

Maurizio Colautti
Assistant Manager
Responsible for Group
Technological Risks
of Assicurazioni
Generali



Large projects, new challenges

Cercherò di fare il mio discorso in inglese quale gesto di ospitalità verso coloro che sono venuti da lontano per saperne di più sul mercato italiano. Non so se la maggiore attrattiva sia costituita dal mercato italiano o da questa stupenda città. Ho cercato di convincermi che fosse il mercato italiano. Benito Pagnanelli, Vice Direttore Generale, mi ha anche chiesto di portare i suoi saluti alla conferenza in quanto per ragioni personali non potrà purtroppo essere presente, anche se l'avrebbe desiderato moltissimo. Vorrei inoltre ringraziare gli organizzatori del convegno, la Reinsurance International Broker, per invitarmi a parlare in quest'occasione e per aver organizzato questo evento nella stupenda cornice di un palazzo storico veneziano, usato dalle Assicurazioni Generali per tutte le manifestazioni veneziane. Quando mi è stato comunicato il tema della conferenza - il ruolo del mercato italiano sulla scena internazionale - devo confessarvi che sono rimasto un po' perplesso. È logico parlare di un mercato nazionale, della sua posizione attuale nel mondo, delle sue prospettive, quando internazionalizzazione e globalizzazione sono le parole più utilizzate per descrivere il particolare momento che stanno attraversando le nostre economie? Fino al punto che forse, nel futuro, gli anni attorno al secondo millennio saranno chiamati addirittura "era della globalizzazione". In un momento nel quale l'economia globale può produrre degli shock, attraverso oceani e continenti più devastanti dei terremoti; quando i nostri clienti possono avere a portata di mano il design made in Italy, la produzione in Vietnam o in Indonesia e le vendite in tutto il mondo, occorre parlare di servizio clienti a livello mondiale o di servizio globale. Globalizzazione significa anche assumere rischi in tutto il mondo seguendo prima di tutto i desideri dei nostri clienti, poi la convenienza del miglior servizio in commercio e, perché no, eventuali vantaggi fiscali. Pertanto, possiamo chiederci se ha senso parlare del ruolo del mercato Italiano nel contesto mondiale. Se analizziamo più attentamente le implicazioni della globalizzazione sul mercato assicurativo, possiamo trovare, fra le altre, delle caratteristiche molto importanti, quali la regionalizzazione delle capacità. Regionalizzazione significa portare le nostre capacità tecniche e assicurative più vicino ai rischi dei nostri clienti. Se i nostri clienti pensano in modo globale, anche noi dobbiamo pensare in modo globale, altrimenti li perderemo. In questa prospettiva, le principali compagnie di assicurazioni profes-

G Good afternoon Ladies and Gentlemen, I will try to give my speech in English as a gesture of hospitality to those of you who have come a long way to learn more about the Italian market. I don't know if the major attraction was the Italian market or the appeal of this beautiful city. I have tried to convince myself that it was the Italian market. I have also been asked by our deputy general manager Dott. Pagnanelli to express his greetings at the conference, as unfortunately, also due to personal reasons, he could not attend, although he would have liked to very much. I would also like to thank the organiser, the Reinsurance International Brokers, for inviting me to speak to you on this occasion and for organising this event in this beautiful setting, a historical building in Venice that is also used by Assicurazioni Generali for all our events in this beautiful place. When I was told the theme of the conference, the role of the Italian market on the international scene, I must confess I was slightly puzzled and unconvinced. Was there any logic in talking of a national market, its position now in the world and its prospects when internationalisation and globalisation are the words most commonly used to describe this particular time of our economies? To the extent that, in the future, the years approaching the second millennium might even be called the globalisation era. At a time when the global economy can send shocks across continents and oceans which are more damaging than earthquakes, when our clients can have Italian design, production in Vietnam or in Indonesia and sales all over the world, it is necessary to talk about world-wide service or global service for customers. Globalisation means also that we can write a risk everywhere in the world according to the wishes of our clients first of all, the convenience of the best service available and, why not, possible tax advantages. Therefore we should ask ourselves if there is any sense in talking about the role of the Italian market in its global context? If we analyse the implication of the globalisation of the insurance market more closely, we will find, among other things, some very important characteris-

nali hanno aperto delle attività autonome in Italia, trasformando i loro settori marketing e le loro filiali. L'anno scorso anche la Swiss Re, con l'acquisizione della Unione Italiana, ha stabilito inoltre una forte presenza in Italia. A mio avviso, ciò significa che credono nella crescita di questo mercato e sono pronti a sostenerla. Noi, come assicuratori diretti e componente del mercato Italiano, dobbiamo adeguarci al nostro ruolo nel mercato stesso, dovremo eseguire le operazioni di attività assicurativa al dettaglio. Se qualunque fornitore con capacità di vendita all'ingrosso ritiene di poter vendere di più direttamente ai clienti, certamente ci proverà. Ma sono convinto che il mercato Italiano, anche con il sostegno dei suoi due partner, ha sia la forza che la capacità di difendersi. Abbiamo già detto che il nostro ruolo è quello di vendere assicurazioni su scala globale. Il coordinamento di questa regionalizzazione del servizio e la garanzia della qualità richiedono notevoli investimenti in risorse umane, tecnologie ed anche reti. Pochi attori saranno in grado di raccogliere la sfida e saranno quelli con le risorse finanziarie sufficienti a tale espansione, ma anche con le capacità di allargare il loro orizzonte al di là dei propri confini nazionali. Questo richiede un'evoluzione culturale, perché non amo il termine "rivoluzione". Ma sarà ben più di un cambiamento. Non possiamo solo guardare ai nostri clienti tradizionali, ma è fondamentale, per sostenere la globalizzazione del nostro servizio e la rete necessaria, iniziare a pensare di espandere il nostro portafoglio clienti. Con 23 miliardi di dollari di premi, le Generali sono il quarto gruppo in Europa, e questo potrebbe anche non essere sufficiente in futuro. In termini di premi incassati, siamo i quarti e forse questo non è uno dei parametri più favorevoli per le Generali. Ma siamo anche presenti in più di 50 paesi e con l'aiuto di buone relazioni abbiamo sviluppato la capacità di guardare oltreoceano già da molti anni. Come molte delle compagnie che sono presenti oggi qui, siamo orgogliosi di dire che possiamo offrire ad ogni cliente uno dei migliori servizi del mondo, anche in termini di rete. Questa è certamente una delle ragioni principali per cui clienti importanti quali: Esso, Ibm, Digital, Buick, Ansaldo, Abb preferiscono utilizzare i servizi del nostro gruppo. È inoltre ovvio che possiamo offrire ad un cliente come Olivetti un servizio migliore se siamo in grado di assicurare Ibm, Digital e Texas Instruments. Negli ultimi anni siamo stati portati in Asia dalle esigenze dei nostri clienti. Attraverso i nostri clienti e con i nostri contatti in quella regione siamo riusciti a stabilire una presenza molto tecnica e professionale. Inizialmente abbiamo cominciato a viaggiare, dopo avervi stabilito un nostro ufficio. Poi chissà? Cominciamo con persone altamente specializzate ed esperte del mercato internazionale e di cultura cinese per creare il giusto mix.

L'ufficio locale di Hong Kong è simile a quello di Miami che copre l'America Latina. Nel gennaio prossimo rafforzeremo la nostra sede di Dubai con l'introduzione di un servizio per la progettazione industriale atto a monitorare più da vicino le esigenze

tics, such as regionalisation of capacity. Regionalisation means bringing our underwriting capacity and our technical expertise closer to our clients' risks. If our clients think globally, we also need to think globally, otherwise we will lose them. In this perspective the major professional insurers have opened up independent operations in Italy with the conversion of their marketing branch and subsidiary, and last year Swiss Re, with the acquisition of Unione Italiana, also established a strong presence in Italy.

In my opinion this means that they believe in the growth of this market and they are ready to support it. If we as direct insurers and as a part of the Italian market are to comply with our role on the market itself, we will need to perform the retail operation of selling insurance. If any provider of wholesale capacity thinks he can sell better directly to the clients, he can certainly try. But I am convinced that the Italian market, also with the support of the two partners, has the strength and capability to defend itself. We said earlier that our role is to sell insurance on a global basis. The co-ordination of this regionalisation of the service and the guarantee of its quality requires big investments in human resources, technologies and also networks. Fewer players will be able to respond to these challenges and they will be those with the financial resources necessary for this expansion but also with the capability to expand their horizons beyond national borders.

This requires a cultural evolution, because I don't like the term revolution. It would appear possibly too "Chinese". We should look not only at our traditional clients but it is imperative also, in order to support the globalisation of our service and the necessary network, that we start thinking of expanding our client basis. With 23 billion dollars of premiums, Generali is the fourth largest group in Europe and this may not be enough in the future. In terms of premium income we are the fourth and perhaps this is not one of the most favourable parameters for Generali. But we are also present in more than 50 countries and with the support of the good relations that we have developed through overseas contacts over very many years, like several of the companies who are represented today here, we are proud to say that we can offer any client one of the best services in the world also in terms of network. This is certainly one of the basic reasons why important clients like Esso, Ibm, Digital, Buick, Ansaldo and Abb prefer to use our group services. It is also obvious that we can offer to a client like Olivetti a better service if we are able to insure also Ibm, Digital and Texas Instruments. In recent years we have been brought to Asia through the needs of our clients. Through our clients and with our con-

dei nostri clienti e seguire meglio i rischi che ci assumiamo in quell'area.

Parallelamente alla regionalizzazione del servizio, abbiamo iniziato a mettere insieme il gruppo. Il gruppo Generali è sempre stato - come soleva dire il Dott. Coppola, il nostro Amministratore Delegato - come una collezione di francobolli. Allo stato attuale, con la globalizzazione ed internazionalizzazione, questo non basta più. Nel campo dell'impiantistica industriale, abbiamo cominciato ad occuparci di questo settore quattro o cinque anni fa ed ora cominciamo a vederne i primi risultati; siamo infatti in grado di offrire ora ai clienti del gruppo e non solo ai clienti delle Generali la capacità dell'intero gruppo. Nel suo insieme, il gruppo Generali conta più di 280 milioni di dollari in premi da assicurazioni contro i rischi di progettazione industriale e nel futuro bisognerà pensare a consolidare questa cifra in una singola compagnia, mentre ora è suddiviso fra diverse. Sebbene le Generali, da sole, rappresentano più del 50% del totale del gruppo. Consolidare una classe di rischi come quelli da progettazione industriale, attività solitamente molto sbilanciata e con un portafoglio molto sbilanciato, comporta alcuni vantaggi e ci consente di aumentare notevolmente la nostra tradizionale attenzione. Per rafforzare ulteriormente la nostra posizione nello scenario globale stiamo creando una nuova struttura chiamata Generali Global dedicata alle società clienti cui occorre un servizio internazionale. Ieri mi trovavo a Francoforte per la presentazione al mercato tedesco ed alla stampa della prima unità dedicata delle Generali Global. Altre unità apriranno presto a Madrid, Parigi, Londra. Queste unità, insieme ai nostri uffici regionali extra-europei, a Hong Kong e Kuala Lumpur, dove abbiamo intrapreso un servizio di assicurazioni contro i rischi della progettazione industriale, a Miami e Dubai, costituiranno il cuore di questo nuovo servizio specifico dedicato, come abbiamo detto, alle grosse società clienti che hanno bisogno di un servizio internazionale. Tale servizio dovrà avere un approccio globale verso il cliente e quindi offrire coperture assicurative contro incidenti, per rischi dell'aviazione, spaziali, trasporti, per la progettazione industriale, insieme a vantaggi per le responsabilità dei datori di lavoro. La globalizzazione non è certo l'unica sfida che il settore assicurativo dovrà affrontare nei prossimi anni. Ce ne sono delle altre. Dovremo avere del tempo per cambiare il nostro approccio, cercare di essere più flessibili, guardare quelle che sono le esigenze dei nostri clienti. Dovremo quindi sviluppare nuovi prodotti, guardare al mercato assicurativo tradizionale, ora suddiviso in settori: trasporti, progettazione industriale, danni. Nel futuro, a mio avviso, ci saranno i clienti con tutte le loro esigenze. Un'altra sfida sarà certamente quella tecnologica. Internazionalizzazione dell'economia significa certamente più concorrenza, e più concorrenza ha per effetto la riduzione dei margini di profitto, e quindi l'aumento dei rischi. Come assicuratori dobbiamo rallegrarcene, perché se ci sono più rischi, possiamo vendere di più. Ma allo stesso tempo, se non siamo

tacts in that region we have been successful in establishing a very technical and professional presence in the area. Initially we started travelling after establishing a branch, and who knows what there will be after the branch? We are staffed with very highly technical trained people, experts in international business and also in the Chinese culture, creating the right mix. There is the regional office in Hong Kong which is similar to our Miami operation covering Latin America. Next January we will strengthen our Dubai branch with the introduction of engineering service capabilities to monitor more closely the needs of our client and to follow better the risks that we write in that area.

In parallel with the regionalisation of the service we have started to bring together the group. The GENERALI group has traditionally been, as our ex Managing Director Dott. Coppola used to say, a collection of stamps. In the modern era, with globalisation and internationalisation, this is not enough any more.

In the engineering field, in the engineering business, we have started bringing together the group four or five years ago and now we have started seeing the first results in that we are now able to offer to our group clients and not only to Generali clients the capability of the whole group. Overall the Generali group writes more than 280 million dollars premium in engineering and in the near future we should consider consolidating this amount in one unit, since at present it is separated into different companies, although Generali alone can count for more than 50% of the total of the group. Consolidating a class like engineering, which is typically very unbalanced and with a very unbalanced portfolio, will bring some obvious advantages and will allow us to increase our natural attention considerably.

In order to enhance further our position in this global scenario, we are creating a new structure called Generali Global, dedicated to corporate clients who need an international service. Yesterday I was in Frankfurt for the presentation to the German market and to the press of the first dedicated unit of Generali Global. Further units will soon start up in Madrid, Paris, London. These units, together with our regional offices outside Europe, in Hong Kong and Kuala Lumpur where we have started up an engineering service, Miami and Dubai, will constitute the core of this new dedicated service. This service will be dedicated to the large corporate clients, as we said before, who need an international service. It will include a global approach to the client and therefore will offer property, casualty, aviation, space, marine and engineering cover together with employer's benefits too.

in grado di affrontare questi maggiori rischi, con un approccio tecnico e professionale, possono portare il nostro settore al disastro.

Vorrei parlare un po' del settore dei rischi tecnologici dal quale provengo e nel quale ho più esperienza. Ma quando parliamo di progetti di gallerie, vediamo che negli ultimi 10 anni il valore di costruzione di questi progetti è diminuito; si tratta di uno di quei campi nei quali esiste un'inflazione negativa. Nello stesso tempo, se il costo di questi progetti diminuisce la quantità di sinistri per il mercato assicurativo aumenta. E questo perché? È molto semplice. L'assottigliamento dei margini significa che vengono effettuati meno studi e meno lavoro di preparazione, quindi i nostri clienti si trovano di fronte all'ignoto ed è chiaro che vorrebbero passare queste incertezze a qualcun altro. Un altro campo del quale desidero parlare, simile per certi aspetti a quello degli scavi in galleria, è quello delle centrali elettriche o comunque di produzione di elettricità. Il costo di potenza installata è diminuito di circa il 40% negli ultimi 10 anni, mentre tutto il resto è aumentato. C'è nuova tecnologia e nuova concorrenza. Sappiamo che l'importanza dell'elettricità per lo sviluppo delle nostre economie è fondamentale, quindi l'elettricità e la maggiore domanda di questa determinerà cambiamenti importanti nel settore dell'energia elettrica. Dobbiamo ricordare che solo in Cina, per sostenere lo sviluppo economico, sarà necessario installare 17 gigawatt/anno. Ciò significa 17 centrali da 1000 megawatt ogni anno. Solitamente questi cambiamenti portano all'industria un modo di operare più competitivo ed efficiente. Molti paesi dovranno introdurre cambiamenti significativi in aree chiave, quali la normativa, la separazione fra produzione, distribuzione e proprietà. Ciò porterà alla privatizzazione di tutti i monopoli. Anche con il coinvolgimento di un gruppo internazionale con maggiore apertura verso il capitale privato. Modifiche alla normativa porteranno alla riduzione del prezzo e a controlli tariffari, ma anche a limiti più rigorosi sulle emissioni di carbonio, creando nuove sfide per l'industria in cerca di maggiore efficienza e nuove tecnologie volte a rendere la crescita economica meno contaminante per l'ambiente. Lo sviluppo tecnologico nell'industria per la generazione di energia dovrà trovare modi per migliorare i risultati economici del settore, riducendo i costi di costruzione e quelli operativi e riducendo il consumo di carburante per unità energetica in modo da minimizzare le emissioni di carbonio. Ciò è assai positivo, ma quali implicazioni avrà sul settore assicurativo? Si sta già parlando di unità a carbone da 900 megawatt con efficienza superiore al 45%. Questo risultato si può ottenere solo utilizzando vapore a condizioni supercritiche che comportano temperature e pressioni d'esercizio estreme. Tali fattori richiedono l'uso di nuovi materiali, mai sperimentati prima. Per raggiungere lo scopo di una migliore efficienza e una minore emissione di carbonio, sono state anche sviluppate nuove tecnologie basate sull'integrazione di un ciclo combinato di tecnologia a carbone. Per essere in grado di utilizzare

Globalisation is not certainly the only challenge that the insurance industry will have to face in coming years. There are others. We will have some time to change our approach, trying to be more flexible and looking more at the new needs of our clients. Therefore we will have to develop new products. We will need to look at a traditional insurance market which is divided into branches: marine, engineering and property. In the future, in my view, there will be the clients with all their needs. Another challenge will certainly be the new technologies. The internationalisation of the economy certainly means more competition, and more competition has the effect of narrowing the profit margins and therefore there are more risks. We as insurers should be happy because if there are more risks we can sell more. But at the same time these increased risks, if we are not ready to tackle them with a technical approach and professional attitude, could bring misfortune to our industry.

I would like to talk a little about the engineering business, where I come from and where my experience is based. When we start talking of tunnelling projects, we can see that over the last 10 years the value of construction of these projects has dropped, and it is one of the fields where we have a negative inflation. At the same time if the cost of these projects is coming down, the amount of losses for the insurance market is increasing. Why is this? It is very simple. Narrowing of the margins means less studies and less preparation work are being carried out, therefore our clients are facing the unknown and it is clear that they would like to pass these uncertainties on to somebody else. Another field which we will have to face and which is similar in certain respects to tunnelling is power plants or the production of electricity.

The cost of installed power has dropped from almost 40% in the last 10 years, while everything else in the world has increased. There is new technology and new competition. We know that the importance of electricity in the development of our economies is fundamental, therefore electricity and the increased demand for it will cause extremely important changes in the electric power industry. We should remember that in China alone, in order to sustain the economic development of China, it will be necessary to install 17 gigawatts/annum. This means 17 power plants of 1000 megawatts each year. Generally these changes will bring to the industry a more competitive and more efficient way of operating. Many countries will have to introduce significant changes in key areas such as regulation, separation between production and distribution and

questa tecnologia congiunta, è stato necessario mettere a punto un processo di trasformazione del carbone in gas verde per turbine a gas. Quali effetti comporta tutto ciò per il mercato assicurativo? Come assicuratori siamo abituati a lavorare sulla base delle esperienze passate. Quando i cambiamenti nel settore industriale dei nostri clienti, cambiamenti che i nostri clienti devono fare, sono troppo rapidi, non siamo in grado di prepararci. La concorrenza fra fabbricanti è anche la forza motrice che guida la velocità di tali cambiamenti. Oggi ci viene chiesto di assicurare macchine che sono spinte ai limiti della tecnologia. Spesso queste macchine non possono essere sottoposte ad un test completo presso il fabbricante, sia a causa delle loro dimensioni, sia per le difficoltà di creare banchi di collaudo per tali macchine. Come assicuratori, non vogliamo pagare il costo dello sviluppo di una nuova macchina. Non è un compito facile: la definizione più largamente adottata dal mercato assicurativo è di 8.000 ore di lavoro per nuovo modello. Non sarà perfetto, ma credo che sia un buon punto di partenza. Se e quando le statistiche di questo nuovo modello, principalmente turbine a gas, dimostreranno che questa definizione è sbagliata, dovremo essere abbastanza flessibili da modificarla. Se estendiamo la nostra analisi alle turbine a gas in genere e prendiamo in esame le nuove versioni di modelli esistenti, possiamo vedere come le statistiche dimostrino che la progettazione, i calcoli e le specifiche anche per il modello collaudato costituiscono una parte assai rilevante delle nostre spese, con il 40% di tutti i sinistri. Potete immaginare cosa significhi cominciare a fornire una copertura assicurativa per tutti i modelli non collaudati? Vorrei ora concludere tornando alla definizione del ruolo del mercato italiano. Abbiamo detto che il mercato italiano fa ora parte del mercato internazionale e deve essere in grado di offrire ai clienti un servizio, ma globalizzazione significa ampliare i nostri orizzonti al di là dei confini nazionali dell'Italia e della Unione Europea. Significa anche che dobbiamo essere pronti a cambiare il nostro approccio verso i clienti, prendendo in considerazione tutte le loro esigenze, piuttosto che controllare quello che è possibile offrire loro in un settore piuttosto che in un altro. Ma certamente la questione chiave sarà la qualità del servizio e ora più che mai la qualità del servizio dipende dall'investimento che le compagnie di assicurazioni sono disposte a fare per la creazione di strutture e dalle conoscenze tecniche necessarie per essere in grado di fornire il servizio richiesto dai clienti ma in modo continuo e proficuo.

ownership. That will bring privatisation of all the monopolies. Also with the involvement of an international group with greater opening towards private capital. Regulatory changes will introduce the reduction of price and tariff control but will also introduce more stringent limits on carbon emissions, creating new challenges for the industry in search of greater efficiency and new technologies aimed at making economic growth more friendly for the environment. Technological development in the power generating industry will have to find ways of improving the economic results of the industry by reducing construction and operational costs and diminishing fuel consumption per energy unit in order to minimise carbon emission. This is very positive but what implications will it have on the insurance industry in the sector? Already now we are talking of coal-fired units of 900 megawatts with efficiency of more than 45%. This result can only be achieved by using steam at supercritical conditions involving extreme operational temperatures and pressures.

These factors require the use of new materials which have never been experimented before. In order to achieve the goal of improved efficiency and decreased carbon emission, some new technologies also have been developed based on the integration of the combined cycle with coal technologies. To be able to use this combination it was necessary to develop a process converting coal into a green gas that could be used in the gas turbines. What are the effects on the insurance market? We, as insurers, normally work on the basis of past experience. When the changes in the industry of our clients, changes that our clients have to make, are too fast, we are not able to prepare ourselves. The competition between manufacturers is also a driving force behind the speed of these changes. We are asked to insure machines that are pushed to the limits of technology. Often these machines can not undergo a full test on the manufacturer's premises because of the size and because of the difficulties in creating test benches for such machines. As insurers, we would not like to pay the cost of developing a new machine. It is not an easy task - the definition most widely adopted by the insurance market is 8,000 working hours of a new model.

This may not be perfect, but I think it is a good starting point. If and when the statistics of this new model, mainly of gas turbines, demonstrate that this definition is wrong, we should be flexible enough to change it. If we extend our analysis to gas turbines in general and take into account the improved models, we can see how statistics demonstrate that the design, the calculations

and the specifications for the tested model too is already a very heavy part of our expenses, with 40% of the whole losses. Can you imagine if we start providing cover for non-tested models?

I would like now to conclude by going back to the definition of the role of the Italian market. We said that the Italian market is part now of the international market, needs to be able to offer clients a service, but globalisation also means widening our horizons beyond the national borders of Italy or the European community. It means also that we have to be ready to change our approach to clients, looking at clients with all their needs, rather than checking on what is possible to give in one branch rather than in another. But certainly the key issue will be the quality of the service and now even more than before the quality of the service depends on the investment the insurance companies are prepared to make in creating the structures and the expertise that is necessary to be able to provide the service required by the clients, but in a continuous way, and this means it must be in a profitable way.

Thank you very much.

Carlo Spasiano

Rather than directing questions on the above mentioned experiences, I wonder if, in this competitive moment, the international insurers can exploit the technical issues that have been highlighted. Seeing what is happening on the international market, seeing how often our companies are forced to take on risks with scarce information, I wonder to what extent the companies operating on the international market have managed to adequately capitalize on the subjective risk elements, as we should do, if we were all more technical in substance and not merely in abstract statements.

Maurizio Colautti

It is clear that, in a market situation characterized by over-capacity, it is very difficult to apply always the desired technical criteria. I personally believe that the only power an underwriter has is that of saying "no".

I would distinguish, at this stage, between two approaches: one is the one we follow at international level when we have to compete with the whole market. I remember situations like the one regarding a power plant in China where there were thirteen brokers, who had to make presentations. Each one had to bring a quotation addressing one or more companies. In cases like this, it is certainly difficult to respect technique.

To do it, it is necessary to turn to very difficult risks, where there is less competition. The other kind of ap-

proccio, invece, è quello attinente i nostri clienti. Quelli che magari, quando il mercato è molto remunerativo per le compagnie, trascuriamo (perché ci buttiamo a fare gli affari degli altri).

In una fase di mercato caratterizzato dall'eccesso di capacità, invece dobbiamo curare meglio questi clienti, offrire loro un miglior servizio. Offrendo un miglior servizio, molte volte ci svincoliamo dalla competizione, oppure la competizione non risulta così forte come nell'open market.

Ravviso un'evoluzione nella strategia, orientata a privilegiare una visione-cliente rispetto a una visione-rischio. Fino a ieri la predominanza della gestione del rischio da parte delle compagnie d'assicurazione e riassicurazione è stata dominante. Mi piacerebbe avere chiarimenti sulle ragioni del cambiamento.

La strategia non è cambiata: pensiamo che questo sia l'orientamento per il futuro, perché constatiamo che è quanto si aspetta il cliente. Il quale pretende un approccio complessivo alle sue esigenze. Possiamo fare un esempio, utilizzando il tema del Convegno R.I.B. dell'anno scorso sul "project financing".

Sul project financing, se continueremo a girarci intorno in termini di somma di una copertura trasporti, di una engineering e di una operativa, sicuramente non riusciremo a dare la risposta che finanziatori e clienti si aspettano.

Per ottenere un vantaggio economico (e quindi anche svincolarci da quanto accennava Carlo Spasiano, ovvero che l'eccessiva competizione non permette di applicare i criteri tecnici), molte volte è meglio essere flessibili. Il che significa cercare di superare le costrizioni interne della suddivisione in rami, sottorami, classi di affari, e guardare il cliente da un punto di vista complessivo.

Gli uomini delle Generali hanno l'abitudine di trarsi d'impaccio dicendo che tanto il lavoro italiano del loro gruppo è un terzo rispetto a quello che svolgono nel resto del mondo... Il tema del Convegno insiste sul ruolo che può essere svolto dal mercato assicurativo italiano sulla scena riassicurativa internazionale e, anche lo scorso anno, pur limitatamente al "project financing", al Convegno R.I.B., si era insistito sulla necessità di stendere una sorta di magna charta. Cosa si può affermare in proposito?

proach, on the other hand, is the one relevant to our clients, the one which, perhaps, when the market is very profitable for the companies, we tend to ignore (because we leap in to take care of the business of others).

Instead, in a market phase characterized by an excess of capacity, we should take better care of these clients, offering them a better service. By offering a better service, we often free ourselves of the competition, or the competition does not end up being as strong as it would be in the open market.

Ali Djendi

I detect an evolution in strategy, oriented to favoring a client-vision over a risk-vision. Until yesterday, the predominance of risk management by insurance and reinsurance companies was in the foreground. I would like to have some clarification on the reasons for this change.

Maurizio Colautti

The strategy has not changed. We think this is the future trend, because we observe that this is what the clients expect. They demand an overall approach to their needs. We can give an example using last year's RIB Convention theme of "project financing". Regarding project financing, if we continue to skirt the issue in terms of the amount for transportation, engineering or operations coverage, we will certainly fail to give the answer that financiers and clients are expecting.

In order to obtain an economic advantage (and thus free ourselves from what Carlo Spasiano mentioned, i.e., that excessive competition prevents us from applying technical criteria), it is often much better to be flexible. This means trying to overcome the internal constraints of the subdivision into branches, sub-branches, and business classes, and look at the client from an overall point of view.

Gigi Giudice

People at Generali are in the habit of getting out of a fix by saying that, in any case, their group's work in Italy is only a third of what they carry out in the rest of the world... The convention theme stresses the role that can be played by the Italian insurance market in the international reinsurance arena and, at last year's RIB convention too, even though limited to "project financing", there was a focus on the need to draw up some sort of Magna Carta. What can you say about this?

Mi permetto di ricordare ai presenti e all'ingegner Colautti (che conosco da quando era giovane sottoscrittore delle Generali, a Londra) che cosa è stato fatto negli ultimi 15 anni di collaborazione, di esperienze di lavoro comuni. Alcune volte chiamando in causa anche il gruppo RAS, l'Uniorias, l'Assitalia (all'epoca in cui il responsabile dell'engineering era l'ing. Semprebene). Importanti operazioni internazionali ha perfezionato la R.I.B. insieme al gruppo Generali, poiché è sempre stato nostro obiettivo fare affari a dimensione internazionale. Vocazione che è proseguita anche perché, di natura, le Generali sono internazionali.

Maurizio Colautti può descrivere in maniera più compiuta, proponendo qualche esempio di operazione estero su Italia. In piena aderenza con il tema del convegno.

Sicuramente le Generali hanno avuto vocazione internazionale da che sono state costituite, nel 1831, a Trieste. Nel passato facevamo forse gli affari internazionali localmente, tramite il nostro gruppo. Nel corso dell'ultimo decennio abbiamo ottenuto, finalmente, risultati abbastanza buoni. Anche se non ne sono soddisfatto al cento per cento: vorrei fare sempre di più, nel portare in Italia dei premi su contratti stranieri. Nel citare alcuni nomi di importanti clienti ho menzionato l'Ansaldo, la Esso, l'ABB, l'IBM. È chiaro che, quando riusciamo a concludere contratti sottoscritti da clienti non italiani, portiamo premi a disposizione del mercato italiano. Premi che, altrimenti, sarebbero confluiti o sul mercato di Londra o su altri mercati. Oppure sarebbero stati assorbiti sui mercati regionali.

Stiamo attraversando una fase molto difficile: il mercato di Londra sta perdendo un certo ruolo nell'all sale. La riassicurazione facoltativa, ormai, a Londra arriva per completare certi ordini, quando il rischio ormai ha già avuto le condizioni e il piazzamento, magari al 75% fatto localmente. Dobbiamo cercare di inserirci in questo trend, per cercare di creare non dico un'alternativa agli altri mercati, ma collaborare assieme agli altri mercati, avere presenze locali "forti", in grado di attrarre i grossi clienti, i grossi rischi.

Questo può essere realizzato soltanto tramite la nostra capacità, insieme ai nostri amici. Però se non si crea un network, ciò non può succedere.

Curioni sicuramente lo sa, perché ne abbiamo parlato in varie occasioni: ci è stato chiesto di quotare rischi che mai in Italia sarebbero stati offerti o richiesti di quotare. Ultimo, in ordine di tempo, la centrale nucleare di Taiwan. Per la cifra di tre miliardi di dollari. Con grande cura, e in piena coscienza, abbiamo deciso che, un rischio di 10 an-

Francesco Curioni

I take the liberty of reminding everybody present, and Mr. Colautti (whom I have known ever since he was a young underwriter for Generali in London), just what has been accomplished over the last 15 years of combined effort and experience of shared work, at times in collaboration with the RAS Group, Uniorias, or Assitalia (when the head of the engineering department was Mr. Semprebene). Together with the Generali Group, RIB has carried out important international operations, because it has always been our objective to do business at an international level. This is a vocation that has continued over the years, because, by nature, Generali is international.

Maurizio Colautti can give a more complete description, offering examples of foreign operations with risks placed in Italy, in full adherence to the theme of this convention.

Maurizio Colautti

Generali has certainly had an international vocation since 1831, when the company was constituted in Trieste. In the past, perhaps we did international business locally, through our group. In the course of the last decade we have finally obtained rather good results, although I am not one hundred percent satisfied; I would like to do even more to bring premiums on foreign contracts into Italy. In quoting some names of important clients I mentioned Ansaldo, Esso, ABB, and IBM. It is clear that when we succeed in signing contracts with non-Italian clients, we bring premiums into the Italian market, premiums that otherwise would have ended up on the London market or on some other market, or else they would have been absorbed by local markets.

We are going through a very difficult phase. The London market is losing a certain role in all sales. Nowadays, facultative reinsurance reaches London to complete certain orders, when the risk has already had the conditions and the placement, perhaps with 75% done locally. We have to try to get in on this trend, in order to attempt, I won't say to create an alternative to the other markets, but to collaborate together with other markets, to have a "strong" local presence, capable of attracting big clients, big risks. This can only be achieved through our capabilities, together with our friends. But if we do not create a network, it is not going to happen.

Curioni certainly knows it, because we have talked about it on various occasions: we have been asked to quote risks that would never have been offered or re-

quired to be quoted in Italy. The latest was the Taiwan nuclear power plant, for a total of three billion dollars. With much care, and in full awareness, we decided that a ten-year risk, with a deductible of thirty thousand dollars, did not sit well with us, and so we let it go to other markets.

Da almeno quindici anni cerchiamo di convincere i nostri amici internazionali e Mr. Choueiri può certificare questa linea. Operazioni realizzate in Algeria (il grande porto di Djendjen), nel Qatar, (per iniziativa delle Condotte) e svariate esperienze che R.I.B. realizza ogni anno nel settore engineering, confermano che certi canoni operativi si stanno affermando anche nel settore dei grandi progetti. Non solo nell'engineering.

Quando si è affrontato l'argomento del project financing insieme all'ingegner Colautti, all'ingegner Cuzzi e all'ingegner Bonelli della RAS, siamo arrivati a dare un drop up generale su certe operazioni in cui la valenza del mercato italiano assorbiva tutta la globalità della forma e non perdeva sulla polizza trasporti più che, più che garanzie di fornitura, più che costruzione.

Ripeto, come ho già affermato, che certamente il mercato italiano non è il più attrezzato al mondo come capacità, ma certamente possiede valori tecnici profondi. Il Paese è semmai short of cash, non ha molti soldi, quindi gli italiani danno fondo a molta fantasia nel realizzare certi interventi finanziari. Peraltro R.I.B. è riuscita a concludere grandi operazioni, come in Algeria, un paese che darà spazio al più libero mercato. E si prospettano grandi possibilità di intervento in Egitto, in Arabia Saudita, in Kuwait, in Abu Dhabi.

Qui R.I.B. ha seguito tutti i progetti delle centrali elettriche in costruzione ed è dunque in grado di esprimere il valore aggiunto che le varie joint venture hanno dato al mercato italiano dell'assicurazione. Ogni giorno che, tramite le nostre conoscenze, portiamo un rischio internazionale in Italia e lo giriamo alle compagnie italiane nostre clienti, si crea un interscambio fruttuoso. L'espansione sul piano del lavoro internazionale è il nostro pane quotidiano. Disponiamo, in Italia, di un bagaglio tecnico-conoscitivo sulle varie tipologie di rischio che - mi sento di affermare - non ha nulla da invidiare ai grandi esperti londinesi o di altri mercati all'avanguardia.

Teniamo da parte le Generali per un momento, dato che sappiamo della loro "internazionalità". Se l'ingegner Colautti agisse per conto di una media

Francesco Curioni

For at least fifteen years now we have been trying to convince our international friends, and Mr. Choueiri can confirm it: operations carried out in Algeria (the large port of Gengen), in Qatar (on Condotte's initiative) and the various operations performed by RIB each year in the engineering sector demonstrate that certain operating criteria are also spreading in large-scale projects, and not just in engineering.

When we addressed the subject of project financing with Mr. Colautti, Mr. Cuzzi and Mr. Bonelli of RAS, we reached the point of giving a general drop up on certain operations in which the value of the Italian market absorbed the globality of the form and did not lose on the marine policy more than supply guarantee, more than construction.

As I have already stated, I repeat that the Italian market is certainly not the best equipped in the world in terms of capacity, but it certainly possesses significant technical values. If anything, the country is short of cash and so the Italians give full rein to their creativity in executing certain financial operations.

Anyway, RIB has succeeded in concluding large operations, such as in Algeria, a country that is making room for a freer market. And there are prospects for significant business in Egypt, Saudi Arabia, Kuwait and Abu Dhabi. Here, RIB oversaw all the electrical power plants under construction, and is in a position to demonstrate the added value that the various joint ventures have given to the Italian insurance market.

Whenever we bring, through our connections, an international risk into Italy and we sign it over to Italian client companies, we are creating a fruitful interchange. The expansion onto the international level is our daily bread. We have, in Italy, a storehouse of technical expertise regarding the various types of risk that - and I mean it - leaves nothing to be desired with respect to the great London experts or other cutting-edge markets.

Giorgio Avilia

Let's set Generali aside for the moment, since we all know about their "internationality". If Mr. Colautti acted on behalf of a mid-sized Italian company, would he

compagnia italiana, sottoscriverebbe riassicurazione attiva di rischi all'estero? Perché le compagnie italiane non sviluppano la riassicurazione attiva come potrebbero?

Dipenderebbe dai momenti. Ho lavorato per sette anni sul mercato londinese e ho considerato chiusa la mia esperienza quando sono arrivato a considerare che il modello inglese di sottoscrivere la riassicurazione puramente facoltativa probabilmente non avrebbe portato grandi frutti. Ritenevo a quel tempo - e ritengo tuttora - di aver fatto la scelta giusta.

Il modello continentale che cerca di essere più vicino ai rischi, di essere più presente, offre vantaggi, sia in termini di redditività che di minori "sorprese". Ha minori fluttuazioni e possibilità di errore. Perché le compagnie italiane non sviluppano riassicurazione attiva? Probabilmente perché può far paura. Ed è molto ardua da praticare, soprattutto se uno è distante dai rischi.

L'underwriter londinese che sottoscrive cinquecento rischi all'anno, è chiaro che non li può controllare. Nè amministrare bene gli aggiustamenti premio, oppure le variazioni ad una polizza incendio durante l'anno.

Diverso è l'atteggiamento del mercato della riassicurazione continentale che si è affermato approfittando di un calo del mercato di Londra causato dalle perdite dell'inizio degli anni Novanta. Mercato continentale che si è prima posto come alternativa, poi immediatamente ha spostato il proprio baricentro alla periferia per avere il controllo più immediato sui rischi.

Tuttavia ci sono compagnie italiane, non tutte, che possiedono il network sufficiente per avere analogo controllo dei rischi.

Dunque il ruolo del mercato riassicurativo italiano sulla scena internazionale ha un senso solo se si atrezza con la rete necessaria a sviluppare poi un mercato regionale, quindi riservato a poche grandi compagnie. Ammesso che vogliono muoversi su questo piano.

Se non si concretizza la partecipazione di un medio mercato assicurativo italiano alla sottoscrizione di riassicurazione attiva all'estero, il mercato italiano è destinato per larga parte a rimanere regionale.....

Probabilmente sì, a meno che non ci sia l'entrata in Italia di grossi gruppi che permettano di sviluppare il network e quindi di attrarre gli affari. Se qualcuno

underwrite active reinsurance abroad? Why don't the Italian companies develop active reinsurance as they could?

Maurizio Colautti

It would depend on the moment. I worked for seven years in the London market and I considered my experience concluded when I began to believe that the English model of underwriting purely facultative reinsurance would probably not have borne much fruit. I believed then - and I still believe now - that I made the right choice.

The continental model, which attempts to be closer to the risks, to have a greater presence, has certain advantages, both in terms of profitability and in terms of reducing the possibility of "surprises". It has fewer fluctuations and possibilities for error.

Why don't the Italian companies develop active reinsurance? Probably because it may be frightening, and it is very difficult to exercise, especially when one is far from the risks.

The London agent who underwrites five hundred risks per year clearly can neither keep tabs on nor do a good job of administrating the premium adjustments, or the variations in a fire insurance policy during the year. A different approach is taken by the continental reinsurance market, which found a window of opportunity in the weakening of the London market caused by the losses at the onset of the '90s. The continental market first positioned itself as an alternative and then immediately moved its center of mass to the outskirts to allow more immediate risk control. There are Italian companies, not all of them, that have a sufficient network to achieve similar risk control.

Giorgio Avilia

So, the role of the Italian reinsurance market in the international arena makes sense only if operators develop the necessary network for later developing a regional market, and is thus reserved for a few big companies, granted that they want to maneuver in this way. If the participation of an Italian mid-level insurance market in underwriting active reinsurance abroad is not made concrete, the Italian market is destined in large part to remain regional...

Maurizio Colautti

That is probably true, unless large groups come into Italy to develop the network and thus attract business. If it is clear that there is a good leader, it is likely that

sa che c'è un buon leader, il following probabilmente lo si può anche fare.

In questo momento Londra, soprattutto in settori di nicchia, è colpito da due fenomeni: la "regionalizzazione", che porta via gli affari, e la "forza della sterlina", che sta rendendo non attraente per certi broker piazzare sul mercato affari che non portino almeno 7000 sterline come minimo di commissione. Londra deve ritrovare l'efficienza. Per fare ciò sta sviluppando settori di nicchia, nel campo delle coperture non tradizionali. Dove ci sono due, tre leaders e poi tutti gli altri che fanno da followers.

Cox Power: è un sindacato dei Lloyd's che si occupa delle power plants. Nasce da esperienze nel campo delle coperture nucleari e sta investendo molto in termini di persone, di consulenti, di esperti. Strutturato come una compagnia, Cox Power, pur disponendo di capitali dei Lloyd's, ha gli uffici all'esterno.

Nel momento in cui il mercato giapponese si è aperto, Cox Power ha assunto - per conto dei Lloyd's - il ruolo di leader su tutto il Giappone.

Si tratta di un fenomeno relativamente nuovo. Alle Generali non li consideriamo ancora leader: su certi affari presentati alle quotazioni abbiamo espresso orientamenti differenti. Se volessimo ribaltare la situazione di quello che sta succedendo su Londra in una certa ottica in Italia, forse sarebbe possibile, creando le premesse, attrarre e sviluppare delle ritenzioni, almeno su certe classi di affari.

Sulle classi tradizionali è difficile, perché che le capacità che ci sono adesso a livello regionale paiono più che sufficienti.

Per completare quanto affermato dall'ingegner Colautti, constato che, oggi e per il futuro, i premi ceduti in riassicurazione non aumenteranno più in maniera drastica.

Ci saranno certamente ancora incrementi dovuti, per esempio, alle possibilità che offrono mercati come l'Europa dell'Est e gli altri cosiddetti "emerging markets".

Però sui mercati europei non ci si aspetta forti sviluppi dei premi. Può anche darsi, addirittura, che - in futuro - scendano leggermente di volume.

D'altra parte gli strumenti utilizzati nel trasferimento dei rischi diventano sempre più sofisticati. Ho menzionato, nel mio primo intervento, anche l'utilizzazione, cui si ricorrerà sempre di più, di sistemi alternativi, quali la riassicurazione finanziaria.

Tecnicamente vengono chiamati ART, acronimo di alternative risk transfert, mentre si stanno studiando sistemi completamente innovativi, che si staccano sempre di più da quelli che sono i trattati classici, ancora impostati per ramo. Si vorrebbe arrivare a confezionare prodotti che arrivino a dare protezione persino ai risultati di bilancio di una società.

Ovvio che ci addentriamo nel massimo della sofisticazione. Il che esige il massimo impegno anche dal punto di vista delle risorse umane e, da parte del

there will also be a follower. Currently London, especially in niche sectors, is affected by two phenomena: "regionalization", which takes away business, and the "strength of the pound", which is making it unattractive for certain brokers to place business on the market if the commission is not at least 7,000 British pounds. London has to recover its efficiency. In order to do so, it is developing niche sectors in the field of non-traditional coverage, where there are two or three leaders and all the rest are followers.

Cox Power, one of Lloyd's syndicates that deals with power plants, originated in the field of nuclear plant coverage and is now making large investments in terms of people, consultants and experts. Structured as a company, Cox Power, even though it has Lloyd's capital at its disposal, has its offices abroad. As soon as the Japanese market opened up, Cox Power took the leadership role over all of Japan on behalf of Lloyd's. This is a relatively new phenomenon. At Generali we do not yet consider them as the leader; regarding certain deals presented at the quotations we expressed a different orientation. If we wanted to translate what is happening in London into a certain approach in Italy, perhaps it would be possible, after creating the premises, to attract and develop retention, at least for certain types of business. Regarding traditional types it is difficult because the capacities existing now at the regional level appear to be more than sufficient.

Kurt Staub

To round out what Mr. Colautti has said, I note that, both now and in the future, there will be no drastic increase in premiums put into reinsurance. There will certainly be increases owing to, for example, the possibilities offered by markets such as eastern Europe and the other so-called emerging markets. But no great premium increases are expected in the European markets. It may even be that, in the future, their volumes will shrink somewhat.

On the other hand, the tools used in risk transfer are becoming more and more sophisticated. In my earlier speech I mentioned the use, to which recourse is made more and more often, of alternative risk transfer systems, such as financial reinsurance. Technically they are called ART (Alternative Risk Transfers), completely innovative approaches, which are becoming more and more distinct from classic treaties, still set up by line. There is a desire to tailor products that go so far as to insure a company's balance sheet. It is obvious that we are taking things to the limits of sophistication. This requires a maximum commitment of human resources as well as a high level of specialization on the part of the

riassicuratore che vuole essere competitivo, un'elevata specializzazione.

La Swiss Re si evolve in linea con i nuovi bisogni e le nuove tecniche e si fraziona in vari settori che seguono una specialità, che si occupano di una forma di un'altra riassicurazione.

Con l'affermarsi di queste modularità, mi risulta francamente difficile pensare che si torni indietro, ai tempi in cui la riassicurazione era ripartita su un gran numero di players.

Resiste ancora il vecchio modo di operare perché sussiste la disponibilità di certi mercati ad assumere dei rischi. Ma non ha futuro.

Rappresento quel mercato londinese "in arretramento", come ha affermato l'ingegner Colautti. Sono certo che sarà Franco Curioni, con la sua organizzazione, con la sua tenacia, a portare il business in Italia.

Gianfranco De Giusti

General Co-Director of Swiss Re Italia

Lo dico con una punta di amarezza - come rappresentante dell'Unione Italiana di Riassicurazione - che era, fino a non molto tempo addietro, uno degli organismi che in Italia accettavano, in riassicurazione attiva, affari non italiani.

Soltanto le Generali, in questo momento, accettano riassicurazione attiva. E lo fanno dalla loro direzione di Trieste, che svolge un ruolo centrale, riassicurativo, internazionale; non solo per gli affari facoltativi, ma per i contratti sia di gruppo, sia non di gruppo.

A parte il fenomeno Generali, non riesco a identificare altre aree dove il mercato italiano può svolgere un ruolo sul mercato riassicurativo internazionale in accettazione.

Devo dire anche che, tra i brokers riassicurativi italiani, la R.I.B. è una notevole eccezione: gli altri, ormai chi più chi meno, sono controllati da società multinazionali, le quali operano sul mercato globale e quindi regionalizzano le loro operazioni e le identificano come produzione e anche collocamento sul mercato italiano.

Nel nostro mercato nazionale non è che manchino i riassicuratori per il lavoro italiano. Anzi, in questo momento la presenza riassicurativa, non ultima quella di Uniorias, è importantissima. Ed è una presenza - dopo l'acquisizione di Uniorias da parte del Gruppo Swiss Re - imponente come capacità assuntiva, tecnica e come specializzazione.

I riassicuratori è giusto che facciano i riassicuratori, gli assicuratori è giusto che facciano gli assicuratori. Dico anche che ci sono assicuratori, come le Generali, che possiedono vocazione riassicurativa di



reinsurance agent who wishes to remain competitive. Swiss Re is evolving along the lines of the new needs and new techniques and has split tasks into various specialized sectors, dealing with one form or another of reinsurance. With the establishment of this modular approach, I find it difficult, quite frankly, to imagine that we would go back to the times when reinsurance was divided up among a large number of players. The old way of operating still hangs on because there are certain markets that are willing to assume risks. But it does not have a future.

Richard Cross

I represent that London market "in retreat", as Mr. Colautti said. I am certain that it will be Franco Curioni, with his organization and his tenacity, to bring business to Italy.

I say it with a touch of bitterness, as a representative of the Unione Italiana di Riassicurazione, that this organization was, until not long ago, one of the bodies in Italy that accepted non-Italian business in active reinsurance. Only Generali, now, accepts active reinsurance. And they do it from their headquarters in Trieste, which play a central, international reinsurance role, not only for facultative business, but also for group and non-group contracts.

Apart from Generali, I am unable to identify other areas where the Italian market can play a role in the international reinsurance market in acceptance. I must also say that, among the Italian reinsurance brokers, RIB is a notable exception: the others are controlled in varying measure by multinational corporations, which operate in the international market and thus regionalize their operations and identify them as production and placement on the Italian market.

In the Italian market, reinsurance agents for Italian business are not lacking. In fact, at the moment, reinsurance companies, not last Uniorias, are very important. And their presence, after the acquisition of Uniorias by the Swiss Re Group, is quite impressive in terms of risk assumption, and technical expertise and specialization.

It is only right that reinsurers reinsure and that insurers insure. Let me add, however, that there are insurers, like Generali, that have a great bent for reinsurance.

grande livello.

Il tema del Convegno è stimolante, interessante, ma possiamo affrontarlo dovendo tener conto della scarsa propensione manifestata in proposito, in questo momento, dalle compagnie italiane dirette.

Mi piacerebbe pensare che la situazione sia diversa. Forse non sarà così grazie all'opera di quei pochi brokers come la RIB, che possono portare affari internazionali in Italia.

Direi che, rovesciando la domanda, è più giusto chiedersi se il ruolo del mercato assicurativo italiano sulla scena riassicurativa internazionale non sia piuttosto quello di cedente. Un ruolo passivo, circa il quale bisognerebbe dire ancora che il modo con cui viene comprata, in questo momento, la riassicurazione è conveniente. E lo è a breve termine, perché il mercato è molto soft. Sappiamo perché l'offerta riassicurativa risulta pressante: è motivata dalla preoccupazione di mantenere quote di mercato.

Tuttavia, in realtà, esclude, per il modo in cui viene acquistata o proposta, la partnership. La rende più difficile, rischiando di rendere instabili i prezzi. Cosa significa? Il prezzo è stabile la partnership esiste e quindi non si esagera nel momento in cui l'offerta è forte. E non si esagera neanche quando, al contrario, la domanda è dall'altra parte. Si evince così che l'instabilità di tali prezzi è insita nel modo in cui la riassicurazione viene comprata.

Si rifletta se conviene risparmiare qualche soldo oggi e non creare nuove partnership. In una situazione che sicuramente è cambiata, a seguito della globalizzazione (che comporta la regionalizzazione).

In fondo dobbiamo tener presente quanto ha affermato Massimo Luvì: cominciare nella finanza a ragionare in termini di Euro. In assicurazione dobbiamo, come minimo, cominciare a ragionare in termini di Europa.

Dobbiamo stare attenti a non chiedere alle compagnie assicuratrici di fare quello che non fanno. Se lo fanno fare continuino pure, in caso contrario è meglio forse non chiederlo neppure, perché non sarebbe un mercato presente, continuo.

Non possiamo chiedere ai riassicuratori di dare quello che non possono: quando compriamo riassicurazione dobbiamo ricercare una partnership, una continuità, e quindi una stabilità relativa dei prezzi.

Voglio precisare a De Giusti che non è che R.I.B. abbia posto il tema del ruolo del mercato italiano sulla scena riassicurativa internazionale perché c'è la soluzione bella e pronta. Noi abbiamo posto il problema del ruolo svolto, se è svolgibile e che cosa può succedere. Per esperienza, con il Gruppo Generali e con l'Uniorias, in diverse circostanze, abbiamo svolto un buon lavoro.

Quando abbiamo iniziato ad operare, con la RIB abbiamo portato dai nostri mercati internazionali qualcosa come 10 miliardi di premi al Gruppo

The convention theme is stimulating and interesting, but can we address it keeping in mind the scarce inclination currently demonstrated in this regard by the Italian direct insurance companies?

I would like to think that the situation is different. Maybe it will not be so thanks to the work of those few brokers such as RIB, who can bring international business to Italy. I would say, turning the question around, it is better to ask if the role of the Italian insurance market in the international reinsurance arena is not a declining one, a passive role, about which it is necessary to say once again that the way reinsurance is currently bought is very convenient. Indeed it is in the short-term because the market is very soft. We know why the reinsurance supply is very pressing; it is motivated by worries about maintaining market share. Nevertheless, in reality, it excludes partnership, because of the way it is acquired or proposed. It makes it more difficult, threatening to destabilize prices.

What does this mean? The price is stable, the partnership exists and so there is no exaggeration when the offer is strong. And there is no exaggeration when, on the contrary, the demand is on the other side. Thus, it can be inferred that the instability in those prices is rooted in the way in which reinsurance is bought.

One can ask if it is not better to save a bit of money today and not create new partnerships in a situation that has certainly changed as a result of globalization (which leads to regionalization). In the end we have to keep in mind what Massimo Luvì said: start to think in terms of the Euro in financial business. In insurance we have to, at least, begin to think in terms of Europe. We have to be careful not to ask insurance companies to do something that they do not know how to do. If they know how to do it, then let them carry on. In the opposite case, perhaps it is better not even to ask them, because it would not be a continuous, consistent market. We cannot ask the reinsurers to give what they cannot give. When we buy reinsurance we have to look for a partnership, some continuity, and thus, some stability in regards to prices.

Francesco Curioni

I would like to point out to De Giusti that RIB did not choose the theme of the role of the Italian market in the international reinsurance arena because there is a ready-made solution. We have raised the problem of the role to be played, whether it is playable, and what could happen. Based on our experience with the Generali Group and Uniorias in different circumstances, we have done a good job.

When RIB started out, we brought to our international

Uniorias nei primi due anni di lavoro. Tant'è che il Gruppo Uniorias ci ha poi interessato su qualche sua retrocessione (è il discorso del dare/avere). Il problema va posto in una maniera diversa: esistono importanti capacità italiane (ad esempio, il gruppo RAS) motivate a fare un discorso internazionale quando sono in gioco interessi italiani. E questo è un argomento importante: quando ci sono in ballo interessi nazionali si può portare la riassicurazione in qualsiasi parte del mondo, qualora fosse accettata. Esiste una sola grande capacità al di fuori dell'Uniorias (la quale adesso purtroppo non sottoscrive più): il Gruppo Generali. Peraltro mi sembra, e vorrei chiederlo all'ingegner Semprebene, visto che stiamo trattando con il Gruppo INA Assitalia da oltre un anno, se è stato sviluppato il discorso del riassicuratore tout-court in aggiunta al mercato italiano, oppure se ha avuto uno stop.

Carlo Semprebene

Assistant Manager of INA Assitalia

Non c'è stato nessuno sviluppo, e le enunciazioni che avrei voluto fare sono superflue dopo gli interventi come quello di De Giusti che hanno sviluppato il tema esattamente secondo i miei schemi.

Attualmente, con un'unica eccezione, il mercato italiano è cedente. La propensione delle compagnie alla riassicurazione attiva è estremamente contenuta. Quando viene svolta - è il caso dell'Assitalia - lo fa attraverso un branch sulla piazza di Londra. Che, tra l'altro, sviluppa volumi tali che possono essere considerati esclusivamente accettazioni nemmeno di controllo, ma - diciamo - "un occhio sul mercato, da una piazza particolarmente significativa". Però una vocazione a sviluppare questa branca di lavoro come centro di profitti non la vedo proprio, nel contesto del mercato italiano.

Mi domando se, in questo come in altri problemi che attanagliano l'Italia come singolo paese, la soluzione non sia nella regionalizzazione del mercato a livello europeo, dove effettivamente esistono realtà che possono ulteriormente essere potenziate e nelle quali possiamo riconoscerci.

Ma oggi, ipotizzare un ruolo di riassicuratore attivo da parte del mercato italiano mi sembra abbastanza velleitario. Credo invece che il tema possa essere svolto nel suo aspetto reciproco, cioè quanto il ruolo del mercato assicurativo italiano possa essere significativo per i mercati riassicurativi mondiali. E qui torniamo all'argomento svolto precedentemente sulla cosiddetta capacità disinformata. Ovvero, se gli operatori italiani, in particolari tipologie di rischio che, da quello che sappiamo, riguardano quasi esclusivamente engineering e incendio, acquistano



markets something like 10 billion liras in premiums to the Unione Group in the first two years of work. Then, the Uniorias Group later contacted us for some retrocession (it is the give/take issue).

The problem should be addressed in a different way: there are competent Italian operators (for example, the RAS Group) that are motivated to deal with international themes when Italian interests are at stake. And this is a very important subject: when national interest is at stake, reinsurance can be taken to any part of the world, whenever it is accepted. There is only one important operator other than Uniorias, which unfortunately no longer underwrites, the Generali Group. Moreover, it seems to me, and I would like to ask Mr. Semprebene, since we have been dealing with the INA Assitalia Group for over a year, whether the question of a straightforward reinsurer in the Italian market has been developed, or if it has been dropped.

There has been no development, and the presentation I would have liked to make is superfluous after contributions such as that by Mr. De Giusti, which developed the theme just as I would have done.

Currently, with a single exception, the Italian market is ceding. The propensity of companies towards active reinsurance is very limited. When they do engage in it, as in the case of Assitalia, it is done through a London branch, which, among other things, deals in such volumes that the acceptance is not even a question of control, but - let's say - "an eye on the market, from a particularly significant marketplace". But I see absolutely no bent for developing this branch of business as source of profits within the context of the Italian market.

I wonder if, in this as in other problems gripping Italy as a single country, the solution does not lie in the regionalization of the market at the European level, where there do exist organizations that can be further strengthened and that we can identify with.

But today, imagining a role for the Italian market as active reinsurer seems to be wishful thinking. I think that the theme can be addressed in its reciprocal aspect, that is, how the role of the Italian insurance market can be significant for the international reinsurance markets. And here we get back to the subject discussed earlier about the so-called uninformed capacity. In other words, if the Italian operators in certain risk types

una capacità tecnica notevole, riconosciuta, che può essere confrontata con i principali operatori internazionali, allora l'interscambio e l'esperienza che può essere trasferita dal nostro mercato al mercato riassicurativo internazionale comincia ad avere un significato.

Se invece il discorso rimane su un piano strettamente commerciale, per cui quella esperienza deve essere sacrificata a motivazioni di carattere più strettamente commerciale, diventa un argomento in cui anche la professionalità perde un suo ruolo. È ben vero che lo sviluppo di queste capacità risulta un fatto positivo in sé e può essere rimessa in campo quando questioni o contingenze di mercato meno favorevoli la rendano più importante, però credo che niente più di un apporto culturale, in questo momento, dal nostro mercato non possa venire. E, sinceramente, me ne dispiace.

Resta da considerare, vista la scarsa propensione delle compagnie, il ruolo dei riassicuratori professionisti, dei broker riassicurativi più che degli assicurativi, nel caso italiano. Qui bisogna dare atto alla RIB di aver tracciato un percorso che tutti stiamo percorrendo, per implementare le capacità e le potenzialità accennate.

which, as we know, are almost exclusively limited to engineering and fire business lines, acquire notable and recognized technical capabilities, which can be compared to that of the major international operators, then the interchange and the experience that can be transferred from the Italian market to the international reinsurance market will begin to have some significance. If, on the other hand, we adhere strictly to the commercial side, and for this reason that experience has to be sacrificed to more purely commercial purposes, even professionalism loses its role. It is quite true that the development of these skills is positive as such and that these skills can play a role when less favorable market issues or situations make them more important. But I think that at this point nothing more than a cultural contribution can be expected from our market, and quite frankly, this is very discouraging.

The role of the reinsurance professionals - the reinsurance brokers more than the insurance brokers - in the Italian market remains to be considered, given the lack of inclination on the part of the companies. Here we have to give credit to RIB for having laid out the route that we are all following in order to implement those skills and the potential we have just mentioned.

Carlo Spasiano

I would not like us to leave this convention with an overly pessimistic outlook. I said, mainly in reference to my company, RAS, that clearly - precisely because we are in framework of an international group, the Allianz Group - our task is mainly that of taking care of Italian clients. However, given the development of an economy that is increasingly outward projected, towards other countries, where we have productive facilities which are being developed more and more in the rest of the world, there is plenty of room for the very same Italian clients abroad. I will not name anybody. There is no point in naming RAS clients or clients of other companies sitting in this auditorium. I am certain that there are many organizations, which are masterminded from Italy. International policy is conducted from Italy, and received by secondary branches abroad, with this paradox: the insurance issues of the branches are worked out locally, with no coordination from Italy. I do not believe that an Italian company that has a client with many branches abroad can limit itself to assisting that client exclusively in Italy. Hence, it is of paramount importance that, also through the use of reinsurance tools, the Italian company provides a full service abroad as well - which means outside of the European Union too - to the branches for their Italian clients.

In my opinion, these situations will become more and

Non vorrei che si uscisse da questo convegno con una visione troppo pessimistica. Io stesso ho detto, riferendomi soprattutto alla mia compagnia, alla RAS, che evidentemente, proprio perché siamo nell'ambito di un gruppo internazionale che è quello dell'Allianz, il nostro compito è soprattutto quello di curare i clienti italiani. Però, dato lo sviluppo di un'economia che sempre più risulta proiettata verso l'esterno, verso altri paesi, dove abbiamo realtà produttive che sempre più vengono ad essere sviluppate nel resto del mondo, esiste un forte spazio che riguarda proprio gli stessi clienti italiani all'estero.

Non faccio nomi: è inutile fare nomi di clienti Ras o di clienti di altre compagnie che siedono in questa sala. Ho la certezza che esistono moltissime realtà, il cui "cervello motore" imprenditoriale è in Italia. Dal nostro Paese si conducono le politiche internazionali, recepite dalle sedi secondarie. Con questo paradosso: i problemi assicurativi delle imprese figlie vengono risolti a livello locale, senza nessun coordinamento dall'Italia. Io non penso che una compagnia italiana che abbia un cliente con tante filiali all'estero possa limitarsi ad assistere questo cliente solo per ciò che riguarda l'Italia. Quindi è assolutamente indispensabile che, anche attraverso strumenti riassicurativi, la compagnia italiana dia un'assistenza a 360 gradi anche all'estero. Anche al di fuori dell'Unione Europea, alle compagnie figlie ad uso dei propri clienti italiani.

A mio giudizio queste realtà si espanderanno sem-

pre più nel futuro e saranno di notevoli dimensioni, quindi, al di là dell'esercizio di una riassicurazione attiva, dove si accettano rischi esteri che non hanno legami con l'Italia. Lo spazio da occupare per imprese italiane che operano all'estero per far sì che ci sia un sistema assicurativo centralizzato, è ancora molto notevole: siamo ancora molto lontani dalla saturazione.

more frequently the future and will take on notable dimensions. Thus, above and beyond active reinsurance, where foreign risks are accepted that have no link with Italy, the space available to Italian business operating abroad in order to guarantee a centralized insurance system is still quite ample. We are still very far from saturation.