



## EDITORIALE

### Dalle catastrofi alle nanotecnologie

Dopo un 2011 terribile, sotto il profilo delle catastrofi naturali ma non solo, inizia ormai il conto alla rovescia anche per il 2012. L'anno in corso volge al termine con tutto il suo carico di eventi naturali che hanno segnato profondamente non solo il nostro Paese ma anche l'intero pianeta. Un conto salato, in termini di sofferenze umane, miserie da cui rialzarsi, risorse economiche da ricercare per continuare a vivere, ricostruire quanto distrutto, tornare a crescere e a produrre. Il terremoto in Emilia ci ha esposti a tutto questo, e continuerà a richiedere l'attenzione e il sostegno economico per un bel pezzo, aggiungendosi ad altri disastri di cui ancora portiamo i segni dopo anni. Una situazione che sottopone l'Italia a una sorta di "questua europea" poco edificante, anche se altrettanto legittima. Le richieste di una soluzione definitiva e coraggiosa, che implichi un più stretto rapporto tra pubblico e privato, sono rimaste inascoltate anche nel 2012, soggiacendo alla logica di un provvedimento ritenuto troppo impopolare e quindi politicamente troppo rischioso per poter essere imposto agli italiani. Non possiamo però ignorare che nel nostro futuro si profilano anche nuovi rischi, forse meno evidenti ma dalle conseguenze altrettanto gravi, come quelli introdotti dall'utilizzo delle nanotecnologie. Difficilmente si riuscirà a trovare una soluzione per i rischi del futuro se non siamo in grado di chiudere l'urgenza di oggi. Magari con misure che sembrano impopolari, che potranno rivelarsi l'unica strada per contribuire a tutelare gli italiani sul loro territorio e il nostro Paese in un contesto europeo.

*Maria Rosa Alaggio, direttore Insurance Magazine e Insurance Trade  
alaggio@insuranceconnect.it*

## TECNOLOGIE

### Nanotecnologie, opportunità e rischi infinitamente grandi

**Allianz e la Fondazione Enrico Bassetti hanno organizzato un convegno per parlare del futuro delle techno-scienze. Al centro l'intervento di Michael Bruch, responsabile ricerca e sviluppo di Allianz Global Corporate and Speciality**

Tante domande hanno affollato la sala N3 dell'Università Bocconi di Milano all'incontro promosso dal gruppo Allianz, dalla Fondazione Giannino Bassetti e dallo stesso ateneo. Domande che stanno trovando risposte, faticosamente, nel campo più recente, e quindi anche più di prospettiva della scienza applicata all'industria: le nanotecnologie. Si tratta di un settore ancora oscuro, ma dall'enorme potenziale sia in termini produttivi, sia di consumo.

Per parlare di nanotecnologie e di come queste possano incrociare il settore assicurativo, il colosso tedesco e la fondazione dedicata all'imprenditore tessile hanno invitato Michael Bruch, responsabile ricerca, sviluppo e risk consulting di Allianz Global Corporate and Speciality. La lecture tenuta da Bruch, che è anche esponente dell'Allianz center for technology (Azt), è stata un'overview sullo stato attuale della ricerca sulle nanotecnologie applicate all'industria; i rischi connessi al loro utilizzo e anche come le assicurazioni possano investire in ricerca e sviluppo in questo settore in rapida espansione.



Michael Bruch

Il convegno, a cui hanno partecipato anche il Magnifico Rettore della Bocconi Andrea Sironi, Alfonso Gambardella, professore di management e tecnologie dell'ateneo, Jonathan Hankins della fondazione Bassetti e Fabian Muniesa dell'Observatory for Responsible Innovation, Mines ParisTech, si inseriva in una più ampia riflessione che si è aperta, ed è viva, sulle prospettive di sviluppo, i rischi e le responsabilità legate all'innovazione tecnologica.

#### NEWS DA WWW.INSURANCETRADE.IT

### Il sito del gruppo agenti Generali per smartphone e tablet

Un sito più completo, moderno e mobile. Il gruppo agenti Generali ha deciso di ristrutturare il proprio portale ottimizzandolo per la navigazione in mobilità. D'ora in poi, grazie a una completa rivisitazione del layout grafico, delle funzionalità e della tecnologia utilizzata, il sito sarà consultabile da smartphone e tablet, in linea con i bisogni informativi degli utenti. La nuova interfaccia permette inoltre una miglior fruizione dei contenuti attraverso un'architettura multilivello con stadi di approfondimento differenziati sulle esigenze delle diverse tipologie di navigatori.

I punti di forza sono rimasti invariati: sarà sempre possibile scaricare documenti, accedere alle notizie di settore, consultare il calendario eventi, le convenzioni, la rubrica agenti e la rassegna stampa o infine avere a portata di click i siti utili e i contatti.



**Seguici anche su Facebook alla pagina di Insurance Connect e su Twitter @insurancetrade**



Alcuni momenti della lecture



“Oggi è necessario capire – ha esordito Piero Bassetti – che il rapporto tra i poteri, a livello mondiale, sta cambiando. Le tecno-scienze, per la loro forza di innovazione, stanno affiancando il grande potere del capitale. Cos’è il rischio oggi? Come sarà possibile assicurare il mondo, ora che le tecnologie che abbiamo creato possono potenzialmente distruggerlo? Le nonotecnologie sono un esempio chiarissimo di straordinaria innovazione connessa a rischi in parte ancora ignoti”. Su questo binario si innestano quindi nuove responsabilità di impresa: ambientali, per la sicurezza sul lavoro e per i prodotti. Ma anche un coinvolgimento più largo di tutti gli stakeholder, a livello politico, industriale, regolamentare e assicurativo.

### DI CHE RISCHI PARLIAMO?

Il risk management, in questo senso, è centrale. “Come poter valutare – si chiede Bruch – rischi di questo tipo? Questo è un problema che si devono porre non solo le compagnie, ma anche l’intera società”. Perché il futuro delle nanotecnologie è già presente. Particelle non più grandi di 100 nanometri sono contenute in svariati prodotti: dalla farmaceutica alla cosmetica, dal tessile all’elettronica sempre più sofisticata. Per riuscire a sviluppare gli standard assicurativi – continua Bruch – legislatori, produttori, assicuratori e riassicuratori devono collaborare e comunicare costantemente”.

Il processo di risk management sarà efficace solo se le scoperte delle singole corporation nel campo delle nanotecnologie saranno rese pubbliche e condivise. Allianz sta da tempo sviluppando i propri studi intorno alle *best practice* legate al settore delle tecno-scienze: nel 2005 l’assicuratore tedesco ha pubblicato il report *Opportunities and risks of nanotechnologies*, in collaborazione con l’International Future Program dell’Ocse. Un’analisi dettagliata sullo stato dell’arte di queste nuove tecnologie in base al loro mercato, ai player coinvolti, ai programmi governativi e ai rischi.

### VERNICI AUTORIPARANTI E LAVATRICI D’ARGENTO

Per capire l’impatto che avranno le nonotecnologie sui consumi quotidiani di tutti i cittadini, Burch presenta alcuni esempi: il primo riguarda un settore molto vicino alle assicurazioni, quello dell’*automotive*. “I materiali attualmente utilizzati, come l’argento o il carbonio, se trattati come molecole infinitesimali, si comportano in modo molto diverso. Particelle piccolissime modificano, per esempio, il loro punto di fusione, la reattività chimica cambia. Una vernice per auto trattata con le nanotecnologie può acquistare l’attributo di auto-riparabilità: il graffio si aggiusta da solo”. Questa, che sembra una curiosità, potrà cambiare enormemente il rapporto tra produttori di auto, consumatori e assicuratori.

Il rovescio della medaglia, come detto, sono i rischi che le nanoparticelle potrebbero avere sulla salute e sull’ambiente. E’ il caso del nanoargento, utilizzato da Samsung nella produzione di una lavatrice, poi ritirata dal mercato su spinta di alcune associazioni non governative. Le acque reflue prodotte dalla lavatrice, che aveva doti di sterilizzazione straordinarie, sono state accusate di rilasciare un quantitativo non conforme di molecole d’argento.

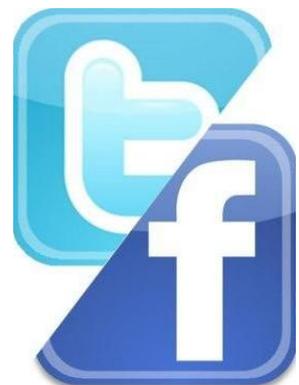
“Dal 2005 – ha aggiunto Bruch – nanoparticelle di ferro sono utilizzate contro alcuni tumori: iniettandole nelle cellule malate e stimolandole con un magnete, queste fanno ‘bollire’ il cancro. La terapia, che per ora rappresenta solo un’alternativa alla chemioterapia, è stata approvata nel 2011”.

### ASSICURATORI, ATTORI PER PIÙ PARTI

In tutto questo il ruolo degli assicuratori è triplice: implementare la ricerca con investimenti mirati in quelle aziende, molto spesso Pmi, che hanno il coraggio di investire sui materiali del futuro, individuare i rischi e poi, ovviamente, saperli coprire. “A partire dai rischi normativi, passando per quelli di produzione, fino al rischio percepito: serviranno anni per colmare le lacune di conoscenza”. Un percorso di ricerca e approfondimento che la Fondazione Giannino Bassetti continua a promuovere: da ieri è in vendita su Amazon il libro *A handbook for responsible innovation*, incentrato sui temi del convegno.

“Essenziale sarà quindi – ha concluso Michael Bruch – definire il livello di rischio accettabile dei prodotti e dei processi, per costruire un sistema di regole dove l’assicurabilità divenga condizione essenziale per accedere al mercato dei capitali e finanziare ricerca e produzione”.

Fabrizio Aurilia



**Seguici anche su Facebook alla pagina di Insurance Connect e su Twitter @insurancetrade**



## Catastrofi naturali, il mondo è sottoassicurato

Da un report dei Lloyd's emergono i rischi di un deficit assicurativo che su base annua ammonta a 168 miliardi di dollari

Il 2011 è diventato un punto di riferimento (o di non ritorno) per il mercato assicurativo. È stato l'anno record per il numero di catastrofi naturali, con un monte danni complessivo a livello mondiale, stimato da alcune fonti in **380 miliardi di dollari**. Oggi una nuova ricerca dei **Lloyd's** di Londra, lancia l'allarme rispetto al deficit assicurativo, su base annuale pari a **168 miliardi**, che lascia 17 Paesi ad alto sviluppo "seriamente esposti a costi a lungo termine derivanti da eventi catastrofici".

### Tutti i costi a carico degli Stati

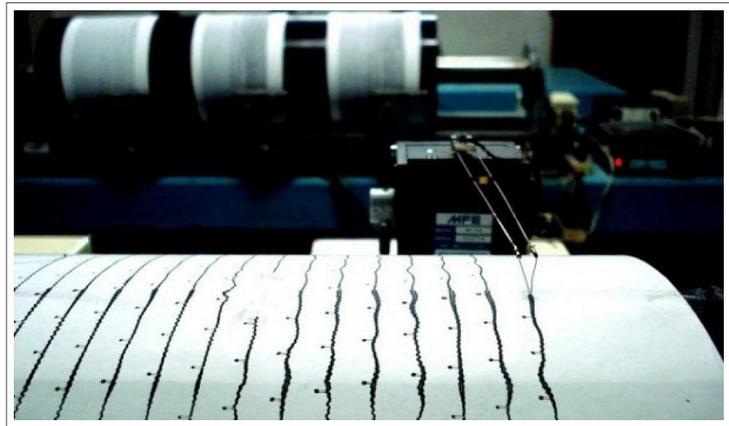
Lo studio indipendente condotto dal **Centre for economics & business research** per conto dei Lloyd's evidenzia in primis l'enorme peso che grava sullo Stato in Paesi con un basso livello di assicurazione e stima che, a fronte di un incremento dell'1% della penetrazione assicurativa, la responsabilità dei governi si ridurrebbe del 22%. Un altro vantaggio dell'ombrello assicurativo riguarderebbe poi i costi di recupero post evento, anche in questo caso un incremento dell'1% della presenza assicurativa porterebbe a una riduzione del 13% delle perdite non assicurate.

"Con il super uragano Sandy ancora fresco nelle nostre menti - ha sottolineato **Richard Ward**, chief executive dei Lloyd's - spero che questa ricerca stimolerà un dibattito su come i governi, e le attività, gestiscono il rischio relativo alle catastrofi naturali". L'assicurazione in fondo esiste per due motivi: da un lato per aiutare a prevenire che si verifichino delle perdite e dall'altro per alleviare le conseguenze finanziarie nel caso in cui si verifichi un danno.

Soprattutto in un contesto in cui "le economie ad alto sviluppo continuano a crescere e le catene di fornitura diventano sempre più collegate fra loro - si chiede Ward - il mondo può permettersi di correre un rischio di così grande portata"? Insomma, può permettersi un altro 2011?



Un'immagine dell'uragano Sandy



La rilevanza di questi interrogativi è supportata anche da altri dati presenti nella *survey*, come quello relativo ai cinque principali disastri a livello mondiale: l'analisi mostra che solo il 21% (115 miliardi di dollari) della perdita economica totale di 538 miliardi di dollari era coperta da assicurazioni. In cinque dei 17 paesi identificati come seriamente sottoassicurati, la perdita media non assicurata derivante dalle principali catastrofi è almeno pari all'80%. Il costo medio non assicurato per gli eventi naturali in Cina è 18,91 miliardi; in India di 1,96 miliardi e in Indonesia è 1,45 miliardi.

### Il ruolo delle imprese e del mercato assicurativo

Lo sviluppo dell'economia globale ha portato a un incremento del costo delle catastrofi pari a 870 miliardi di dollari dal 1980 a oggi, un aumento che incide sui governi, ma anche sulle imprese. "Le aziende devono avere una visione a più lungo termine - ribadisce il report - la gestione del rischio deve essere portata al livello dei consigli di amministrazione e le attività dovrebbero investire maggiormente nella preparazione della protezione a lungo termine". Questo si traduce nell'ottimizzazione della pianificazione e gestione delle emergenze finalizzata in primo luogo alla protezione delle catene di fornitura. Inoltre l'implementazione di sistemi avanzati di gestione del rischio consentirebbe di razionalizzare i costi sul lungo periodo e dunque di liberare fondi da dedicare agli investimenti.

Ma anche l'industria assicurativa, sottolineano i Lloyd's, deve fare la sua parte, in particolare sviluppando una miglior comprensione del rischio proprio delle economie in via di sviluppo e dunque investendo nelle relazioni con assicuratori in territori poco conosciuti nei quali il problema della sottoassicurazione è più grave, attraverso prodotti e modelli ad hoc.

*Diana Pastarini*



## RISORSE UMANE

### L'effetto rivitalizzante della job rotation

*Job rotation*, o rotazione delle mansioni, è un toccasana per tutte le aziende. Essa allontana sicuramente la routine e la noia e rende l'azienda più competitiva.

Nel settore assicurativo purtroppo la job rotation non è una delle principali leve di motivazione del personale. Nella mia lunga permanenza nel settore ho visto ispettori commerciali che per 35 anni hanno sempre ricoperto lo stesso ruolo (al massimo gli era stato cambiato il territorio di competenza).

E' evidente che queste persone dopo soli tre anni di permanenza nel ruolo hanno cominciato ad assumere tutti i difetti derivanti dalla *non job rotation*. Il cambiare mansione rivitalizza la risorsa, permette che questa porti valore aggiunto alle persone con cui si interfaccia, rende il suo lavoro più interessante e divertente.

Allora come mai c'è così tanta resistenza nelle imprese di assicurazione a cambiare le zone ispettive ogni due anni? Come mai uno nasce e muore ispettore commerciale o liquidatore?

Perché chi si occupa di agenzie non fa un periodo come agente e poi torna a fare l'ispettore o a occuparsi dei sinistri?

La risposta è semplice: prevedere un percorso di carriera che passi da cambiamenti di ruolo o di mansione scadenziati nel tempo costa molta fatica e richiede una buona organizzazione del personale.

Il settore assicurativo è pieno di programmi per talenti, assessment per persone in carriera, ma per gli altri? Esiste una risorsa dell'ufficio del personale che come incarico abbia esclusivamente la *job rotation*? Pensate quale valore aggiunto darebbe una simile figura. Meno valutazioni delle prestazioni e più cambi di mansione all'interno della propria azienda. Solo così il personale crescerà e non ci verrà rubato dalla concorrenza. Solo così la motivazione e l'innovazione saranno sempre a livelli molto alti.

*Leonardo Alberti, trainer scuola di Palo Alto, consulente di direzione strategica in ambito assicurativo, docente vendite e management*

## COMPAGNIE

### Reale Mutua premiata per il miglior spot televisivo

La compagnia si aggiudica il 44° Media Key award per la pubblicità "Realmente protetti - Esploratore"



And the Oscar goes to **Reale Mutua**. La compagnia piemontese ha recentemente ottenuto un prestigioso riconoscimento, promosso dal gruppo editoriale **Media Key**, per aver realizzato il miglior filmato pubblicitario nella categoria *Finanza, assicurazioni e gdo*.

Il premio nello specifico ha riguardato la campagna televisiva *Realmente Protetti - Esploratore* creata in collaborazione con l'agenzia pubblicitaria torinese **Stv** e prodotta dalla casa di produzione **The family**. Il Key Award infatti nasce con l'obiettivo di promuovere l'affermazione del made in Italy nel mondo della pubblicità, incentivando la creatività e l'innovazione "di casa nostra" nell'ambito dei filmati promozionali per la tv, il cinema e il web.

Ambientato in un ironico scenario fanta-archeologico, lo spot di Reale Mutua era incentrato sulle avventure di Sir Timothy, un esploratore alle prese, metaforicamente, con i pericoli della vita quotidiana, e che mostrava quali imprevisti possono capitare e come spesso ci si trovi impreparati ad affrontarli o del tutto sprovvisti di protezione.

"Il tema centrale della campagna, prodotta per il mercato italiano e quello spagnolo - ha commentato **Marco Mazzucco**, direttore commerciale di Reale Mutua - è quello di veicolare in primis il concetto del proteggersi e poi l'opportunità dell'assicurarsi. Per noi di Reale Mutua è fondamentale sensibilizzare la collettività sul tema della protezione in casa, in auto, sul lavoro e per tutte le cose importanti della nostra vita".

Per farlo, la compagnia ha scelto una strategia multimedia che affianca agli strumenti di comunicazione di massa, il web e i social media attraverso video tutorial e tips.

*D.P.*