



SENZA FRONTIERE

**10 TREND EMERGENTI
PER IL SETTORE ASSICURATIVO**

OSSERVATORIO REPUTATIONAL & EMERGING RISK

Unipol
GRUPPO

6

SENZA FRONTIERE

L'Internazionalizzazione come direttrice strategica per intercettare i benefici della globalizzazione in termini di crescita e consolidamento nonché di servizio al cliente e supporto alla crescita del Paese



Il fenomeno della crescente globalizzazione apre **grandi opportunità** alle imprese in generale e alle compagnie assicurative in particolare, ma allo stesso tempo le espone ad un'**ampia gamma di rischi**.

Le mille e una dimensione della globalizzazione

Sotto il **profilo economico-finanziario**, la crescente globalizzazione dei mercati comporta una crescente competizione, non solo per quanto riguarda la vendita di beni e servizi, ma anche per quanto concerne l'approvvigionamento di capitali finanziari, l'acquisizione e ritenzione del capitale umano, lo sviluppo delle catene di fornitura e delle relazioni di partnership, le scelte tecnologiche e le strategie commerciali, con una progressiva spinta a processi di consolidamento per il conseguimento di economie di scala. La crescente interconnessione comporta inoltre una crescente volatilità dei mercati finanziari e vulnerabilità al rischio contagio derivante da altri Paesi, come ad esempio le crisi del debito sovrano.

I rischi geopolitici tornano in agenda

La globalizzazione investe anche la **dimensione politica**, contribuendo ad aumentare l'instabilità dello scenario di riferimento e il rischio di contagio. Nell'ultima edizione del Report Global Risks del WEF¹, viene sottolineato come per la prima volta dagli anni della Guerra Fredda i rischi geopolitici siano tornati in agenda, assumendo un peso predominante nell'ambito della "top five" dei rischi 2015 e superando i rischi economici tradizionalmente in pole position. Tra le principali preoccupazioni infatti emergono quelle legate ai conflitti tra gli Stati e alle crescenti tensioni politiche e sociali. Lo Think Tank politico Eurasia Group² conferma la centralità della geopolitica nella "top ten" dei rischi relativi al 2015, ponendo in particolare il focus sulla

¹ World Economic Forum, Global Risks 2015, 10th edition

² Eurasia Group, Top Risks 2015

vulnerabilità politica dell'Europa, rilevabile sui tre fronti del malcontento interno ai singoli Paesi, delle frizioni tra gli Stati EU e le pressioni esterne, la minaccia incombente della Russia di Putin, il ruolo della Cina nello spostamento di equilibri, i tumulti nel Medio-Oriente e nel Nord Africa e il rischio terrorismo.

Diventa sempre più stretta la connessione tra i temi economici e quelli politici, con il rischio che i conflitti tra gli Stati possano sempre più manifestarsi sotto forma di misure di tipo economico come restrizioni al commercio, e il cyberspazio si configura sempre più come potenziale nuovo fronte nell'equazione geopolitica per effetto della diffusione delle nuove tecnologie e della crescente vulnerabilità degli Stati a **cyber attacks** sulle infrastrutture critiche. Cresce il rischio di indebolimento della governance globale, per la mancanza di una chiara leadership e la formazione di più poli di potere e spinte nazionalistiche, che può minare l'effettiva capacità di governare in modo coordinato tematiche fondamentali come la gestione del climate change e la governance di internet per la credibilità e sicurezza del cyberspazio.

L'ineludibile dimensione internazionale impone una visione globale

La crescente globalizzazione comporta inoltre un incremento del rischio contagio anche sotto il profilo dei rischi collegati alla **salute** (si pensi al caso del virus Ebola) così come sotto il profilo della **supply chain**. Infatti la crescente espansione delle catene di fornitura delle imprese oltre i confini nazionali determina un aumento della vulnerabilità a rischi derivanti da instabilità politica e sociale, pandemie regionali o globali, disastri naturali inclusi quelli connessi al cambiamento climatico.

La globalizzazione – nelle sue diverse dimensioni economica, finanziaria, politica e ambientale –, amplificata e potenziata dalla crescente pervasività di internet e delle nuove tecnologie come strumenti di interconnessione, dà origine ad una sorta di “**internazionalizzazione passiva**”, creando una fitta rete di interdipendenze ed esponendo sempre più le imprese operanti nel territorio nazionale a rischi di natura globale. Essa si riflette in un incremento di multinazionali estere in Italia e in un aumento dei flussi migratori³, generando un effetto di “internalizzazione importata” attraverso l'aumento della componente di popolazione straniera (si veda il Capitolo **HUMAN SOCIETY 2.0**).

Gli impatti sul settore assicurativo

In questo contesto per il settore assicurativo è prospettabile un **processo di ulteriore consolidamento**, anche per effetto della **normativa Solvency II**, e le strategie di crescita delle compagnie assicurative richiederanno sempre più una dimensione internazionale, sia per i limiti Antitrust e i limiti allo sviluppo dei premi

³ Già nel 2014 il numero di rifugiati a livello mondiale per cause legate a conflitti oltre che al cambiamento climatico ha raggiunto il suo livello più alto dopo la Seconda Guerra Mondiale (UNHCR, 2014)

assicurativi legati alla situazione economica incerta del nostro Paese sia in ottica di **diversificazione dei rischi**.

Tenuto anche conto del parallelo processo di progressiva internazionalizzazione delle imprese come risposta alla situazione di crisi economica e strumento di crescita e consolidamento, l'internazionalizzazione delle compagnie assicurative si prospetta sempre più come **chiave di servizio** per clienti corporate o small business, per poterli accompagnare nella loro espansione internazionale offrendo anche programmi globali di copertura dei rischi che garantiscano standard uniformi su tutti i mercati pur nel rispetto dei requisiti locali specifici.

La fotografia dell'Osservatorio Europeo della Sicurezza

Anche l'Osservatorio Europeo sulla Sicurezza⁴ fotografa in modo efficace il crescente influsso della globalizzazione richiamando l'immagine della "terra di mezzo", schiacciata tra il "Mondo", ovvero la dimensione globale, e il "mondo", ovvero la dimensione nazionale e locale, ed evidenzia come accanto alle paure quotidiane (si veda a tal proposito il Capitolo "Precarietà e polarizzazione") incombono le paure "globali", legate ai conflitti e alla violenza terroristica ma anche alla paura dello "straniero" e ai riflessi della globalizzazione economica con la sfiducia verso l'Euro e l'UE, acuita dal caso Grecia. Tuttavia, in tutti i Paesi in cui è stato condotto il sondaggio, ivi inclusa l'Italia, prevale l'idea che la moneta unica debba essere mantenuta nonostante le difficoltà di questa fase perché necessaria all'Europa e, per quanto attiene specificamente al nostro Paese, che rispetto alla crisi economica le cose andrebbero peggio se l'Italia non facesse parte dell'UE e della zona Euro.

I dati presentati da Banca d'Italia⁵ confermano come l'internazionalizzazione rappresenti un fattore primario (forse l'unico) per arginare gli effetti della crisi economica italiana degli ultimi anni. Nonostante il dinamismo delle imprese, l'Italia risulta tuttavia ancora in ritardo rispetto all'Europa. Delle quasi 208.000 imprese formalmente esportatrici, l'85% genera solo il 6,5%

del valore dell'export, mentre il panel di 29.000 esportatori abituali genera il 90% del valore totale dell'export⁶. La spiegazione di questa asimmetria è principalmente legata alla dimensione: mentre in Germania e in Francia le grandi imprese (oltre 250 dipendenti) occupano circa il 40% dei lavoratori e nel Regno Unito circa il 50%, in Italia la quasi totalità del mondo imprenditoriale è formato da micro (fino a 9 dipendenti) e piccole imprese (fino a 49 dipendenti) che rappresentano il 99,4% delle aziende ed impiegano il 67% dei lavoratori. Da anni si investe da un punto di vista strategico in promozione e assistenza per l'internazionalizzazione, ma le linee guida adottate, sia a livello nazionale che locale da parte di enti, agenzie ed istituzioni,

**Il 99,4% delle
imprese italiane ha
meno di 50 addetti**

⁴ Demos & Pi- Osservatorio di Pavia – Fondazione Unipolis, Osservatorio Europeo sulla Sicurezza, Febbraio 2015

⁵ Banca d'Italia, "Internazionalizzazione delle imprese italiane", Roma, 27 febbraio 2014

⁶ ICE-Istat, 2013

riguardano le imprese in modo generico e spesso sono accessibili solo per l'esigua minoranza delle aziende medio-grandi.

Nell'agosto 2014, con l'omonimo decreto, il Governo ha adottato un "Piano per la promozione straordinaria del Made in Italy e l'internazionalizzazione", con l'obiettivo di valorizzare l'immagine del "Made in Italy" nel mondo, incrementare il volume di export di circa 50 miliardi di euro in 3 anni e ampliare il numero delle imprese, in particolare PMI, che operano sul mercato globale, aumentandole di almeno 20.000 unità.

Il settore assicurativo può fornire un importante contributo alla crescita economica del Paese, supportando le imprese nel loro percorso di internazionalizzazione attraverso la propria attività di investitore istituzionale di lungo periodo, l'evoluzione dalla logica di "prodotto" a quella di "servizio", assistendole nello sviluppo di una gestione integrata dei rischi, e l'ampliamento dell'offerta rivolta alle **PMI**, con particolare riferimento ai rischi emergenti quali il *cyber risk*, il rischio infrastruttura e *supply chain*, il rischio ambientale e il *D&O risk*. Un'opportunità interessante potrebbe essere quella di studiare nuovi prodotti e servizi assicurativi dedicati espressamente alle reti d'impresa, attualmente non presidiate in modo esplicito nell'offerta di settore.

Infatti l'internazionalizzazione si prospetta come la direttrice strategica principale per intercettare i benefici del fenomeno "globalizzazione" e, per le imprese in generale così come per le compagnie assicurative, richiede un **cambiamento di passo, dimensionale ma non solo**, che passa attraverso percorsi di aggregazione, ma anche di alleanze strategiche e creazioni di reti di imprese.

**L'internazionalizzazione
richiede un
cambiamento di passo,
che passa attraverso
percorsi di
aggregazione, alleanze
strategiche e creazioni
di reti di imprese**

Unipol
GRUPPO