

di Anna Messia
e Jole Saggese

MF-MILANO FINANZA INSURANCE AWARDS Carlo Cimbri (Unipol) è assicuratore dell'anno. Ha creato il modello dell'assurbanca e all'Europa ora chiede par condicio sul Danish Compromise. Con la guerra occhio ai tassi, dice

Le banche? Servono



ne strategica» che ha portato la compagnia di Bologna a «sperimentare un nuovo modello industriale innovativo».

Domanda. Partiamo dalla fine. E di pochi giorni fa la notizia che Jp Morgan ha il 10% del capitale di Bper, salvo poi scendere al 7,8% potenziale. E la prova che il rischio continuerà? Rispo-

Class
CNBC

sta. È difficile dire se il rischio si sia acquietato. Di certo noi andiamo per la nostra strada, abbiamo un progetto industriale con un modello che non ha paragoni. La finanza va e viene, il progetto industriale resta.

D. Che prospettive ci sono per Unipol dopo i numeri positivi del 2025? Che impatto potrà avere la guerra sulla vostra attività?

R. I risultati del 2025 vengono da lontano e non sono frutto di una stagione particolarmente propizia, ma di un lavoro strutturato. Per quanto riguarda il 2026 la guerra sta impattando sulla volatilità dei mercati, è prematuro fare previsioni, le borse si sono mosse ma i tassi no. La nostra filosofia rimane quella di guardare al lungo periodo e

impostare piani che siano il più possibile svincolati dagli eventi anno per anno. La parte assicurativa va bene, sugli investimenti siamo fiduciosi che daranno un contributo adeguato ai nostri obiettivi.

D. Che effetti potrà avere l'integrazione di PopSondrio in Bper?

R. Come azionisti abbiamo sostenuto l'operazione. Ora per Bper c'è un lavoro, magari meno glamour ma di grande sostanza, che passa per la rapida integrazione di Banca Popolare di Sondrio nei prossimi mesi. Dopodiché Bper lavorerà per digerire questo conglomerato di banche che oggi la formano e diventare un'azienda sempre più solida e profittevole. Per Bper, come per il nostro modello bancassicurativo, è il completamento di una strategia che viene da lontano, da almeno 10 anni.

D. C'è ancora bisogno di consolidamento tra gli istituti nel Paese secondo lei?



R. Tolle le prime due grandi banche, l'Italia ha altri tre istituti di medie dimensioni, con carattere nazionale. Sul mercato tutto è possibile ma credo che oggi ci sia da lavorare per farle diventare sempre più solide e profittevoli.

D. Cosa pensa dell'integrazione Mps e Mediobanca, è positiva per la concorrenza e per il settore?

R. L'operazione è fatta. Credo che Mps, come Bper, sarà impegnata nel consolidamento, poi

in futuro vedremo i risultati. Noi, come detto, andiamo avanti per la nostra strada sperando che nel frattempo l'Europa si decida a eliminare l'asimmetria del Danish Compromise (il beneficio di capitale che oggi è riservato alle banche che controllano assicurazioni che non vale nel caso contrario, ndr). Chiediamo di poter competere sullo stesso terreno dove competono i gruppi bancari quando decidono di comprare imprese assicurative. (riproduzione riservata)

Liverani (Ania): l'Italia si protegge

di Anna Messia

La crescita dei premi registrata nel 2025, di circa l'8%, a 182 miliardi, «è un segnale che va nella giusta direzione. Significa che cresce la consapevolezza dei rischi che le famiglie e le imprese italiane devono affrontare e si proteggono con le assicurazioni». Lo ha sottolineato il presidente dell'Ania, Giovanni Liverani, aprendo la 24esima edizione degli MF Insurance Awards che si sono svolti a Milano lo scorso 12 marzo.

«Il trend è positivo e va incoraggiato, perché l'Italia è ben lontana dai livelli di altri Paesi. In Italia, ad esempio, la quasi totalità del territorio è esposta alle catastrofi naturali, c'è un rischio idrogeologico forte, ma solo il 7% delle famiglie e il 15% delle imprese è protetto», ha aggiunto.

Il segnale che, almeno fino a oggi, l'introduzione dell'obbligo per le imprese di assicurarsi contro il rischio catastrofale, sottoscrivendo le cosiddette polizze catnat, introdotto dal governo non ha avuto gli effetti sperati. C'è quindi un potenziale di sviluppo enorme e la crescita sta continuando.

«Questo maggiore livello di protezione si fa sentire: a livello di settore abbiamo pagato oltre 18 milioni sinistri erogando più 40 miliardi di risarcimenti agli assicurati», ha spiegato il presidente dell'associazione che rappresenta le compagnie di assicurazione.

Il 2025 è stato un anno decisamente posi-

vo per le compagnie di assicurazioni e il trend sembra proseguire anche nell'inizio del 2026, ma ora c'è l'incognita della guerra. Le compagnie hanno iniziato a rivedere le loro tariffe visto che il rischio sta aumentando?

«Il settore deve riprezzare tutto, giorno per giorno, in base a come evolvono le cose», ha risposto Liverani. «Ci sono però dei rischi non assicurabili. La guerra è uno di questi», ha ricordato. «La soluzione alla guerra non è l'assicurazione, ma la pace».

Altro tema è la previdenza integrativa con le adesioni che restano ancora limitate rispetto alle potenzialità e l'invecchiamento demografico

che aumenta i rischi di trovarsi senza pensioni pubbliche adeguate. In questo scenario le compagnie di assicurazioni possono avere un ruolo molto importante. «Gli strumenti di previdenza complementare in realtà ci sono, ma il tema non è stato ancora correttamente messo a fuoco da cittadini e istituzioni. Il rischio è quello di trovarsi in una situazione di fragilità finanziaria nell'età della pensione», ha detto Liverani; «la previdenza integrativa è ancora poco utilizzata: a vent'anni dalla sua introduzione solo il 38% dei lavoratori ha aderito. Servono incentivi fiscali e strumenti per rendere più competitivo il settore, anche se qualcosa si è mosso, ad esempio con la portabilità dei contributi datoriali che crea maggiore concorrenza nel settore e quindi rendimenti e costi più interessanti», ha concluso. (riproduzione riservata)



Giovanni
Liverani
Ania

La scelta, vincente, è stata quella di andare controcorrente. Quasi 10 anni fa «quanto le banche erano sottovalutate e stavano vivendo una stagione triste Unipol ha deciso di non accodarsi al mercato e di investire in Bper e in Banca Popolare di Sondrio guardando al futuro. Delle banche ci sarebbe stato sempre bisogno e abbiamo guardato alle sinergie con il settore assicurativo». Ne è nato un modello unico sul mercato con una compagnia prima azionista di una banca, e la mossa è stata quella giusta. Unipol in questi anni ha cambiato volto dando soddisfazioni crescenti agli azionisti tra dividendi e andamenti di borsa. Nel frattempo si è aperta la grande stagione del rischio bancario che ha portato alla naturale integrazione tra Bper e Popolare di Sondrio, nozze che potranno dare ulteriore sprint a Unipol. Intanto il 2025 si è chiuso con numeri da record (utili per 1,5 miliardi, +36,8%) e una cedo-

la (1,12 euro) che ha sorpreso il mercato. «Anche il 2026 è iniziato bene, nonostante la guerra» e riguardo al rischio bancario «potrebbe non essere finito, ma noi andiamo per la nostra strada». Parole di Carlo Cimbri, il presidente di Unipol premiato come assicuratore dell'anno agli MF Insurance Awards 2026 che si sono svolti lo scorso 12 marzo a Milano, non solo per il bilancio appena chiuso con successo, ma anche «per la visio-



Carlo Cimbri
Unipol

di Sara Bichicchi

Longevità, intelligenza artificiale e polizze catastrofali. Ma anche, inevitabilmente, la guerra. Sono alcuni dei temi con cui il mondo delle assicurazioni è chiamato a confrontarsi e che gli assicuratori hanno portato sul palco degli MF Insurance Awards 2026, l'evento del gruppo Class Editori andato in scena giovedì 12 marzo al Circolo filologico milanese.

«Ci sono dei rischi non assicurabili. La guerra è uno di questi. La soluzione alla guerra non è l'assicurazione ma la pace», ha puntualizzato Giovanni Liverani, presidente di Ania (Associazione Nazionale fra le Imprese Assicuratrici). Se, dunque, non si può risolvere il problema dei conflitti che infiammano diverse parti del mondo con una polizza, la guerra ha però un impatto diffuso sui mercati, riducendo la visibilità per le società che vi operano. Compresse le compagnie assicurative.

«Nel 2026 la guerra incide sulla volatilità dei mercati ed è prematuro fare previsioni», ha detto Carlo Cimbri, presidente di Unipol, premiato come Assicuratore dell'Anno nel corso della rassegna. «La nostra filosofia ri-

MF-MILANO FINANZA INSURANCE AWARDS All'evento dedicato ai protagonisti delle assicurazioni premiati il valore e l'innovazione delle compagnie ma anche la leadership femminile. La guerra non sposta gli obiettivi

I signori delle polizze

Philippe Donnet
GeneraliAlessandro Santoliquido
UnicreditVirginia Borla
Intesa Sanpaolo AssicurazioniGiacomo Campora
Allianz Italia

mane quella di guardare al lungo periodo», ha aggiunto Cimbri. Un messaggio all'insegna della cautela è arrivato anche da Philippe Donnet, amministratore delegato di Generali, che ai microfoni di *Class Cnbc* ha sottolineato che «per il momento il trend è positivo» e «in linea con il 2025». Con un «portafoglio molto diversificato sia dal punto di vista geografico sia da quello delle linee di business», ha aggiunto l'ad, Generali confida di poter «navigare anche nelle tempeste» mantenendo gli obiettivi fis-

sati.

Nessuna retromarcia, dunque, rispetto al percorso di crescita che molte compagnie assicurative hanno impostato in Italia e all'estero. Unicredit, ad esempio, ha completato l'internalizzazio-

ne del ramo Vita in Italia, acquisendo il controllo totale delle joint venture con Cnp Assicurazioni e Allianz. «Sarà una compagnia molto più grande che avrà una efficienza gestionale molto alta. Stiamo lavorando sui prodotti con la rete Unicredit, c'è un potenziale molto elevato di sinergie», ha specificato Alessandro Santoliquido, responsabile Group Insurance di Unicredit.

Allianz, invece, ha scelto di legare il suo brand a eventi sportivi e progetti di livello internazionale. «Il valore e il

profilo del brand Allianz crescono anno dopo anno in Italia e nel mondo, grazie anche a importanti iniziative di branding e partnership di prestigio come l'Allianz Stadium, il Teatro alla Scala, i Movimenti Olimpico e Paralimpico Internazionali e il recente annuncio di Jannik Sinner divenuto global brand ambassador», ha sottolineato Giacomo Campora, ceo di Allianz spa.

Nuovi schemi di comunicazione, quindi, ma anche modelli di leadership alternativi. «Quando ho iniziato a la-

MF INSURANCE AWARDS 2026: TUTTI I PREMIATI

PREMIO	MOTIVAZIONE / NOME PRODOTTO VINCITORE	AZIENDA	HA RITIRATO IL PREMIO
INSURANCE ELITE	Assicuratore dell'anno	Carlo Cimbri, Presidente, Unipol Assicurazioni	Carlo Cimbri, Presidente, Unipol Assicurazioni
	Premio W Leadership	Virginia Borla, Intesa Sanpaolo Assicurazioni	Virginia Borla, Amministratore Delegato e Direttore Generale e Responsabile della Divisione Insurance, Intesa Sanpaolo Assicurazioni
	Per il miglior rating ESG	Unipol Assicurazioni	Luca Giordano, Head of Corporate Social Responsibility
	Per la unificazione del Business Vita del Gruppo	UniCredit	Alessandro Santoliquido, Responsabile Group Insurance UniCredit, CEO, UniCredit Life Insurance e UniCredit Vita Assicurazioni
	Broker dell'anno	WIDE Group	Gerardo Di Francesco, Managing Partner & Co Founder
	Per la brand value amplification	Allianz Italia	Giacomo Campora, Amministratore Delegato Allianz S.p.A.
	Operazione m&a estero	Generali Employee Benefits Network	Ludovic Bayard, CEO
MF INNOVAZIONE AWARD	Per le migliori M&A dell'anno	Axa	Patrick Cohen, Chief Executive Officer, AXA European Markets and Health e Chiara Soldano, Ceo, Axa Italia
	Progetto Persona	Zurich Italia	Ilaria Gigante, Head of Product Proposition and Development
	Allianz Allerta Meteo	Allianz Italia	Massimiliano Sodano, Responsabile Direzione Sinistri, Allianz S.p.A.
	Easy Claim e Smart Claim - liquidazioni "nel tempo di un caffè"	Allianz Italia	Massimiliano Sodano, Responsabile Direzione Sinistri, Allianz S.p.A. e Luca De Sanctis, Chief Protection Officer, Allianz S.p.A.
	Unibox Smart Move	Unipol Assicurazioni	Daniela D'Agostino, Chief Property & Casualty Officer, Unipol
	Unica Unipol	Unipol Assicurazioni	Daniela D'Agostino Chief Property & Casualty Officer, Unipol
	Ecosystem orchestrator	Blue Assistance	Marco Mazzucco, Amministratore Delegato, Blue Assistance e Sergio Bortolami, Direttore Generale, Blue Assistance
	GIADA	Generali Italia	Marco Siciliano, Country Data Officer, Claudio Arni, Responsabile sviluppo offerta e Eleonora Piricò, Responsabile Processi Gestione Cliente Network Innovation, Generali Italia
	GenerAzione Risparmio	Generali Italia	Carlo Quaccia, Head of product analysis & innovation, Marco Trinchieri, Marketing & Distribution - Sviluppo offerta Vita e Emanuele Trotti, Marketing - Responsabile Go to Market, Generali Italia
	ALLY	Alleanza Assicurazioni	Marco Siciliano, Country Data Officer, Generali Italia e Laura Zaetta, Responsabile Progetto Data Enterprise e Responsabile Bancassurance, Alleanza Assicurazioni
	Nuovi Customer Journey digitali per la salute	InSalute Servizi	Massimo Tessitore, Amministratore Delegato e Direttore Generale
	UniCredit Premium One	UniCredit Life Insurance	Alessandro Santoliquido, Responsabile Group Insurance UniCredit, CEO, UniCredit Life Insurance e UniCredit Vita Assicurazioni
	People e GenAI: Adoption at Scale	Assicurazioni Generali	Alessandro Visti, Generali Group Academy
SUPER-AGENTE	Premio Migliore strategia legata allo sviluppo innovativo della rete agenziale e di soluzioni all'avanguardia	Generali Italia	Andrea Cavallero, Country Chief Operating Officer
	Per la strategia per la rete e il segmento Protection	Zurich Italia	Gionata Cerri, Proposition & Protection
	Per il progetto Area X a Torino per la diffusione della cultura assicurativa	Intesa Sanpaolo Protezione	Annalisa Nurzia, Responsabile Area Coordinamento Vita, Intesa Sanpaolo Assicurazioni
LEONE D'ORO	Per la comunicazione digitale	Intesa Sanpaolo Assicurazioni	Virginia Borla, Amministratore Delegato, Direttore Generale e Responsabile della Divisione Insurance
	Miglior progetto multimediale	Net Insurance	Rossella Vignoletti, Direttore Marketing e Comunicazione
	Miglior Campagna comunicazione Prima 10 Years Celebrations	Prima Assicurazioni	Fabia Bernacchi, Chief Communication & Brand Officer
	Miglior comunicazione ad impatto sociale	Generali Italia e The Human Safety Net	Renato Agalliu, Head of Media Relations & Content Management e Erminia Frigerio, Head Sponsorship & Corporate Identity

vorare, 26 anni fa, uno dei concetti prevalenti quando si parlava di leadership era la solitudine del leader. A distanza di tanti anni credo che non sia questa la chiave del successo, ma il circondarsi di una rete di persone capaci e competenti», ha rac-



contato Virginia Borla, ad e direttore generale di Intesa Sanpaolo Assicurazioni, ritirando tra gli altri il premio W Leadership. Poi, l'intelligenza artificiale, grande fattore di trasformazione per le società di diversi settori. «Da una ricerca globale che abbiamo effettuato su 2.000 compagnie abbiamo visto che l'insurance è una delle industrie più esposte alla trasformazione e il mercato lo ha capito. Il 70% delle compagnie è già uscito dalla fase di sperimentazione dell'AI e nel 10% dei casi l'AI è utilizzata su tutta la catena del valore», ha spiegato Fabio Frisa, responsabile Strategy e Consulting Insurance di Accenture, partner di MF-Milano Finanza negli Insurance Awards. Tra i gruppi premiati, ad

Cohen (Axa): vogliamo restare partner di Mps

di Sara Bichicchi e Jole Saggese

Le acquisizioni di Prima e Nobis e, naturalmente, la partnership con Monte dei Paschi nella distribuzione di prodotti assicurativi. L'Italia per la compagnia francese Axa è un mercato chiave e Patrick Cohen, amministratore delegato di Axa European Markets and Health, lo ha ribadito in occasione degli MF Insurance Awards 2026: «Per noi il mercato italiano è assolutamente strategico», ha detto Cohen.

In Italia «vediamo potenzialità di crescita in tutte le linee di business: salute e impresa, ma anche il mondo danni. Cresciamo sia organicamente, con le nostre reti di agenti, sia inorganicamente attraverso le acquisizioni di Prima e di Nobis», ha ricordato Cohen. Le due operazioni, effettuate tra 2024 e 2025, hanno richiesto ad Axa un investimento di quasi 1 miliardo di euro. Ma i risultati già soddisfano il gruppo, anche nel caso di Prima acquisita solo sei mesi fa. «Siamo molto contenti

dell'acquisizione di Prima che ci rafforza in Italia. Prima è un'azienda che ha scommesso sulla tecnologia per la selezione del rischio e i servizi ai clienti. E stata una scommessa vinta, stiamo vedendo dei risultati che sono assolutamente oltre le aspettative e ci sono molte possibilità di realizzare sinergie».

In Italia Axa opera anche attraverso la partnership con Mps, firmata per la prima volta nel 2007 e rinnovata fino al prossimo anno. Gli ultimi sviluppi sul mercato bancario italiano, con l'acquisizione di Mediobanca da parte di Mps, stanno però mettendo in dubbio l'asse con Siena. In particolare, l'amministratore delegato di Generali, Philippe Donnet, ha candidato la sua compagnia a rimpiazzare Axa nel 2027: «Saremmo un candidato per sostituire la compa-

gnia francese Axa nell'alleanza con il Monte dei Paschi», ha detto Donnet giovedì 12 in occasione dei conti di Generali.

Tuttavia Axa vuole mantenere l'assetto attuale: «Quella con Mps è una partnership che ha avuto grande successo fin dall'inizio. Lo scorso anno i risultati sono stati eccellenti e vogliamo di continuare», ha detto Cohen agli MF Insurance Awards.

Italia a parte, Axa punta a crescere a livello internazionale, sia per via organica sia ricorrendo al m&a. «Siamo una società leader in Europa, cresciamo in tutti i Paesi in cui operiamo e vogliamo crescere ancora, anche tramite acquisizioni. Ne abbiamo già fatte cinque in due anni, compresa Prima», ha aggiunto Cohen. (riproduzione riservata)



Patrick Cohen
Axa European Markets
and Health

esempio, Alleanza Assicurazioni ha lanciato Ally, un progetto di intelligenza artificiale a supporto dei consulenti e della rete. Anche Generali ha integrato l'AI nelle attività. «L'obiettivo era sviluppare strumenti in grado di semplificare le operazioni quotidiane e dare un servizio migliore ai clienti», ha sottolineato Andrea Cavallero, country chief operating

officer di Generali Italia. Infine, la longevità. Con la popolazione italiana proiettata su una traiettoria di invecchiamento, che implica un bisogno maggiore di cure, il ruolo delle polizze sanitarie cresce. «Dobbiamo trasformare la longevità in un'opportunità per andare in soccorso sia al servizio sanitario pubblico sia, soprattutto, ai cittadini. Le ultime

indagini dicono che anche per curarsi nel sistema pubblico bisogna andare in tasca, spendendo soldi. Speriamo che gli italiani abbiano capito l'importanza di non correre questo rischio da soli», ha osservato Giovanna Gigliotti, ad di Unisalute. Invecchiare significa però anche confrontarsi con risorse economiche non sempre sufficienti: chi va in pen-

sione oggi prende l'81,5% dell'ultimo stipendio, chi ci andrà nel 2060 prenderà il 64,8% secondo uno studio di Censis-Confindustria. «Il rischio è quello di trovarsi in una situazione di fragilità finanziaria in pensione. E la previdenza complementare è ancora poco utilizzata: solo il 38% dei lavoratori aderisce», ha ribadito Liverani. (riproduzione riservata)

MF INSURANCE AWARDS 2026: TUTTI I PREMIATI

PREMIO	MOTIVAZIONE / NOME PRODOTTO VINCITORE	AZIENDA	HA RITIRATO IL PREMIO
COMPAGNIE DI VALORE	N° 1 per profitti netti/patrimonio netto	Assicurazioni Generali	Miriam Pedol, Head of Group CFO Office
	N°1 per riserve tecniche e investimenti netti	Poste Vita	Andrea Signoretti, Responsabile Insurance Operations e Business Support
	N° 1 per crescita triennale dei profitti	SACE BT	Giusy Gangi, Head of Sales
	Miglior Risultato Tecnico per il Ramo Vita	Poste Vita	Stefano Bertagna, Responsabile Bilancio, Finanza e Controllo
	Miglior Risultato Tecnico per il Ramo Danni	Unipol Assicurazioni	Daniela D'Agostino, Chief Property & Casualty Officer Unipol
	Miglior Risultato Tecnico per il Ramo Infortuni	Unipol Assicurazioni	Daniela D'Agostino, Chief Property & Casualty Officer Unipol
	Miglior Risultato Tecnico per il Ramo RC Auto	Unipol Assicurazioni	Daniela D'Agostino, Chief Property & Casualty Officer Unipol
	Miglior Risultato Tecnico per il Ramo Malattia	UniSalute	Giovanna Gigliotti, Amministratore Delegato UniSalute
	Miglior Risultato Tecnico per il Ramo RC aeromobili e veicoli marittimi	Allianz Italia	Giuliana Casamassima, Chief Underwriting Officer Commercial Allianz S.p.A.
	Miglior Risultato Tecnico per il Ramo RC generale	Unipol Assicurazioni	Daniela D'Agostino, Chief Property & Casualty Officer Unipol
	Miglior Risultato Tecnico per il Ramo Tutela legale	Unipol Assicurazioni	Daniela D'Agostino, Chief Property & Casualty Officer Unipol
	Miglior Risultato Tecnico per il Ramo Assistenza	Unipol Assicurazioni	Daniela D'Agostino, Chief Property & Casualty Officer Unipol
	Miglior Risultato Tecnico per il Ramo Credito e Cauzione	SACE BT	Giusy Gangi, Head of Sales
	Miglior Risultato Tecnico per il Ramo Perdite Pecuniarie	Intesa Sanpaolo Protezione	Massimiliano Dalla Via, Amministratore Delegato e Direttore Generale, Intesa Sanpaolo Protezione
	Per il miglior avanzamento nella graduatoria per premi	Athora Italia	Jozef Bala, Amministratore Delegato e Direttore Generale
	Migliore Compagnia per ramo vita I - Polizze rivalutabili	Generali Italia	Alessandra Fanciullo, Responsabile attuariato e Analisi di Portafoglio
	Migliore Compagnia per ramo vita V - Capitalizzazione	Generali Italia	Antonio De Poli, Responsabile Collettive e Fondi Pensioni
	Miglior Risultato Tecnico per il Ramo Merci trasportate	Generali Italia	Cristian Finotto, Responsabile Industria e Costruzioni
	Miglior Risultato Tecnico per il Ramo Corpi Veicoli Aerei, ferroviari, marittimi	Generali Global Corporate&Commercial Italia	Pierluigi Portalupi, Head of Marine&Transport
	Migliore Compagnia per ramo vita IV - Malattia	Alleanza Assicurazioni	Claudia Ghinfranti, Responsabile marketing e comunicazione e Mauro Musso, Responsabile Operations
	Migliore Compagnia per ramo vita III - Investimenti	Intesa Sanpaolo Assicurazioni	Antonio Granito, Responsabile Area Finanza e Sostenibilità
	Migliore Compagnia per ramo vita VI - Fondi pensione	Intesa Sanpaolo Assicurazioni	Antonio Granito, Responsabile Area Finanza e Sostenibilità
	Superindice Lombard	Assimoco Vita	Mirella Maffei, Direttore, Gruppo Assimoco