

Descrizione dei temi materiali

Cambiamenti climatici e calamità naturali

Il cambiamento climatico è già in atto e le catastrofi naturali sono in aumento, costituendo una minaccia allo sviluppo economico mondiale. In questo scenario, la mitigazione dei rischi climatici e le strategie di adattamento sono fattori chiave a livello globale per rafforzare la resilienza delle comunità.

Cambiamento demografico e sociale

I flussi migratori, le nuove strutture familiari e l'affacciarsi delle nuove generazioni e l'invecchiamento della popolazione, dovuto al calo della fertilità e all'allungamento della vita media, presentano impatti rilevanti sui bilanci nazionali (sia nei sistemi previdenziali sia in quelli sanitari) e sulla propensione al risparmio dei cittadini.

Data and Cyber Security

La quantità e la qualità dei dati personali oggi disponibili richiedono diligenza e professionalità nella loro gestione per garantirne la riservatezza. I rischi derivanti dalla gestione informatica dei dati acquisiti e la vulnerabilità dei sistemi nei confronti dei possibili attacchi esterni o interni all'organizzazione impongono di adottare sistemi di prevenzione e di protezione adeguati a garantire la tutela degli stakeholder coinvolti e la continuità del business.

Attrazione dei talenti e sviluppo del capitale umano

In un mercato sempre più competitivo e selettivo, è importante poter contare su risorse preparate e motivate in grado di cogliere le sfide del settore.

Coinvolgimento dei dipendenti e promozione di una cultura condivisa

Il rafforzamento della motivazione e l'impegno dei dipendenti alla realizzazione degli obiettivi sono importanti per mantenere una visione aziendale unitaria e condivisa. Attività di dialogo e di ascolto e la condivisione delle informazioni sono momenti fondamentali nel coinvolgimento dei dipendenti.

Coinvolgimento e sviluppo delle comunità

Lo sviluppo delle comunità in cui si opera è correlato al business ma anche alle relazioni con imprese, associazioni e altre organizzazioni del territorio.

Diversità, inclusione e pari opportunità

Valorizzare le differenze e promuovere l'inclusione, evitando ogni tipo di discriminazione, consentono di creare le migliori condizioni nelle relazioni con tutti gli stakeholder e di promuovere comportamenti mirati ad evitare disuguaglianze.

Eccellenza nella gestione dei sinistri

La relazione che si instaura con la compagnia di assicurazioni per il rimborso del danno a seguito di un sinistro è un aspetto chiave del rapporto contrattuale: è il momento in cui il cliente ha modo di verificare la validità delle informazioni ricevute nella fase pre-contrattuale, della qualità del servizio ricevuto e della copertura assicurativa garantita.

Gestione responsabile del business

Si riferisce a politiche, linee guida e procedure che definiscono il sistema interno di regole che garantiscono 'accountability' e trasparenza.

Gestione responsabile delle ristrutturazioni

Le riorganizzazioni aziendali e, in particolare, le modalità con cui vengono condotte sono aspetti fondamentali sia per le capacità di adattamento delle persone ai contesti in evoluzione sia per la stabilità economica delle aree in cui si manifestano gli impatti.

Inclusione ed educazione finanziaria

La crescente produzione normativa, i cambiamenti demografici in atto, la peculiarità dei prodotti assicurativi e l'incertezza che caratterizza le dinamiche dei mercati richiedono la diffusione di programmi di formazione/informazione per consapevolizzare gli stakeholder e per favorire scelte di acquisto consapevoli.

Innovazione di business per il cliente digitale

La diffusione di internet e della tecnologia mobile sono in continua crescita e stanno cambiando le abitudini di consumo. I cambiamenti di comportamento della clientela nelle fasi di preacquisto, stipula e postvendita della polizza impongono alle compagnie di adottare una strategia di comunicazione multicanale, di implementare sistemi tecnologici in grado di soddisfare le esigenze e di garantire la sicurezza nella gestione dei dati acquisiti.

Investimenti responsabili e politiche sottoscrittive

In una prospettiva di sviluppo sostenibile, gli aspetti ambientali, sociali e di governance (ESG) negli investimenti e nelle politiche sottoscrittive hanno sempre più rilevanza per il mercato.

Prevenzione della corruzione

In un settore basato sulla fiducia come quello assicurativo, la promozione dell'etica negli affari e la prevenzione della corruzione hanno un ruolo fondamentale nel proteggere la reputazione e la credibilità aziendale, l'efficienza del business e la concorrenza leale.

Qualità della customer experience

Nel rapporto con la clientela è fondamentale essere in grado di offrire un'esperienza unica e distintiva, mantenendo e rafforzando la fiducia su cui si basano le fasi della customer experience.

Rapporti con i distributori

I distributori hanno un ruolo chiave nelle fasi di promozione e distribuzione dei prodotti e possono fornire importanti riscontri per lo sviluppo dei prodotti e il miglioramento dei servizi. Sviluppare la relazione con le reti di vendita attraverso il dialogo, la formazione e il coinvolgimento nelle strategie aziendali incrementa la loro soddisfazione e aumenta la fidelizzazione.

Rapporti con i partner contrattuali

In un contesto in cui i clienti sono sempre più informati e connessi e cercano spesso il contatto diretto con l'assicuratore, i rapporti con i partner contrattuali, che ci affiancano nell'erogazione dei servizi, sono fondamentali per garantire la qualità della relazione e la soddisfazione della clientela.

Remunerazione responsabile e incentivi

Un sistema di remunerazione basato sull'equità interna, sulla competitività, sulla coerenza e sulla meritocrazia, attraverso una diretta connessione tra impegno e riconoscimento del merito, consente di creare valore a lungo termine a tutti i livelli dell'organizzazione.

Soluzioni assicurative che incentivino comportamenti sostenibili e responsabili

Le iniziative del settore privato integrano e promuovono le politiche pubbliche a sostegno di un modello di vita più sano e sostenibile. Sensibilizzare le persone e promuovere l'adozione di comportamenti in grado di prevenire i rischi o di ridurre l'intensità dei danni producono valore condiviso per tutti gli stakeholder coinvolti.

Sviluppo di prodotti e servizi

Le esigenze e le istanze dei clienti mutano ed evolvono costantemente in risposta ai cambiamenti di scenario, ai mega trend e alle innovazioni tecnologiche. Le compagnie devono essere in grado di individuare i bisogni e di aggiornare l'offerta in modo concreto e coerente con le aspettative e con il quadro normativo in costante evoluzione.