsi in poco tempo fuori dal mercato. Osserva Lucia: “Considerando che la grande maggioranza del comparto produttivo in Italia è costituita da micro e piccole imprese, il fenomeno dell'invecchiamento si lega al rischio del paese di perdere competitività. Le imprese con un'età media più elevata vanno incontro a una minore spinta innovativa per la maggior difficoltà di intercettare i nuovi contesti sociali e di mercato, per la fatica di restare nel trend dell'evoluzione tecnologica e per una minore propensione al rischio, che è fisiologica con l'avanzare dell'età a fronte di un benessere costruito e consolidato”.

Il rinnovamento generazionale è un processo che va costruito per tempo: il senior che lascia l'impresa porta con sé il proprio bagaglio di competenze, esperienza, relazioni, che si disperdono se non vengono adeguatamente trasferite a un junior in un processo di affiancamento coordinato. L'impresa che non rinnova e con età media elevata diventa meno attrattiva per i giovani e questo rende difficile dare una svolta, alimentando un circolo vizioso. “A queste criticità si aggiunge il rischio maggiore, che è il ricambio generazionale nelle funzioni di governance – conclude Lucia - Serve la volontà di inserire i giovani con la responsabilità di portare innovazione, promuovere la loro capacità di visione e farli operare con libertà, per adattare la realtà dell'impresa a un contesto che cambia”.



CLIMA, SUL RISCHIO SI PUÒ GIOCARRE D'ANTICIPO

PREVEDERE ALLUVIONI, FRANE, INCENDI E SICCIÀ, NON GUARDANDO AL PASSATO, MA SIMULANDO FISICAMENTE IL FUTURO. EOLIANN, CLIMATE TECH TORINESE FONDATA NEL 2022 DA QUATTRO UNDER 30, HA COSTRUITO CON LA PIATTAFORMA AIRIS UN MODELLO DI RISCHIO CLIMATICO AD ALTA RISOLUZIONE (VALIDATO DALL'AGENZIA SPAZIALE EUROPEA) CHE COPRE L'INTERO CONTINENTE EUROPEO CON UNA GRANULARITÀ FINO A 30 METRI

di *Beniamino Musto*

Trasformare il rischio climatico in decisioni operative, utilizzando dati satellitari, algoritmi di machine learning e competenza specialistica. È su questo obiettivo ad ampio raggio che è stata costruita *Airis*, la nuova piattaforma lanciata dalla giovane azienda *climate tech Eoliann*, la cui tecnologia si basa sull'incrocio tra le evidenze provenienti dall'osservazione terrestre, elementi di data science e modellazione del rischio climatico. Più nel concreto, la piattaforma integra i dati satellitari e geospaziali che descrivono il territorio, la sua morfologia, la topologia e l'urbanizzazione, utilizzandoli come input per i modelli proprietari di machine learning, che generano previsioni fino al 2050 ad alta risoluzione (con una granularità fino a 30 metri, e con copertura europea) validate su eventi reali e sulle mappe delle autorità locali, con il supporto dell'**Agenzia Spaziale Europea** (Esa). “Siamo una realtà che si occupa di modellazione di eventi climatici estremi come alluvioni, incendi, frane, siccità e tutti quegli eventi mutati dal cambiamento climatico che già presentano una maggiore dinamica di pericolosità, destinata a continuare anche nei prossimi anni”, spiega il ceo **Roberto Carnicelli** a *Insurance Review*. L'obiettivo che ha dato avvio alla storia di questa azienda era proprio quello di sfruttare le tecnologie emergenti per riuscire a creare dei modelli più precisi e accurati rispetto a quanto offerto sul mercato, e non basati sui dati storici, che, sottolinea il



ceo di Eoliann, “non sono più rappresentativi di un clima che sta mutando profondamente”.

UN MODELLO CHE NON SI ALLENA SULLE SERIE STORICHE

Carnicelli spiega il funzionamento di Airis prendendo come esempio le alluvioni, uno dei rischi dal più forte impatto in Italia. “Il lavoro della piattaforma – dice – inizia prendendo dal satellite una serie di informazioni morfologiche, topologiche e geografiche, che descrivono il territorio: altitudine e inclinazione del suolo, distanza dai fiumi, livello di urbanizzazione, e così via”. Tutto questo permette di avere un’analisi dettagliata del territorio circostante, alla quale sono aggiunte le informazioni atmosferiche. Questi dati vengono quindi utilizzati come input di algoritmi di machine learning che Eoliann sviluppa *in house*, e che vanno a quantificare la probabilità che accada un evento estremo, e l’intensità che avrà. Nel caso delle alluvioni, dunque, Airis è in grado di prevedere quanti metri d’acqua arriverebbero a un determinato punto e il danno che l’evento potrebbe causare a un determinato as-

set, ad esempio una casa, un immobile industriale, una rete ferroviaria o un traliccio. “Tutto ciò – osserva Carnicelli – lo facciamo sia alle condizioni in tempo reale, sia alle condizioni prospettiche al 2030, 2040 e al 2050 nei diversi scenari climatici, comprendendo come questo rischio muterà in quel punto del territorio nel tempo. E questa analisi la facciamo per tutto il continente europeo con una risoluzione di 30 metri”.

Il modello, ribadisce Carnicelli, “non si allena sugli eventi storici, ma su mappe di rischio, cioè simulando fisicamente che l’evento possa accadere”. Non usando le serie storiche in fase di training, il modello ignora cosa sia successo in passato, e restituisce un’analisi di rischio in base a quelle che sono le condizioni effettive analizzate. Le serie storiche vengono utilizzate da Eoliann soltanto *ex post*, per confrontarle con il modello sviluppato e “avere un’idea di quanto il nostro modello sia stato accurato”.

Tra tutti i modelli sviluppati, sottolinea Carnicelli, “siamo particolarmente fieri di essere tra i pochissimi, se non l’unico, provider in Italia che ha modellizzato il rischio frane”.

LE TAPPE DELLA STORIA DI EOLIANN

La storia di Eoliann è partita nel 2022 dall’idea di quattro giovani under 30 con un background formativo eterogeneo: il ceo Roberto Carnicelli ha una formazione economica (laurea in Bocconi), mentre gli altri tre founder sono **Giovanni Luddeni** (ingegnere aerospaziale), **Emidio Granito** (ingegnere gestionale) e **Chiara Mugnai** (ingegnere bionico). L’azienda, che fa base a Torino e attualmente conta su un team di circa 20 persone, nel 2025 è stata premiata dal Presidente della Repubblica, **Sergio Mattarella**, come una delle realtà più innovative e sostenibili del Paese.

Quello della sostenibilità è un elemento che sta a molto a cuore a tutti i founder di Eoliann, al punto da scegliere di intraprendere il percorso che ha portato l’azienda a diventare una *Società Benefit*. Un traguardo che, racconta Carnicelli, “era tra i nostri obiettivi aziendali sin dall’avvio delle nostre attività, dal momento che siamo partiti proprio dall’idea di rendere gli eventi climatici più prevedibili, e pertanto abbiamo sempre

PREVISIONI CON UN'ACCURATEZZA DEL 95%

La piattaforma Airis, che copre tutto il territorio europeo, prevede la probabilità di sei rischi climatici simultaneamente (alluvioni, frane, incendi, siccità, piogge intense, vento) su quattro orizzonti temporali (2026, 2030, 2040, 2050), analizzando l'impatto su 17 tipologie di asset, tra cui sottostazioni, linee aeree, turbine eoliche, ferrovie, gasdotti e rete elettriche.

Combinando l'analisi dei sei rischi climatici con i quattro orizzonti temporali, su tre scenari di proiezione climatica **Ipcc** (Intergovernmental Panel on Climate Change), con diversi livelli di emissione di gas serra, Airis è in grado di valutare fino a 72 dimensioni di rischio per ogni asset, quantificando sia i danni diretti sia quelli indiretti, e offrendo una base operativa per pianificare interventi e priorità.

Il calcolo del rischio ha una precisione di 30 metri su 2,15 milioni di km² di territorio, e si avvale di oltre due miliardi di punti geografici di riferimento. Eoliann sottolinea che a oggi i suoi algoritmi sono stati in grado di prevedere tutti i principali eventi in Italia e in Europa con un'accuratezza al 95%.

pensato che fosse importante impegnarci nella sensibilizzazione su questo tema". L'essere Società Benefit si estende ovviamente ad altre attività, anche non legate al core business dell'azienda, come ad esempio la trasparenza comunicativa con i dipendenti e con gli investitori, e la sensibilizzazione verso la partecipazione femminile nelle materie Stem.

LA COLLABORAZIONE CON L'AGENZIA SPAZIALE EUROPEA

Ma chi sono i principali clienti di Eoliann? Al momento i principali clienti dei servizi della piattaforma Airis sono soprattutto i grandi player infrastrutturali dell'energia, dei trasporti e delle telecomunicazioni, italiani ed esteri.

La società ha anche una serie di partner istituzionali, tra i quali figura la già citata Agenzia Spaziale Europea, che ha validato scientificamente, in qualità di ente terzo, tutti i modelli di Eoliann. Con Esa inoltre, racconta Carnicelli, "abbiamo lavorato ripetutamente negli scorsi anni, e abbiamo ancora in corso un progetto. Esa ci ha supportato sia tecnologicamente che finanziariamente, aiutandoci nello sviluppo dei nostri modelli attraverso la costruzione di progetti dal valore superiore al milione di euro".

In questo momento la copertura di Airis si estende su tutto il continente europeo, ma può essere assolutamente ampliata anche al resto del mondo: "è una cosa che vogliamo fare, faremo, ma chiaramente serviranno altre risorse", osserva Carnicelli.

NUOVI PROGETTI ALLO STUDIO

Non a caso uno dei più importanti progetti allo studio è in questo momento in corso in Spagna, con **Redeia**, colosso pubblico-privato che amministra la rete elettrica nazionale e gestisce il sistema nazionale di trasmissione dell'energia. "Siamo al lavoro su un sistema di early warning system, che consiste nel monitoraggio degli eventi estremi, e non più solo del rischio, in un arco temporale di 48-72 ore. Chiaramente – ammette Carnicelli – ci vorrà un po' di tempo per svilupparlo perché il livello di complessità è diverso, però tutto sta procedendo molto bene. In questo momento abbiamo ottenuto ottimi risultati, quindi se questa progettualità andrà avanti secondo i piani, potrà essere sviluppato un altro prodotto per il mercato che si affiancherà ad Airis, non solo per pianificare le opere di resilienza o per la comprensione del rischio, ma anche per gestire le emergenze quando poi queste accadranno", conclude il ceo di Eoliann.

INSURANCE Daily

il quotidiano del settore assicurativo

Non sei ancora tra gli oltre 11.000 lettori
che tutti i giorni ci seguono?



Vuoi riceverlo quotidianamente
sulla tua casella email?

È gratuito.

Per riceverlo è sufficiente iscriversi su
www.insurancetrade.it



SICUREZZA DIGITALE E PREVENZIONE DELLE FRODI: LE POSSIBILITÀ DEL SISTEMA SCIPAFI

*CON OLTRE 34 MILIONI DI VERIFICHE NEL 2025,
LA PIATTAFORMA PUBBLICA SI CONSOLIDA
COME INFRASTRUTTURA DI RIFERIMENTO PER
CREDITO, ASSICURAZIONI E IDENTITÀ ELETTRONICA
OFFRENDO CONTROLLI IN TEMPO REALE,
INTEROPERABILITÀ CON ARCHIVI ISTITUZIONALI E
NUOVI SVILUPPI VERSO UN ECOSISTEMA EUROPEO*

*di Paolo De Carlo,
direttore Ict e Furto di identità di Consap*

Nel contesto attuale, caratterizzato da una crescente interconnessione e da un uso sempre più diffuso delle tecnologie digitali, la gestione dell'identità personale assume un ruolo centrale per cittadini, imprese e professionisti. La digitalizzazione ha reso possibile accedere con facilità a servizi, informazioni e opportunità che fino a pochi anni fa richiedevano tempi e modalità ben più complesse, contribuendo a migliorare sensibilmente la qualità della vita e l'efficienza delle attività quotidiane.

Allo stesso tempo, la presenza dei dati personali all'interno di piattaforme

online, gestite sia da istituzioni sia da aziende private, richiede una maggiore consapevolezza e attenzione. Il furto d'identità, pertanto, non rappresenta più una minaccia isolata, ma un rischio costante alimentato dalla mole di dati custoditi online. Se l'evoluzione digitale ha generato benefici innegabili, ha contemporaneamente ampliato il perimetro d'azione per condotte illecite sempre più sofisticate, che spaziano dal riutilizzo di credenziali trafugate alla manipolazione di documenti d'identità. Le conseguenze per le vittime e per il sistema economico sono profonde: dai danni puramente finanziari al coinvol-





gimento in procedimenti penali o situazioni debitorie del tutto ingiustificate. In questo scenario, il sistema *Scipafi* (Sistema centralizzato informatico per la prevenzione amministrativa del furto d'identità) si conferma uno strumento fondamentale di difesa e integrità per il mercato del credito e delle assicurazioni.

QUADRO NORMATIVO E FUNZIONAMENTO DEL SISTEMA

Il perno della strategia nazionale di contrasto alle frodi identitarie è rappresentato dall'articolo 30-ter del dlgs del 13 agosto 2010, n. 141. Tale norma ha

introdotto un sistema pubblico finalizzato alla prevenzione amministrativa delle frodi legate alla contraffazione o all'indebita utilizzazione dei dati identificativi e reddituali nei processi di accesso al credito.

Il sistema si basa su una piattaforma informatica che permette ai soggetti utilizzatori (cosiddetti aderenti), tra cui banche, intermediari finanziari, assicurazioni e gestori di identità digitale, di verificare l'autenticità dei dati forniti dai richiedenti dei servizi finanziari/assicurativi/d'identità, etc.

Il meccanismo operativo prevede la verifica diretta e immediata dei dati presentati dai richiedenti rispetto a quelli memorizzati presso alcune banche dati istituzionali, ovvero **Agenzia delle Entrate** (dati identificativi e reddituali), **Inps** (dati previdenziali e contributivi), **Inail** ed ex **Inpdap** (posizione assicurativa), **Anpr** (esistenza in vita), **Ced Interforze** (documenti smarriti o rubati), **Ragioneria generale dello Stato** (dati tessera sanitaria), **Cen Napoli** (passaporti e permessi di soggiorno), **Mit** (pazienti di guida).

L'obiettivo primario dell'utilizzo di *Scipafi* non è ottenere informazioni sul cliente, bensì verificare la corrispondenza tra i dati riportati nella documentazione fornita e quelli presenti nelle citate banche dati per consentire l'individuazione di anomalie riconducibili a potenziali frodi.

LA CAPACITÀ DI DISSUADERE COMPORTAMENTI ILLECITI

Dall'analisi dei dati relativi al 2025 emerge quanto segue:

- *Volume delle interrogazioni:* nel 2025

sono state effettuate circa 34 milioni di interrogazioni, (201,5 milioni dall'avvio del sistema nel 2015). Nel corso dell'anno è stata verificata la corrispondenza di 437,6 milioni di dati presenti nei documenti verificati dagli aderenti nel settore del credito al consumo o dei pagamenti dilazionati (2,5 miliardi di dati verificati dall'avvio del sistema nel 2015).

- *Attori protagonisti:* le categorie più attive risultano essere le banche, le compagnie assicurative e i gestori di identità digitale, a conferma della fiducia riposta dagli operatori nel sistema.
- *Efficacia della prevenzione:* sebbene le anomalie riscontrate siano percentualmente contenute (inferiori all'1% per singola categoria), i numeri assoluti descrivono un impatto significativo. Nello specifico:
 - codici fiscali inesistenti: 0,64%;
 - documenti smarriti o rubati: 1,12%;
 - nominativi riferiti a soggetti deceduti: 0,10%.

Questo dato non deve essere interpretato come indice di inefficacia del sistema, al contrario mette in luce la sua reale utilità, che risiede soprattutto nella funzione di prevenzione silenziosa. Il sistema è in grado di individuare e bloccare già nelle fasi iniziali situazioni potenzialmente fraudolente che, se non intercettate tempestivamente, potrebbero comportare rilevanti conseguenze economiche e giuridiche. In tale prospettiva, il valore di *Scipafi* non si esaurisce nel numero di frodi concretamente impedito, ma si estende anche alla sua capacità di dissuadere comportamenti illeciti grazie a un meccanismo di controllo preventivo strutturato e formalizzato.

SOSTENIBILITÀ ED EFFICIENZA DEL MODELLO

Un aspetto particolarmente rilevante è la piena sostenibilità economico-finanziaria del sistema Scipafi: l'intero impianto si regge sui contributi versati dagli aderenti, senza alcun impatto sul bilancio pubblico, rappresentando al contempo un esempio virtuoso di collaborazione tra pubblico e privato. I risultati finanziari del 2025 confermano la solidità del modello:

- *Entrate*: oltre 7,8 milioni di euro;
- *Spese*: circa 2,6 milioni di euro;
- *Avanzo netto*: oltre 5,2 milioni di euro.

In un decennio di operatività, il sistema ha generato un surplus complessivo superiore agli 11 milioni di euro, riversato interamente all'entrata del bilancio dello Stato, dimostrando come la cooperazione tra pubblico e privato possa dare vita e sostenere servizi di grande utilità ed interesse collettivo nell'ambito della prevenzione del furto d'identità e, più in generale, nell'antifrode.

UN PILASTRO DELLA DIGITAL TRUST

Il ministero dell'Economia e delle finanze sta attualmente lavorando a una revisione del regolamento attuativo per rendere Scipafi ancora più flessibile e allineato alle normative sulla privacy e sull'antiriciclaggio. Le innovazioni attese includono la riduzione dei costi di adesione per incentivare ulteriormente la partecipazione degli operatori; il modulo informatico di allerta, per segna-

lare tempestivamente frodi tentate o consumate; l'interoperabilità con l'IT-Wallet, il portafoglio digitale nazionale, e integrazione nel progetto europeo dell'Identità digitale (**Eudiw**).

Queste evoluzioni mirano a posizionare nel breve termine Scipafi quale pilastro della digital trust italiana.

VERSO UN AMPLIAMENTO DEL PERIMETRO

L'efficacia dimostrata da Scipafi nel settore del credito al consumo apre a una riflessione più ampia sulla possibilità di estenderne l'ambito di applicazione. In un contesto in cui la vulnerabilità delle identità personali interessa una pluralità di settori, dall'e-commerce alla sanità, fino al noleggio di veicoli e al leasing immobiliare, emerge l'esigenza di strumenti di verifica sempre più affidabili e strutturati.

In questa prospettiva, un sistema come Scipafi potrebbe assumere un ruolo centrale anche al di fuori del comparto creditizio o assicurativo, contribuendo a rafforzare la sicurezza delle transazioni e a prevenire fenomeni fraudolenti. La sua adozione su scala più ampia potrebbe, inoltre, favorire una maggiore uniformità nei processi di controllo, arrivando a configurarsi come un elemento chiave per la validità e l'affidabi-



Paolo De Carlo, direttore Ict e Furto di identità di Consap

lità dei rapporti contrattuali in diversi ambiti. Per il settore bancario e assicurativo, oggi Scipafi non rappresenta soltanto un adempimento o un onere, ma si configura come una risorsa strategica, rivelandosi un valido alleato nella tutela della sicurezza delle transazioni e nella protezione della clientela. In un contesto digitale sempre più diffuso e, proprio per questo, maggiormente esposto a tentativi di frode, il sistema contribuisce a rafforzare i presidi di controllo e a contrastare in modo efficace le minacce emergenti. ●



SE LA POLIZZA DIVENTA UNA COMMODITY

SCHINASI BROKER HA DA POCO COMPLETATO LA FUSIONE CON ASB BROKER, ULTIMO TASSELLO DI UN PERCORSO DI CRESCITA PER LINEE ESTERNE COMINCIATO NEL 2020, CON ACQUISIZIONI MIRATE E SELEZIONATE AD ALCUNE LINEE DI BUSINESS SPECIFICHE E CON UNA LOGICA TERRITORIALE. LE STRATEGIE DELLA SOCIETÀ, COME SPIEGA L'AD PHILIPPE SAINZ, SONO GUIDATE DALL'ATTENZIONE PER LA CONSULENZA

di Fabrizio Aurilia



© AF Digital Art Studio - iStock

In un settore che rischia di diluirsi sempre di più in prodotti standard, tra cui alcune polizze che stanno diventando vere e proprie commodity, ci sono player di mercato che puntano ancora dritto al cuore del comparto dei rischi: la consulenza.

È ciò che ha sempre fatto e sta facendo ancora **Schinasi Broker**, storica società attiva tra il nord Italia e l'Austria, nata nella sua prima forma nel 1967 e che oggi, anche dopo una serie di acquisizioni, è diventata una realtà da circa 7,5 milioni di ricavi lordi nel 2025. Oggi Schinasi, che è stata anche tra i fondatori di **Aiba**, conta circa 50 persone, tra dipendenti e amministratori.

Philippe Sainz, nipote di chi ha fondato la società, è l'amministratore delegato e, in questa intervista, ci ha spiegato le evoluzioni e le strategie di un broker ben presente nel territorio ma anche in grado di guardare con lucidità alle dinamiche di mercato che si stanno sviluppando nel grande mondo del brokeraggio.

La crescita di Schinasi è stata graduale, ma ha avuto un'accelerazione negli ultimi 15 anni con l'apertura di una società in Austria, della filiale di Bolzano, e, a partire dal 2020, attraverso acquisizioni mirate in Veneto (Schio) e a Milano: tutte realtà fuse per incorpora-

zione in Schinasi. Ma l'operazione più importante, racconta Sainz, è quella del 2023 con **Asb Broker**, una società molto attiva a Bergamo e Brescia: post fusione i soci sono entrati nel capitale attraverso la holding di gruppo **Nuova Quantico** che, dice Sainz, "è una holding sia di partecipazione sia operativa, nel senso che vi si svolgono attività complementari, come compliance, amministrazione, finanza, controllo di gestione e marketing". L'attuale presidente di Schinasi, **Luigi Pasinetti**, era presidente e amministratore delegato di Asb Broker.

IL VALORE DELLA DIVERSIFICAZIONE

"Noi siamo un broker generalista, rivolto prevalentemente al settore corporate", spiega Sainz. "Il target – continua

l'ad – spazia dalle piccole e medie imprese territoriali, gestite prevalentemente dalle sedi di Bergamo, Brescia, Schio e Bolzano, fino alle large corporate multinazionali e le istituzioni finanziarie, che afferiscono a Milano. Abbiamo anche due specialty, una sui crediti commerciali e l'altra sui programmi multinazionali". A livello di portafoglio, le linee che hanno maggior peso sono property e liability, che "rappresentano circa il 50% del nostro portafoglio", precisa Sainz, poi employee benefit, motor, engineering, crediti commerciali, mentre "a Bolzano abbiamo una specializzazione per quanto riguarda gli impianti di risalita, che è un altro business su cui siamo concentrati", sottolinea il manager. Ma non è finita, perché in Austria Schinasi tratta programmi multinazionali, business cross border, prevalentemente con l'Alto Adi-

PASSAGGIO GENERAZIONALE? NON È UN PROBLEMA

Recentemente Aiba, nel suo ultimo congresso, ha parlato della difficoltà di reclutare giovani, del passaggio generazionale, un problema che non riguarda certo solo il settore assicurativo. Anzi, è interessante che persino in una carriera che ha delle ottime prospettive, ci sia questa difficoltà di reclutamento.

Schinasi Broker, anche in questo, si rivela una voce fuori dal coro, mostrando un'esperienza positiva: "siamo fortunati – spiega Philippe Sainz, ad della società – perché le nostre persone vengono essenzialmente da un pas-

saggio generazionale che è avvenuto all'interno delle società che abbiamo acquisito; sono cresciute all'interno del nostro gruppo e hanno assorbito il nostro modo di lavorare e la nostra cultura".

Secondo Sainz, comunque, il settore assicurativo dovrebbe essere in grado di comunicare meglio. "Nel mondo dei rischi – conclude – si confrontano tanti scenari, è un comparto trasversale a diverse materie, a partire da quelle economiche, ingegneristiche, giuridiche, ma non solo".

ge, ma ha anche un mercato domestico dedicato alle imprese di piccole e medie dimensioni.

La diversificazione era proprio uno degli obiettivi quando il broker ha sviluppato la strategia di M&A, come conferma Sainz: “volevamo ampliare, far crescere, diversificare sia territorialmente sia a livello di business, ampliare la platea delle piccole e medie imprese, sviluppare ulteriormente qualche linea di business che avevamo già al nostro interno, mantenendo la direttrice nel Nord Est, che è il nostro territorio di riferimento”.

LA CONSULENZA CHE DISTINGUE IL BROKER

Guardando al futuro, Sainz ribadisce che per Schinasi le opportunità si trovano soprattutto nella consulenza: Pmi, employee benefit, welfare, cyber risk



© Schinasi Broker

Philippe Sainz, amministratore delegato di Schinasi Broker

sono tutte aree che possono essere ulteriormente sviluppate dai broker professionali. “Vediamo molte possibilità in tutto quello che riguarda il risk management, la supply chain disruption, la prevenzione, la protezione dei rischi delle imprese”, sottolinea l’ad. Tutto sta a non adagiarsi sul prodotto assicurativo, come spiega Sainz: “tutti noi abbiamo delle facility e quindi cerchiamo di incanalare i rischi al loro interno, per cui le polizze assicurative rischiano di diventare delle commodity, mentre la consulenza non può esserlo. Quindi il valore consulenziale del broker è quello che lo distingue, è quello che rende il fattore umano ancora prevalente: noi – ribadisce – puntiamo su quello, perché riteniamo di avere un personale altamente professionale e quindi in grado di confrontarsi con il cliente adeguatamente, con competenza”.

L’altro lato della medaglia è l’innovazione, l’ottimizzazione dei processi, che dipende da come il player sarà in grado di utilizzare i nuovi strumenti che derivano dall’intelligenza artificiale: “gli investimenti in tecnologia – rivela Sainz – sono fatti di concerto con i provider che ci seguono sia nel gestionale sia nell’infrastruttura”.

Un altro nuovo spazio di crescita è rappresentato dal business delle coperture cat nat, spinto dall’obbligo di polizza per le imprese. Sainz spiega che per Schinasi, tuttavia, non è cambiato molto: “avendo una clientela prevalentemente corporate, gran parte delle polizze property aveva già l’estensione per i danni catastrofali. Per alcuni prodotti abbiamo dovuto adeguare il testo al decreto”. È nella natura del settore assicurativo, riflette l’ad, proporre ciclicamente nuovi rischi sul tavolo: “chi è

strutturato è in grado di assorbire bene le novità”.

I FONDI E LA QUESTIONE DELL’INDIPENDENZA

Come noto, il mercato del brokeraggio è in un momento di forte consolidamento, e quello italiano è caratterizzato dall’ingresso di tanti operatori esteri, soprattutto fondi d’investimento. Schinasi, in questo contesto, rivendica il proprio profilo, molto concentrato sulla consulenza, e la propria indipendenza. Tuttavia, stando nel mercato, non si può far finta che certi fenomeni non ci siano: “noi siamo attenti”, sottolinea Sainz, rivelando che la società è già stata destinataria dell’interesse di molti, perché della dimensione tale da entrare nel mirino di diversi soggetti. “Come tutti stiamo valutando quello che sta succedendo”, precisa l’ad.

Del resto, riflette Sainz, il mercato del brokeraggio in Italia è contraddistinto “da una buona marginalità, è asset light, non prevede enormi investimenti e quindi attrae l’attenzione”. Anche a fronte di chi teme che l’ingresso dei fondi crei rischi speculativi, Sainz è ottimista: “io penso che i fondi sappiano fare bene il loro mestiere, sono soggetti professionali che hanno tutto l’interesse a far rendere il proprio investimento. Credo che ci sia un interesse nel mercato italiano, in quanto più frammentato di altri e con margini di crescita ancora promettenti”.



UNO SCORE ESG PER LE POLIZZE

REVO INSURANCE HA SVILUPPATO UN MODELLO CHE INTEGRA I PARAMETRI DI SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE, INCLUSIONE SOCIALE E BUONE PRATICHE DI GOVERNANCE NEI PROCESSI DI PRICING E UNDERWRITING. DOPO IL SUCCESSO DEL PROGETTO PILOTA NEL SETTORE DELLE COPERTURE D&O, COME ILLUSTRANO GIORGIO SPARGI E MATTEO MAMBRIN, ADESSO ARRIVA IL MOMENTO DEI PRODOTTI CAUZIONE

di Giacomo Corvi



© WANAN YOSSINGKUM - iStock

I parametri Esg sono anche un fattore di business. Soprattutto in un settore, come quello assicurativo, fatto di numeri e analisi dei dati, in cui il vero vantaggio competitivo è dato dalla capacità di definire prodotti e tariffe che siano davvero in linea con il profilo di rischio del cliente. Tutto sta nella capacità di trovare correlazioni fra le informazioni a disposizione e la sinistralità attesa, per arrivare a definire con precisione il premio. E perché allora non attingere anche a quella crescente mole di dati sulla propensione del cliente alla sostenibilità ambientale, all'inclusione sociale e alle buo-

ne pratiche di governance? "I criteri Esg si stanno rivelando una fonte preziosa di dati e informazioni che possiamo utilizzare per stabilire il premio migliore per i nostri assicurati", osserva **Giorgio Spargi**, head of portfolio optimization & pricing di **Revo Insurance**. "Il nostro obiettivo – prosegue – è sviluppare analisi quantitative che possano darci indicazioni ancora più puntuali sulla frequenza sinistri e ci consentano, di conseguenza, di adottare misure efficaci per ottimizzare il loss ratio".

Revo Insurance punta molto sul contributo che l'utilizzo dei

parametri Esg può garantire all'andamento di business. "È un mondo del tutto nuovo, fatto di variabili che nessuno ha mai utilizzato, che però possono garantirci un certo vantaggio competitivo se si rivelano utili a stimare il profilo di rischio del cliente", commenta **Matteo Mambrin**, head of underwriting di Revo Insurance. I risultati si sono finora rivelati molto soddisfacenti. "Abbiamo potuto rilevare che chi è attento ai parametri Esg – aggiunge – è per noi un ottimo cliente".

UN PROGETTO PILOTA SULLE D&O

La società ha quindi sviluppato un modello operativo in cui le funzioni di pricing e underwriting, sfruttando i dati forniti da un information provider, lavorano insieme per attribuire al cliente quello che è stato definito uno *score Esg*. "L'obiettivo è quello di costruire score che tengano in considerazione le peculiarità del prodotto e della clientela target", spiega Spargi. "Non ci fermiamo al singolo KPI o a quella che può essere l'attenzione complessiva del cliente verso i parametri Esg, ma ci concentriamo principalmente – prosegue – sulle variabili che possono darci indicazioni aggiuntive sul suo profilo di rischio in uno specifico ambito di business".

Il primo studio sullo score Esg di Revo Insurance è partito nell'estate 2025, con il lancio di un progetto pilota nel settore delle polizze D&O. "Abbiamo deciso di partire da un prodotto piuttosto semplice, rispetto al quale era plausibile ipotizzare che un cliente attento alle buone pratiche di governance potesse essere anche meno rischioso", illustra Spargi. L'analisi ha confermato le valutazioni iniziali e la compagnia, sulla base di quanto emerso, ha dunque introdotto un meccanismo premiante che concede uno sconto sul premio ad aziende che possano vantare uno score positivo.

ADESSO ANCHE LE CAUZIONI

Il progetto pilota è andato decisamente bene: lo scorso febbraio il modello è stato integrato pienamente nelle strategie di pricing e underwriting di Revo Insurance nel business delle polizze D&O. La compagnia punta ora a estendere l'utilizzo dello score Esg anche ad altri settori e lo scorso aprile ha annunciato che il modello sarà applicato anche al mercato delle polizze cauzioni, uno dei principali core business di Revo. Lo score, in questo caso, è completamente diverso da quello utilizzato per le soluzioni D&O. "È un punteggio costruito in

maniera un po' più complessa, perché tiene conto in maniera più completa e precisa anche di fattori ambientali e sociali", spiega Spargi.

Anche il meccanismo premiante è diverso rispetto alle polizze D&O. Il modello è stato integrato nel processo di auto-affidamento, che riguarda circa il 65% della clientela. E, come illustra Mambrin, "non prevede l'applicazione di uno sconto, ma l'innalzamento fino a un massimo del 50% del fido solitamente concesso con criteri tradizionali ai clienti che abbiano uno score positivo". Il modello tiene conto anche dei casi in cui sia presente un coobbligato, valutando anche il punteggio di quest'ultimo, prosegue Mambrin, nella "decisione di aumentare il fido concesso al cliente".

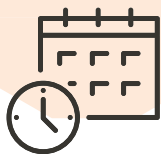
VERSO ALTRE LINEE DI BUSINESS

Revo Insurance crede molto nelle potenzialità di business che un simile modello potrà sprigionare nell'ambito delle polizze cauzioni. "Come conferma anche la classifica dell'**Ania** che è stata pubblicata poche settimane fa, siamo leader di mercato in questo settore", dice Mambrin. "Adesso vogliamo consolidare questa posizione e, per farlo, abbiamo bisogno di sviluppare modelli e strategie che possano consentirci di conservare tutto il vantaggio competitivo che abbiamo accumulato in questi anni: crediamo che una simile soluzione – prosegue – possa consentirci di raggiungere un simile obiettivo". La reazione degli intermediari alla novità è stata molto positiva. E non potrebbe essere altrimenti, visto che, ironizza Mambrin, "agenti e broker non aspettavano altro che una soluzione in grado di aumentare il fido concesso ai loro clienti e, di conseguenza, di rispondere ancora meglio alle loro esigenze di protezione".

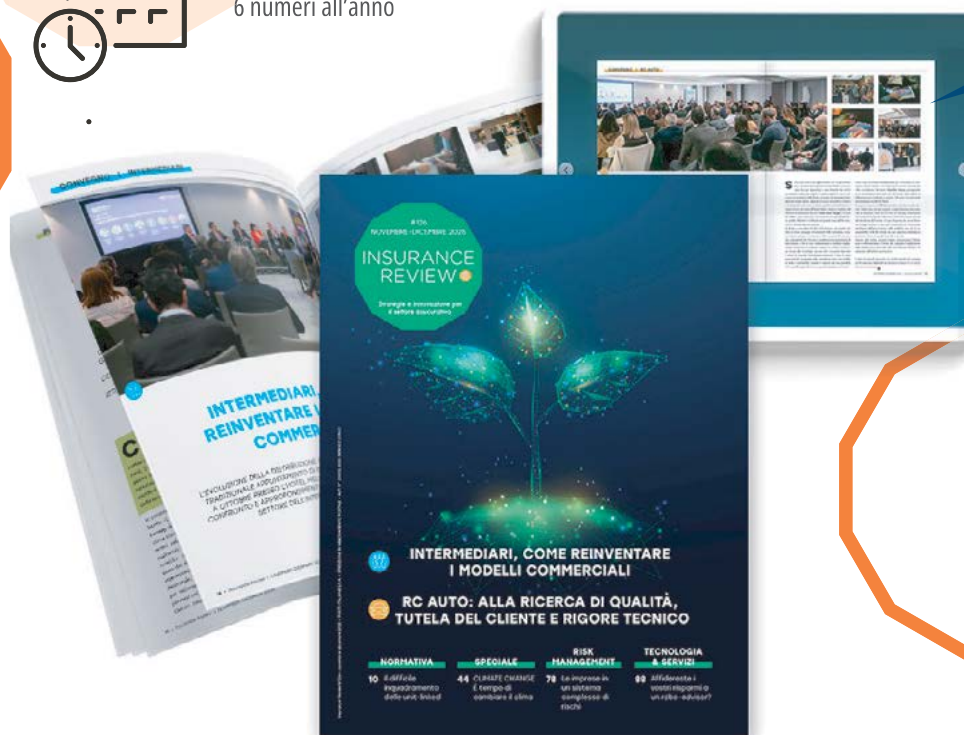
Revo Insurance non intende tuttavia fermarsi qui. Allo studio c'è l'applicazione dello score Esg anche in altre linee di business. Innanzitutto, nell'ambito delle specialty lines, altro core business della compagnia. E poi anche in quello di soluzioni più tradizionali, come property e liability, in cui l'attenzione ai criteri Esg potrebbe rivelarsi un indicatore efficace del profilo di rischio del cliente. "Siamo convinti che l'applicazione di un simile modello in questi ambiti di business non solo ci permetta di spingere la crescita del nostro giro d'affari, ma ci consenta di tenere sotto controllo l'andamento tecnico dei diversi rami e, di conseguenza, a migliorare in maniera significativa la nostra redditività", conclude Mambrin. ●

INSURANCE REVIEW

La rivista cartacea di Insurance Connect, punto di riferimento per l'informazione nel settore assicurativo, si fa in due: un bimestrale cartaceo a cui si aggiunge un'innovativa edizione online. Un cambio di look dettato dal desiderio di offrirvi ancora più analisi, approfondimenti e interviste ai principali operatori del settore, senza dimenticare l'attenzione per l'attualità.



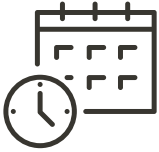
PERIODICITÀ
6 numeri all'anno



**L'ABBONAMENTO ANNUALE OFFRE
entrambe le riviste per un totale di 10 pubblicazioni**

INSURANCE REVIEW NOW

Insurance Review NOW: un supporto leggero e digitale pensato in un'ottica omnicanale focalizzato sulla componente di attualità e sui punti salienti che riguardano le novità di mercato e le notizie più importanti per tutti gli stakeholder del settore assicurativo.



PERIODICITÀ
4 numeri all'anno



www.insurancereview.it



a partner of





Risparmio & Previdenza

UN PAESE RICCO MA IMMOBILE

di Fabrizio Aurilia



© rawat yapathanasap - iStock

L'ITALIA VIVE UN ECCESSO STRUTTURALE DI LIQUIDITÀ: OLTRE 2.000 MILIARDI DI EURO, 1.400 MILIARDI DEPOSITATI NEI SOLI CONTI CORRENTI. TRASFORMARE QUESTE SOMME IN CAPITALE A SUPPORTO DELLA CRESCITA È IL ROMPICAPO DA RISOLVERE, SU CUI SI CONCENTRANO GLI SFORZI DEL GOVERNO E DEGLI ATTORI DEI SETTORI FINANZIARIO E ASSICURATIVO

L'Italia ha un grave problema: ci sono troppi soldi. O meglio: c'è un eccesso strutturale di liquidità che il sistema non riesce a veicolare e rendere produttivo. È un dato di fatto paradossale e difficile da credere, ma perfettamente in linea con le difficoltà di finanziamento di un paese che è sempre al limite, sempre in lotta con la propria finanza pubblica, mentre sui conti correnti privati, nelle spese sanitarie out-of-pocket e in investimenti improduttivi di milioni di famiglie italiane sono nascoste le risorse per far correre (o almeno muovere) il vecchio stivale.

Trasformare questo eccesso strutturale di liquidità (oltre 2.000 miliardi di euro, 1.400 miliardi depositati nei soli conti correnti) in capitale a supporto della crescita, per sostenere le famiglie, promuovere l'innovazione, accompagnare le imprese e rafforzare la competitività, sono i compiti di tutto il sistema finanziario italiano e, in particolare, degli attori del risparmio e della previdenza.

I NUMERI DEL RISPARMIO GESTITO

Ma di cosa parliamo quando parliamo di risparmio? Il mercato italiano del risparmio gestito ha chiuso il 2025 con un patrimonio record di 2.636 miliardi euro, in netto aumento dai 2.505 miliardi di dicembre 2024. Dai dati di **Assogestioni** emerge anche un bilancio positivo sul fronte della raccolta netta, pari a +38,2 miliardi di euro nell'anno scorso. L'ultimo trimestre (settembre-dicembre 2025) ha accelerato con

un apporto positivo di +1,1% nel complesso e di +1,4% sui soli fondi aperti, il comparto più rappresentativo delle gestioni collettive, con un patrimonio che ha raggiunto i 1.344 miliardi di euro.

Il quadro completo dei dati definitivi mostra che la raccolta dei fondi aperti dell'intero 2025 ha superato i 16 miliardi (+16,4), cioè cinque miliardi in più rispetto al dato registrato nel 2024. Bene anche la raccolta dei fondi di diritto italiano (12,5 miliardi).

La raccolta dei fondi cross border è stata invece negativa per un miliardo di euro, un dato che Assogestioni spiega essere in gran parte dovuto a un processo di parziale sostituzione tra i fondi tradizionali a gestione attiva e gli Etf.

LA FUNZIONE SOCIALE È ANCORA IMPORTANTE

Ma oltre a questi dati congiunturali, Assogestioni, in particolare durante l'ultimo *Salone del Risparmio*, ha portato la discussione su un piano più ampio e politico, che guarda alla riforma del Testo unico della finanza (Tuf), una riforma che aveva l'obiettivo di avvicinare il mondo delle imprese alla Borsa, al miglioramento dei meccanismi alla base della previdenza complementare e, infine, alla *saving and investments union*. "Il risparmio rappresenta una risorsa preziosa che, se messa efficacemente al lavoro, può dare un contributo decisivo per affrontare le sfide di un contesto economico e sociale in gran-

de trasformazione”, ha detto la presidente di Assogestioni, **Maria Luisa Gota**, richiamando l’industria del risparmio alla “funzione sociale di ponte tra le esigenze di protezione delle famiglie e la valorizzazione del patrimonio e i fabbisogni del tessuto produttivo”.

Come anticipato, le leve da attivare sono l’innovazione, la previdenza complementare e la savings and investments union.

PIR: BEST PRACTICE IN EUROPA

Su quest’ultimo punto, l’Italia ha qualcosa da insegnare agli altri. Assogestioni sostiene che i Pir italiani siano una best practice nel panorama europeo. Secondo Gota, nel mercato continentale, servono “strumenti semplici, con adempimenti fiscali semplici, e i Pir hanno molte di queste caratteristiche”. L’auspicio del mercato è la nascita di uno strumento europeo, i *savings and investments account*, conti di risparmio e investimento europei destinati al pubblico retail.

“L’impegno che ci assumiamo – ha annunciato Gota durante lo scorso Salone del Risparmio – è quello di dialogare con il governo, le istituzioni italiane ed europee e l’industria affinché la *Raccomandazione* della Commissione Europea sia tradotta nella creazione di un nuovo veicolo, parallelo ai Pir: un prodotto prevalentemente azionario, investibile su base europea in logica transfrontaliera, incentivato fiscalmente e condiviso dalla maggior parte degli Stati membri, per esempio nell’ambito della cosiddetta *European label*”.

IL GOVERNO CON UN APPROCCIO “MARKET DRIVEN”

Su questi punti, Assogestioni ha sempre trovato una consonanza con il governo italiano, soprattutto con il ministro dell’Economia e delle Finanze, **Giancarlo Giorgetti**, apparso sempre in linea con le sollecitazioni che arrivano dal mondo del risparmio e degli investimenti. “Il risparmio – ha spiegato il ministro – è una virtù privata. Ciò che lo trasforma in un valore pubblico è l’investimento. È tramite l’investimento che il risparmio da risorsa privata diviene fattore di sviluppo”. L’apertura del governo è stata ribadita, quindi, a certe condizioni: “siamo pronti a intervenire – ha detto Giorgetti – per proteggere i redditi delle famiglie e la liquidità delle imprese.

INVESTIRE IN CULTURA PREVIDENZIALE

Gli attori del mercato del risparmio e della previdenza hanno espresso un apprezzamento nei confronti di diverse misure prese dal governo nell’ultimo anno, soprattutto riguardo il secondo pilastro previdenziale, una riforma annunciata dallo stesso ministro dell’Economia e delle Finanze, Giancarlo Giorgetti, durante il Salone del Risparmio dell’anno scorso.

Nella manovra 2026, per la previdenza complementare sono state fatte alcune cose importanti: l’iscrizione automatica dei nuovi assunti e una maggiore flessibilità in uscita su tutte. La previdenza complementare dovrebbe beneficiare di nuovi 100mila iscritti ogni anno che si aggiungono agli attuali 800mila, secondo i calcoli di Assogestioni: “è una stima prudente e ci auguriamo sia superata”, ha evidenziato Maria Luisa Gota, la presidente dell’associazione. “Ma per far funzionare davvero la riforma – ha precisato – occorre intervenire sulla cultura previdenziale”.



Maria Luisa Gota, presidente di Assogestioni



Giancarlo Giorgetti, ministro dell'Economia e delle Finanze

Mi auguro che su questo ci sia condivisione a livello europeo e il governo sta lavorando a Bruxelles in questa direzione”.

Di strada ce n'è da fare. La dimensione del mercato azionario italiano è al 48% del Pil, “il massimo storico”, ha sottolineato il governo, riconoscendo però che ci sono 1600 miliardi ancora investiti in strumenti con bassissimi (o nulli) rendimenti. Il governo ha nel mirino il completamento della riforma del mercato dei capitali, “con un approccio market driven”. La previdenza è portata come un esempio di quello che si è fatto e che si potrà fare: “siamo intervenuti rafforzando l'adesione, valorizzando il risparmio con soglie di deducibilità più alte, abbiamo dato un segnale per gli investimenti nell'economia reale. Siamo solo all'inizio di un cammino e auspico la nascita di fondi di debito capaci di incontrare la duration degli investimenti assicurativi”, ha chiosato Giorgetti, a proposito dei programmi governativi.

LE IMPRESE CHIEDONO “CAPITALE PAZIENTE”

L'ottimismo del ministro, in realtà, è un po' smorzato dai dati. L'immobilismo del risparmio rallenta lo sviluppo del mercato dei capitali, cosa che rende problematico il finanziamento delle imprese. È vero che il mercato borsistico italiano ha raggiunto il suo massimo storico, ma è altrettanto vero che,

guardando ai numeri, Piazza Affari pesa solo per lo 0,8% della capitalizzazione mondiale, nonostante il Pil italiano rappresenti il 2% di quello globale (fonte: Assogestioni). “Dobbiamo incentivare l'accesso delle imprese al mercato dei capitali, anche attraverso best practice su engagement e corporate governance, affinché le aziende trovino nel mercato un interlocutore con cui condividere obiettivi e strategia”, ha commentato su questo punto Maria Luisa Gota.

Ma cosa chiedono, davvero, le imprese? In primis, un'attenzione concreta ai fattori decisivi per gli investimenti e un patrimonio rafforzato. “Oggi è necessario accelerare”, ha sentenziato il presidente di **Confindustria**, **Emanuele Orsini**. La direzione, secondo le imprese, sono strumenti di finanza per la crescita che accompagnino innovazione, transizione e sviluppo dimensionale. Questo però richiede imprese più aperte, trasparenti e pronte al confronto con il mercato e il rischio, cosa non semplice in questa fase. “Una finanza capace di offrire capitale paziente e competenze e un contesto regolatorio e fiscale più semplice, stabile e orientato incentivare gli investimenti nell'economia reale: solo così possiamo valorizzare il grande risparmio degli italiani, non imponendo vincoli, ma creando le condizioni perché venga messo al lavoro in modo efficiente, a sostegno della competitività del paese e della sua autonomia strategica”, ha spiegato il capo degli industriali.

IL MONDO OLTRE GLI UFFICI

Ma in un mondo privo di punti fermi, gli attori del risparmio, della previdenza, del mondo dei rischi non possono chiudersi negli uffici. Come ha detto recentemente **Giampiero Masolo**, ambasciatore e direttore dell'Osservatorio sul rischio geopolitico dell'Università Luiss Guido Carli, “la logica della sicurezza si è imposta su quella della convenienza”.

Il confronto tra risparmio gestito e imprese non può più essere solo finanziario. L'economia è diventata “arma di potenza”: dazi, golden power, fondi sovrani sono variabili che potranno condizionare i mercati in modi difficili da prevedere. “Per l'Europa è l'ora della verità”, è il messaggio dell'ambasciatore: “risparmio gestito e imprese devono proteggere le catene strategiche e trasformare la de-globalizzazione in vantaggio competitivo”.



ECCO LA NUOVA PREVIDENZA COMPLEMENTARE

di *Beniamino Musto*

LE NOVITÀ NORMATIVE, LA SFIDA DEMOGRAFICA E L'EVOLUZIONE DEL MERCATO DEI FONDI PENSIONE SONO STATI ALCUNI TRA I TEMI APPROFONDITI AL SALONE DEL RISPARMIO, CON UN FOCUS DEDICATO ALLA PREVIDENZA COMPLEMENTARE IN CUI SI È TRACCIATO UN QUADRO SUI CAMBIAMENTI CHE È LECITO ATTENDERSI PER IL SETTORE NEI PROSSIMI ANNI

La previdenza complementare è tornata al centro del dibattito pubblico e dell'agenda del legislatore. La nuova legge di Bilancio ha introdotto importanti novità che pongono le basi per una nuova fase di sviluppo del sistema, con interventi destinati a incidere su diversi aspetti del funzionamento delle forme pensionistiche: dalle modalità di adesione alla gestione degli investimenti, fino ai meccanismi di flessibilità in uscita. Una svolta attesa da vent'anni, che spalanca opportunità rilevanti ma richiede, al tempo stesso, un'attenta fase di attuazione e un confronto serrato tra i diversi portatori di interessi. È intorno a questi temi che **Assogestioni** ha riunito, nell'ambito del *Salone del Risparmio 2026*, rappresentanti delle istituzioni, dell'autorità di vigilanza e dei fondi.

UN SALTO DI QUALITÀ PER IL SETTORE

A illustrare la portata della riforma è stato **Fabio Galli**, direttore generale di Assogestioni, che ha ripercorso le tre grandi novità introdotte dalla legge: l'adesione automatica per tutti i nuovi lavoratori a partire dal primo luglio 2026, la possibilità di adottare portafogli più diversificati in grado di generare rendimenti maggiori, e una flessibilità significativamente ampliata sia in fase di erogazione sia per le anticipazioni legate all'acquisto della prima casa. La principale novità, a suo giudizio, è quella che riguarda l'accesso automatico al sistema, secondo la logica del *nudge* (la cosiddetta *spinta gentile*) già sperimentata con successo in altri paesi.

Le cifre parlano chiaro: solo un quarto dei lavoratori italiani dispone oggi di una seconda pensione. “Dovremmo presto arrivare almeno alla metà”, ha rimarcato Galli, sottolineando che la riforma, con i suoi automatismi, aiuterà il sistema a crescere, rafforzando al contempo la robustezza del settore finanziario nel suo complesso.

LA RIFORMA NEL SOLCO DELLA MODERNIZZAZIONE FINANZIARIA

Stefano Capiello, dg della Direzione V del **ministero dell'Economia**, ha inquadrato l'intervento sulla previdenza complementare all'interno di una strategia più ampia di modernizzazione del sistema finanziario italiano ed europeo, riconducibile alla cornice della *Saving Investment Union*. L'ecosistema finanziario-bancario-assicurativo e dei mercati dei capitali ha attraversato nell'ultimo decennio una serie di trasformazioni profonde: prima il risanamento del sistema bancario, avviato nel 2016, poi il riequilibrio verso forme di finanziamento alternative al canale bancario, culminato nella *Legge Capitali*. Ora la terza tappa, che può favorire “l'afflusso di capitale privato verso le imprese, con un ruolo crescente degli investitori istituzionali”. In questo contesto, la previdenza complementare occupa una posizione strategica. “I fondi pensione italiani gestiscono oggi circa 250-260 miliardi di euro, un dato ancora molto distante dal rapporto unitario tra masse gestite e Pil che si registra in altri paesi europei”, ha ricordato Capiello. Sulla fase dell'accumulo, è stato intro-

I DATI DEL RAPPORTO ASSOGESTIONI-CENSIS

Nel corso del Salone del Risparmio sono state illustrate le anticipazioni del 7° Rapporto Assogestioni-Censis, presentate da **Giorgio De Rita**, segretario generale del **Censis**, il cui studio completo sarà presentato il 23 giugno 2026 all'Ara Pacis di Roma. I dati quantitativi certificano una crescita costante del sistema: gli iscritti alla previdenza complementare sono saliti da 7,5 milioni nel 2017 a 9,9 milioni nel 2024, mentre le risorse destinate alle prestazioni sono cresciute del 50%, raggiungendo 243,4 miliardi di euro.

Il tallone d'Achille del sistema rimane la scarsa conoscenza tra la popolazione. Solo il 15,4% degli italiani nella fascia d'età 18-64 anni dichiara di conoscere bene la previdenza complementare. Il 59% la conosce "a grandi linee", mentre il 25,6% non la conosce affatto. Un deficit culturale che si traduce in mancate adesioni e rendite pensionistiche inadeguate. Ancora più marcato è il divario di genere: solo il 10,7% delle donne dichiara una conoscenza approfondita delle diverse forme previdenziali complementari, contro il 20% degli uomini.

dotto il meccanismo del life-cycle per favorire un maggiore investimento in equity, comparto oggi ancora sottorappresentato nei portafogli previdenziali. Sull'uscita, è stata ampliata la possibilità di scelta tra capitale e rendita, con l'obiettivo di ridurre il tradizionale sbilanciamento verso la liquidazione in capitale. "Bisogna aumentare l'educazione finanziaria e la trasparenza, per aiutare gli italiani a mettere a fuoco la soluzione", ha concluso Cappiello, richiamando la convergenza tra obiettivi di interesse pubblico e interesse privato.

COVIP: COSTRUIRE FIDUCIA TRA I LAVORATORI

La dg della **Covip**, **Lucia Anselmi**, ha scelto di affrontare il tema della riforma con un approccio pragmatico, richiaman-

do l'attenzione sui tempi stretti dell'implementazione e sulla necessità di lavorare bene nei mesi che ci separano dal 1° luglio prossimo. "Abbiamo riaperto i riflettori su questo tema", ha detto Anselmi, precisando che chiamare questa fase "riforma" è corretto proprio perché non si tratta di semplice manutenzione normativa, ma di un cambiamento strutturale. "Adesso dobbiamo costruire un percorso che possa mettere a sistema queste novità e che possa produrre nei prossimi anni effetti significativi".

Uno dei punti più delicati sollevati da Anselmi riguarda la disomogeneità di partecipazione ai fondi pensione: per genere, per area geografica, per tipologia contrattuale. Le donne, i giovani e i lavoratori residenti nel Sud sono storicamente sottorappresentati. "L'adesione automatica può contribuire a colmare questi divari, ma non basta da sola: serve una campagna informativa capillare, trasparenza, e la fiducia dei lavoratori nel sistema", ha sottolineato.

COMUNICARE, FORMARE, GUADAGNARSI LA FIDUCIA

La seconda parte della sessione, moderata da **Arianna Immacolato**, direttore fisco e previdenza di Assogestioni, ha messo a confronto operatori e rappresentanti di categoria. **Ugo Loeser**, presidente del *Comitato Previdenza e investimenti a lungo termine* di Assogestioni, ha inquadrato il problema psicologico che ha storicamente frenato le adesioni: "nei confronti del prodotto previdenziale viviamo di fatto una sensazione di ansia generata dalla paura di dover compiere delle scelte irrevocabili". Questa avversione verso decisioni percepite come vincolanti per decenni ha danneggiato sia gli aderenti, "che rinunciano a rendimenti adeguati o partecipano in modo subottimale", sia gli operatori, con masse critiche insufficienti. La riforma, intervenendo su portabilità, flessibilità in uscita e adesione automatica, scioglie in parte questo nodo psicologico.

Maurizio Grifoni, presidente del fondo pensione **Fon.Te**, ha voluto sottolineare il valore civico e sociale della previdenza complementare, oltre a quello strettamente finanziario, rivendicando il ruolo dei fondi pensione come investitori istituzionali nei mercati privati (private equity, venture capital, infrastrutture), capaci di canalizzare risorse verso lo sviluppo dell'economia reale. **Elena Panzera**, senior vice president Hr di **Sas** per Emea e Asia-Pacifico e presidente di **Aidp Lombardia**, ha portato la prospettiva del mondo delle risorse umane, descrivendo come la funzione Hr sia in prima linea nel comunicare ai lavoratori le opportunità della riforma. ●



ASSICURAZIONI PER L'ECONOMIA REALE

di Giacomo Corvi

IL RECENTE LANCIO DI UN FONDO DI PRIVATE DEBT RIMARCA L'IMPEGNO DELL'ANIA PER CONTRIBUIRE ALLA CRESCITA ECONOMICA IN ITALIA: COME HA ILLUSTRATO IL DIRETTORE GENERALE DARIO FOCARELLI IN UNA CONFERENZA AL SALONE DEL RISPARMIO 2026, L'ASSOCIAZIONE PUNTA IN QUESTO MODO A STIMOLARE GLI INVESTIMENTI CHE POSSANO FAVORIRE LO SVILUPPO DELLE PICCOLE E MEDIE IMPRESE

Anche il settore assicurativo in Italia è pronto a fare la sua parte per sostenere la crescita economica del nostro paese. Lo scorso 30 aprile, con una nota stampa, l'Ania ha annunciato il lancio di un nuovo fondo di *private debt* che si propone di “convogliare il risparmio previdenziale e assicurativo verso l'economia reale”. Si punta in particolare, prosegue l'associazione, a “valorizzare una quota di risparmio ancora poco indirizzata verso asset produttivi per sostenere, in modo concreto, la crescita economica”. Il target è fatto da “imprese che investono in ambiti strategici quali infrastrutture, transizione energetica e digitale, accompagnando così lo sviluppo delle piccole e medie imprese, cuore del tessuto produttivo nazionale”.

Il fondo sarà finanziato dalle imprese del settore e sarà gestito da **Eurizon Capital Real Asset sgr**: l'obiettivo di raccolta è fissato tra 600 e 800 milioni di euro. “Il mercato assicurativo in Italia investe attualmente circa 8,5 miliardi di euro del suo portafoglio indiretto in strumenti di *private debt*”, ha spiegato **Dario Focarelli**, direttore generale dell'Ania, intervenendo a una conferenza del *Salone del Risparmio 2026* che è stata dedicata proprio alle potenzialità di investimento dell'industria delle polizze in economia reale. “Con questa nuova iniziativa – ha proseguito – puntiamo a portare tale quota a una crescita del 10%”.

UN GRANDE POTENZIALE DI SVILUPPO

Il mercato assicurativo vanta attualmente una capacità di investimento complessiva per più di mille miliardi di euro. Il contributo alla crescita dell'economia reale è rimasto tuttavia piuttosto limitato. “Siamo ancora il paese che in Europa, dopo la Spagna, investe maggiormente in titoli di Stato”, ha osservato Focarelli. Gli impieghi in fondi alternativi, ossia quelli che maggiormente potrebbero stimolare la crescita



© Insurance Connect

Dario Focarelli, direttore generale dell'Ania



dell'economia reale, sono concentrati soprattutto nel portafoglio indiretto del settore. E anche in questo caso la quota di investimento resta bassa: nel secondo trimestre del 2025, stando ai numeri forniti da Focarelli, soltanto 61,1 miliardi di euro sono andati ad asset come real estate, hedge fund, infrastrutture, private equity e, appunto, private debt. Recuperando un'analisi di **BlackRock**, il direttore generale dell'Ania ha evidenziato che la quota di investimenti in private markets delle compagnie vita in Europa, escludendo la componente delle unit linked, è pari in media al 12%: in Italia siamo fermi all'8%. "Siamo indietro di parecchi punti percentuali, senza considerare che negli Stati Uniti la quota arriva al 25%", ha commentato Focarelli.

Quello che sembra un gap difficile da colmare potrebbe alla fine rivelarsi una grande opportunità di crescita. "Vedo un'enorme potenziale di sviluppo per le capacità di investimento del mercato in economia reale", ha affermato Focarelli.

UNA DISCIPLINA IN FASE DI REVISIONE

Tutto sta adesso nel mettere il settore nelle condizioni di sprigionare questo potenziale di investimento. Proprio quello che è avvenuto con i recenti interventi fatti dal legislatore sulla disciplina normativa e regolamentare sul mercato finanziario. Focarelli si è concentrato soprattutto sulla revisione del regime di *Solvency II*. "La riforma è partita con l'obiettivo di inserire la corretta misurazione dei tassi di interesse negativi all'interno del framework prudenziale, ma ha di fatto posto il

settore nelle condizioni di contribuire ai progetti economici dell'Unione Europea", ha commentato. "Nell'ambito degli investimenti di lungo termine – ha aggiunto – è stato per esempio previsto, per le imprese che dimostreranno la capacità di tenere un investimento per almeno cinque anni, un calo del requisito di capitale dal precedente 39-49%, a seconda che la società sia quotata o meno, all'attuale 22%".

Importante e significativa poi la scelta di equiparare la disciplina bancaria e assicurativa sugli investimenti con garanzie pubbliche parziali o indirette, con un considerevole alleggerimento dei requisiti di capitale previsti per i professionisti delle polizze. "È uno dei fattori che ci hanno spinto a lanciare questo fondo di private debt, visto che molti investimenti saranno fatti proprio utilizzando garanzie pubbliche", ha commentato Focarelli.

MOLTE ALTRE POSSIBILITÀ DI CRESCITA

Molto altro si potrebbe fare per stimolare ulteriormente la capacità di investimento del settore assicurativo in economia reale. Focarelli, in chiusura, si è focalizzato in particolare sulle discussioni in corso su una possibile revisione della disciplina sulle polizze unit linked, strumento che può rivelarsi un efficace veicolo di accesso ad asset alternativi. "Alcuni aspetti sono stati recepiti anche nelle ultime consultazioni lanciate dall'**Ivass**, aprendo alla possibilità di investire maggiormente in strumenti alternativi", ha commentato. "Per la clientela affluente, che può vantare adeguate competenze finanziarie e un orizzonte temporale coerente con la natura illiquida di simili investimenti – ha aggiunto – è stato per esempio ampliato il limite per gli impieghi: fino al 40% per strumenti non quotati, fino al 30% per investimento in un singolo FIA aperto e non riservato e un limite complessivo fino a un massimo del 50%". Insomma, non mancano le possibilità per un'ulteriore crescita degli investimenti assicurativi in economia reale. E anche il lancio del recente fondo di private debt rientra in un più ampio percorso intrapreso dall'Ania per favorire l'incontro del risparmio assicurativo e previdenziale con il tessuto economico e produttivo del nostro paese. "Qualche anno fa abbiamo lanciato un fondo focalizzato in investimenti infrastrutturali, che ha riscosso un certo successo", ha affermato Focarelli. "Non vogliamo fermarci qui e proveremo – ha concluso – a scandagliare altre asset class e opportunità di investimento".



IL FUTURO SBAGLIATO DELLA MOBILITÀ

LA TANTO ATTESA TRANSIZIONE, SECONDO UN RECENTE RAPPORTO DI ANIASA E BAIN COMPANY, NON SI È CONCRETIZZATA: POCHE MACCHINE ELETTRICHE, CAR SHARING IN DIFFICOLTÀ, IN AFFANNO PURE I MEZZI DELLA MICROMOBILITÀ URBANA. SECONDO LA RICERCA, È TEMPO DI RIMETTERE IL CLIENTE AL CENTRO DEL MERCATO

di Giacomo Corvi



© Wpaddington - iStock

Il futuro della mobilità che ci eravamo immaginati non si è concretizzato. La promessa di un nuovo paradigma, fatto di auto 100% elettriche, magari acquistate online o prese a noleggio, si è scontrata con una realtà molto più lenta, disomogenea, non preparata alla rivoluzione che era stata tanto ottimisticamente annunciata. E così, secondo un recente rapporto di **Aniasa** e **Bain & Company**, la classica vettura privata di proprietà si scopre essere ancora il mezzo principe della mobilità in Italia: oltre il 75% della popolazione ne fa un uso ricorrente. È dunque destino che debba essere sempre così? No, però sarà necessario rimettere il consumatore al centro di una transizione che, almeno per il momento, non si è ancora verificata.

Come recita il titolo scelto per la ricerca, il rapporto fotografa quello che alla fine si è rivelato “il futuro sbagliato della mobilità”. Il concessionario resta ancora il luogo prediletto per l’acquisto di una vettura. Il car sharing, dopo l’infatuazione dei primi anni, mostra qualche segnale di rallentamento. Si diffondono i mezzi della nuova micromobilità urbana, ma non nella misura in cui sarebbe stato lecito aspettarsi qualche anno fa. E le vetture elettriche continuano a crescere in modo diseguale, spinte da incentivi temporanei e campagne commerciali aggressive, non da una vera e propria domanda di mercato. “Lo studio mostra con chiarezza che la transizione verso la nuova mobilità è molto meno lineare e molto più complessa di quanto previsto”, ha detto **Italo Folonari**, pre-

sidente di Aniasa, in occasione dell'evento di presentazione del rapporto.

UN APPROCCIO ERRATO

Secondo **Gianluca Di Loreto**, partner di Bain & Company e responsabile italiano della divisione *Automotive*, c'è stato proprio un approccio sbagliato a quella che doveva essere la transizione verso un nuovo modello di mobilità. "Abbiamo cercato di creare una domanda per un'offerta di mercato, e non il contrario", ha affermato.

Lo si capisce bene osservando quello che è capitato (e sta capitando) nell'ambito delle auto elettriche. Come noto, in Europa si è per esempio puntato molto sulla definizione di target molto ambiziosi per spingere la transizione verso modelli di vettura ad alimentazione elettrica. Peccato però che la realtà dei fatti si sia rivelata molto diversa da quelle che erano le aspettative: la transizione è più fragile del previsto e gli analisti convergono ormai su uno scenario in cui questo genere di veicolo si assesterà intorno a una quota del 30% del mercato complessivo nel 2030. In molti paesi del continente si sta addirittura pensando di rivalutare o diluire il divieto per i motori termici alla luce delle ormai conclamate difficoltà industriali e della reale domanda di mercato.

UN'OFFERTA CONVENIENTE

In Italia si è finora osservata la stessa dinamica. Lo scorso anno, stando ai dati della ricerca, le auto elettriche hanno



rappresentato poco più del 5% delle immatricolazioni complessive. Poi però nel primo trimestre del 2026 è avvenuto qualcosa di inaspettato: il dato è schizzato fino all'8%, con un picco del 15,4% al Sud e un significativo 20% nel canale dei privati cittadini.

È dunque forse iniziata la transizione verso la mobilità elettrica? Per Di Loreto, la spiegazione è molto più semplice. Da un'analisi più approfondita emerge che circa la metà della quota complessiva è rappresentata da un solo brand, protagonista di una straordinaria campagna commerciale su una citycar che, grazie a una serie di incentivi statali e condizioni promozionali temporanee, è stata offerta a meno di 5.000 euro. "Il prezzo è un tema che va tenuto in considerazione", ha commentato. "La crescita della diffusione delle auto elettriche che si è registrata nel primo trimestre del 2026 – ha proseguito – è dettata da una vettura che è stata offerta a un prezzo inferiore a quello di una bicicletta professionale". Senza il suo apporto, il livello di penetrazione dei veicoli elettrici in Italia sarebbe rimasto vicino ai valori storici anche nei primi tre mesi dell'anno.

LA QUESTIONE DEL PREZZO

L'esempio della citycar venduta a meno di una bicicletta dimostra quanto quello del prezzo sia un elemento ancora piuttosto sentito. E non potrebbe essere altrimenti, visto che, secondo i dati del rapporto, il prezzo medio delle nuove vetture è aumentato di oltre il 50% fra 2013 e 2024, spinto da inflazione e carenza di semiconduttori. Nello stesso lasso di tempo, il reddito familiare netto ha invece registrato una ben più contenuta crescita del 29%, ampliando così in maniera molto significativa il divario tra la capacità di spesa e il costo d'acquisto. Il risultato è che le famiglie rinviando sempre più l'ordine di nuove vetture o si trovano costrette a ripiegare sull'usato, mentre la diffusione di veicoli elettrici, tipicamente più costosi delle vetture tradizionali, si concentra nelle aree e nelle fasce di reddito più elevate. Anche a livello europeo si evidenzia come l'acquisto di auto elettriche risulti più diffuso nei paesi più ricchi del continente.

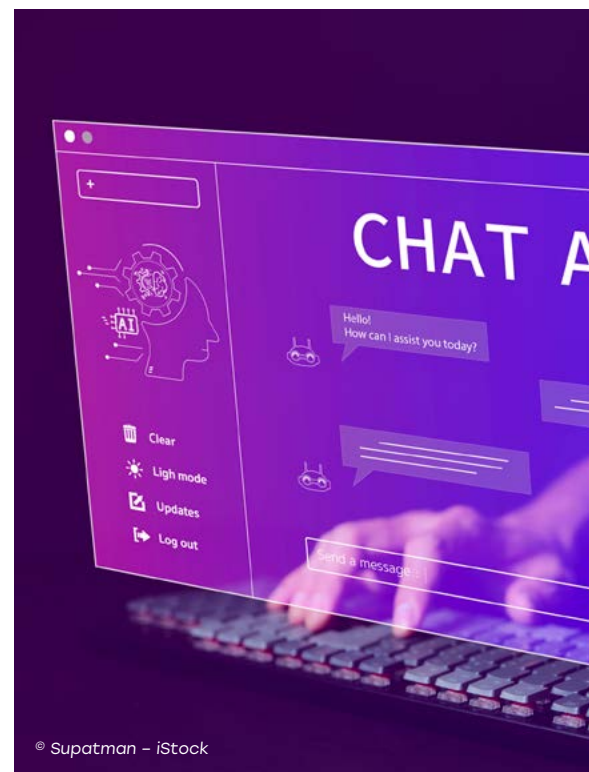
"Il messaggio che arriva dai dati è inequivocabile: per rimettere il settore in carreggiata occorre rimettere il cliente al volante", ha osservato Di Loreto. "Significa – ha concluso – ripensare prodotti, prezzi, canali e politiche industriali, a partire da quanto le persone si muovono davvero, da quanto guadagnano e da che cosa si aspettano dall'esperienza di acquisto".



IL COMPARTO ASSICURATIVO È IL PRINCIPALE UTILIZZATORE DI AI

LO STUDIO OCSE-BANCA D'ITALIA EVIDENZIA UN PANORAMA FINANZIARIO IN CONTINUA EVOLUZIONE: LE ASSICURAZIONI SONO IN TESTA NELL'ADOZIONE DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE, MA RESTANO APERTE LE SFIDE LEGATE A GOVERNANCE E COMPETENZE

di *Beniamino Musto*



© Supatman - iStock

L' intelligenza artificiale nel settore finanziario italiano trova oggi la sua maggiore diffusione nel comparto assicurativo, più che in quello bancario. È quanto emerge da un'indagine realizzata dall'Ocse con l'obiettivo di supportare la **Banca d'Italia** e le altre autorità finanziarie nell'individuazione e nella gestione delle implicazioni normative e di vigilanza legate all'impiego dell'AI nei mercati finanziari.

L'indagine ha raccolto complessivamente 450 risposte, pari a un tasso di adesione del 49%, coinvolgendo operatori dei settori bancario, assicurativo, del risparmio gestito, dei fondi pensione e di altri ambiti collegati al mercato finanziario. Tra le compagnie assicurative interpellate, il 70% dichiara di utilizzare sistemi di AI, seguite dalle banche con il 59%. Nel complesso, il tasso di adozione dell'intelligenza artificiale tra gli operatori finanziari si attesta al 31%.

Gli utilizzi più frequenti dell'AI riguardano soprattutto l'ottimizzazione dei processi interni e delle funzioni di supporto. Tra le principali applicazioni emergono l'analisi dei dati, oltre alla generazione e alla sintesi di contenuti.

SIAMO IN FASE ESPLORATIVA

Il quadro che emerge dall'indagine è quello di un settore in piena fase esplorativa. Tra i casi d'uso più segnalati spiccano, come già accennato, l'ottimizzazione dei processi interni e le funzioni di supporto trasversali a tutti i comparti, affiancate da strumenti per l'antiriciclaggio, il contrasto al finanziamento del terrorismo, il rilevamento delle frodi e l'assistenza alla clientela tramite chatbot. Gli operatori dei mercati finanziari, pur con tassi di adozione più contenuti, stanno progredendo rapidamente: il 60% di questo segmento utilizza già l'AI per la generazione di contenuti, la traduzione e l'ottimizzazione dei processi. I gestori di portafogli hanno segnalato quasi mille casi d'uso in fase di sviluppo o produzione, un dato secondo soltanto a quello delle banche. La maggior parte delle applicazioni di *General-Purpose AI* (GPAI) rimane tuttavia in fase esplorativa, a testimoniare un'attività di ricerca e sviluppo vivace ma ancora lontana dalla piena maturità operativa. I modelli GPAI (o intelligenza artificiale per finalità generali) sono sistemi avanzati di AI addestrati su grandi quantità di dati,

LA GOVERNANCE È UN CANTIERE APERTO

Sul fronte della governance, l'indagine di Ocse e Bankitalia restituisce un panorama ancora frammentato. Solo il 16% dei partecipanti ha introdotto assetti specifici per l'AI, mentre altri hanno adattato quelli esistenti. La metà degli intervistati si affida alla supervisione umana come principale presidio, a conferma che la maggior parte delle applicazioni mantiene livelli di autonomia limitati.

La responsabilità dei risultati prodotti dall'AI è attribuita più spesso agli utenti dell'area di business, seguiti dalla direzione esecutiva; poco meno di tre quarti concentra questa responsabilità in un'unica funzione. Desti attenzione il fatto che quasi la metà dei partecipanti non abbia ancora adottato misure di protezione specifiche contro le minacce informatiche legate all'AI: un gap che, alla luce della crescente sofisticazione degli attacchi informatici, rappresenta un rischio tutt'altro che trascurabile.

progettati per svolgere un'ampia gamma di compiti distinti e adattabili a molteplici applicazioni, piuttosto che essere limitati a una singola funzione. Rientrano in questa categoria i cosiddetti modelli *foundation*, come *Gpt-4*, *Gemini*, *Claude* e *LLaMA*.

I TIMORI LEGATI ALLA SICUREZZA

I vantaggi tangibili dell'AI non tardano a manifestarsi. Tre quarti delle aziende che la utilizzano segnalano miglioramenti nell'efficienza operativa, quasi due terzi rilevano incrementi di produttività e molti citano il miglioramento dei processi decisionali e nuove capacità analitiche. Restano invece ancora sottorappresentati i miglioramenti in ambiti più specialistici, come la riconciliazione delle transazioni o la gestione del rischio di regolamento: aree che potrebbero diventare i prossimi fronti di sviluppo una volta consolidata la base tecnologica attuale. Un aspetto critico riguarda la struttura dell'offerta tecnologica su cui le imprese italiane si appoggiano. Quasi il 75% degli intervistati ricorre a servizi cloud di terze parti, mentre il 39% si avvale di modelli di GPAI implementati da fornitori esterni, con una concentrazione significativa tra quattro grandi attori. Questa dipendenza riflette una preferenza diffusa per soluzioni pronte all'uso a scapito di sviluppi proprietari. Parallelamente, il 39% delle imprese dichiara di

non utilizzare componenti open source, principalmente per timori legati alla sicurezza e al controllo sui dati: una scelta che pone interrogativi sulla capacità del sistema finanziario italiano di costruire nel tempo competenze tecnologiche autonome e di ridurre l'esposizione ai rischi di concentrazione.

LE DIFFICOLTÀ DI ADOZIONE E IL RUOLO DELLE AUTHORITY

L'incertezza normativa è tra i principali freni. Un partecipante su cinque indica la mancanza di chiarezza regolamentare come un ostacolo, in particolare riguardo al recepimento dell'AI Act europeo e alla sua interazione con le normative di settore già in vigore, anche nelle attività transfrontaliere. Si segnalano preoccupazioni sulla conformità ai quadri sulla protezione dei dati, sulle norme di proprietà intellettuale e sui regolamenti relativi alla resilienza operativa. Le imprese più piccole risultano le più esposte, a

causa delle risorse limitate.

Accanto alle barriere normative emergono ostacoli organizzativi e culturali: un intervistato su quattro fatica ad attrarre personale specializzato in AI; altri segnalano una comprensione ancora limitata della tecnologia tra l'alta dirigenza. Sul piano dei dati, quasi un partecipante su tre indica l'accuratezza e la coerenza delle informazioni come barriera significativa, mentre uno su quattro incontra difficoltà nell'accesso ai dati necessari. Completano il quadro i vincoli di costo, la dipendenza da terze parti con limitata trasparenza dei loro modelli e il rischio di responsabilità legale.

Le autorità finanziarie italiane non restano a guardare. Banca d'Italia e le altre istituzioni di vigilanza stanno adottando misure per promuovere uno sviluppo dell'AI sicuro e responsabile, all'interno del quadro normativo europeo. Gli strumenti messi in campo spaziano dalle iniziative di supervisione, raccolta dati e ricerca, all'impiego di tecnologie di vigilanza (*Sup-Tech*) in produzione e sviluppo, fino a un ecosistema articolato di facilitatori dell'innovazione che copre tutti i principali segmenti dell'attività finanziaria. Su questa base, il rapporto Ocse delinea considerazioni di policy orientate a catalizzare un'adozione responsabile dell'AI: dal rafforzamento di una raccolta dati coordinata alla promozione della chiarezza regolatoria, fino al sostegno alla cooperazione pubblico-privato e al potenziamento dei *sandbox* di sperimentazione.



#129

MAGGIO-GIUGNO 2026

Anno 14

www.insurancereview.it

Strategie e innovazione
per il settore assicurativo



© Oksana Suhoverko - iStock

Direttore responsabile

Maria Rosa Alaggio
alaggio@insuranceconnect.it

Redazione

Fabrizio Aurilia
aurilia@insuranceconnect.it
Giacomo Corvi
redazione2@insuranceconnect.it
Maria Moro
progetti@insuranceconnect.it
Beniamino Musto
redazione3@insuranceconnect.it

Hanno collaborato

Paolo Andreoli
Paolo De Carlo

Segreteria di redazione

Annalisa Mazzoleni
redazione@insuranceconnect.it

Progetto grafico e impaginazione

Clarissa Citterio
grafica@insuranceconnect.it

Servizio abbonamenti

è possibile abbonarsi nelle seguenti modalità:

📄 Compilando il form online all'indirizzo
www.insurancetrade.it/abbonamenti

✉ Inviando un'email a
abbonamenti@insuranceconnect.it

Pubblicità

Enrico Baroni
baroni@insuranceconnect.it

Editore e Redazione

Insurance Connect Srl
Via Montepulciano, 21
20124 Milano
Tel. 0236768000

Stampa

NEW PRESS EDIZIONI SRL
Via della Traversa, 22
22074 Lomazzo (CO)

Spedizione

POSTE ITALIANE
S.P.A. – Spedizione in abbonamento postale –
AUT. N° 200/02.2020 PERIODICO ROC



a partner of



Insurance Connect pubblica anche



È vietata la riproduzione, memorizzazione in un sistema che ne permetta il recupero o qualsiasi forma di trasmissione parziale o totale di questa pubblicazione senza la precedente autorizzazione dell'editore.

Tribunale di Milano
Registrazione n. 35 del 01/02/2013
Registrazione R.O.C.: 22112
ISSN 2420-7799

La community assicurativa italiana
si incontra su

Insurance Trade[®].IT

Qualità dell'informazione, innovazione, multicanalità e multimedialità:
sono i valori che rendono unica Insurance Trade, la piattaforma online dedicata
a tutta la community assicurativa italiana.



Iscriviti gratuitamente e sarai costantemente
aggiornato su tutte le novità del settore

www.insurancetrade.it



a partner of





UN PASSO AVANTI INSIEME,
PERCHÉ LA VITA È UN VIAGGIO.

Unipol al tuo fianco, per accompagnarti e proteggerti ogni giorno.

Se siamo leader in Italia è perché ogni giorno siamo al fianco di oltre dieci milioni di clienti per prenderci cura del loro presente e del loro futuro. Creiamo costantemente soluzioni per essere vicini alle esigenze di persone e imprese con idee innovative e servizi altamente tecnologici. E se abbiamo la rete di vendita più diffusa e capillare d'Italia, con 2000 agenzie, è per esserci sempre quando ti serve.

Unipol, sempre un passo avanti.



Unipol