

AON

Sicuro di essere al sicuro?

**I nuovi rischi del mondo della
Cosmetica:**

**Brand Reputation
Intellectual Property
Talent Retention**

30/04/2022



Indice

1. Aon – Chi siamo
2. Introduzione
3. Reputational Risk
4. Intellectual Property
5. Cyber Risk
6. Talent Retention



1

Aon – Chi siamo

Intervento di Gianni Colognesi,
Office Manager Bologna

AON



Chi siamo

Aon, in oltre 120 Paesi, fornisce consulenza e soluzioni ai Clienti aiutandoli a prendere le decisioni migliori, per proteggere e accrescere il loro business.

Aon Italia ha un'organizzazione capillare sul territorio nazionale che permette di essere sempre vicino ai propri Clienti fornendo un continuo supporto e competenze specifiche.

A livello globale

Paesi

120

in cui siamo presenti

+50.000

in tutto il mondo

Ricavi

+\$ 12B

nel 2021

Premi intermediati

\$300B

ogni anno



In Italia

Uffici

+25

distribuiti capillarmente

Colleghi

+1.500

in tutta Italia

Ricavi

€280m

nel 2021

Premi intermediati

€3mld

ogni anno



Il mondo di oggi è sempre più volatile, interdipendente ed in rapido movimento; questo espone le comunità in cui viviamo a maggiori rischi e minacce frequenti per la nostra società. Qualsiasi tipo di decisione che viene presa da individui e organizzazioni può avere un profondo impatto sul loro futuro.

**Aon is in the
Business of
Better Decisions**

AON

La Mission di Aon

è quella di aiutare i propri Clienti a prendere decisioni migliori, per tutelare ed arricchire la vita delle persone.

Possiamo preparare al meglio le organizzazioni a gestire le sfide del mondo volatile in cui viviamo, diventando il **partner di riferimento** per tutte le aziende che vogliono prendere decisioni migliori e più informate - indipendentemente dal settore, dalle dimensioni o dalla geografia -.

**A new way to
Do Business**

**Non siamo legati a un
modello di business
tradizionale**



2

Introduzione

Intervento di Riccardo Aggio, Unit
Director Cyber & Intangible Assets
Solution Financial Lines & M&A



**Non tutto ciò che può essere contato
conta e non tutto ciò che conta può
essere contato.**

Albert Einstein

AON

Per gentile concessione dell'autore: Erica Nagel



Overview storica



RIVOLUZIONE INDUSTRIALE (1750 - 1880)

Gli intangibles vengono incorporati in beni tangibili

PRODUCT REVOLUTION (1880 - 1945)

Gli intangibles vengono utilizzati per lo sviluppo ed il perfezionamento dei processi produttivi (Taylor e Ford)

ECONOMIA DELLA CONOSCENZA (1945 - oggi)

Gli intangibles vengono utilizzati per produrre intangibles dal valore superiore

Questo assunto si basa su 3 pilastri:

- Gli intangibles possono essere comprati, venduti o prodotti
- Gli Intangibles diventano strategici per l'azienda
- Per continuare ad essere competitivi, la gestione degli intangibles deve poggiare su sempre nuove tecniche di gestione

Overview storica

Negli anni '90 gli Intangibles si trasformano:



La presenza di Intangibles consente di dominare il mercato



La presenza di Intangibles è una condizione imprescindibile per la sussistenza aziendale nel tempo

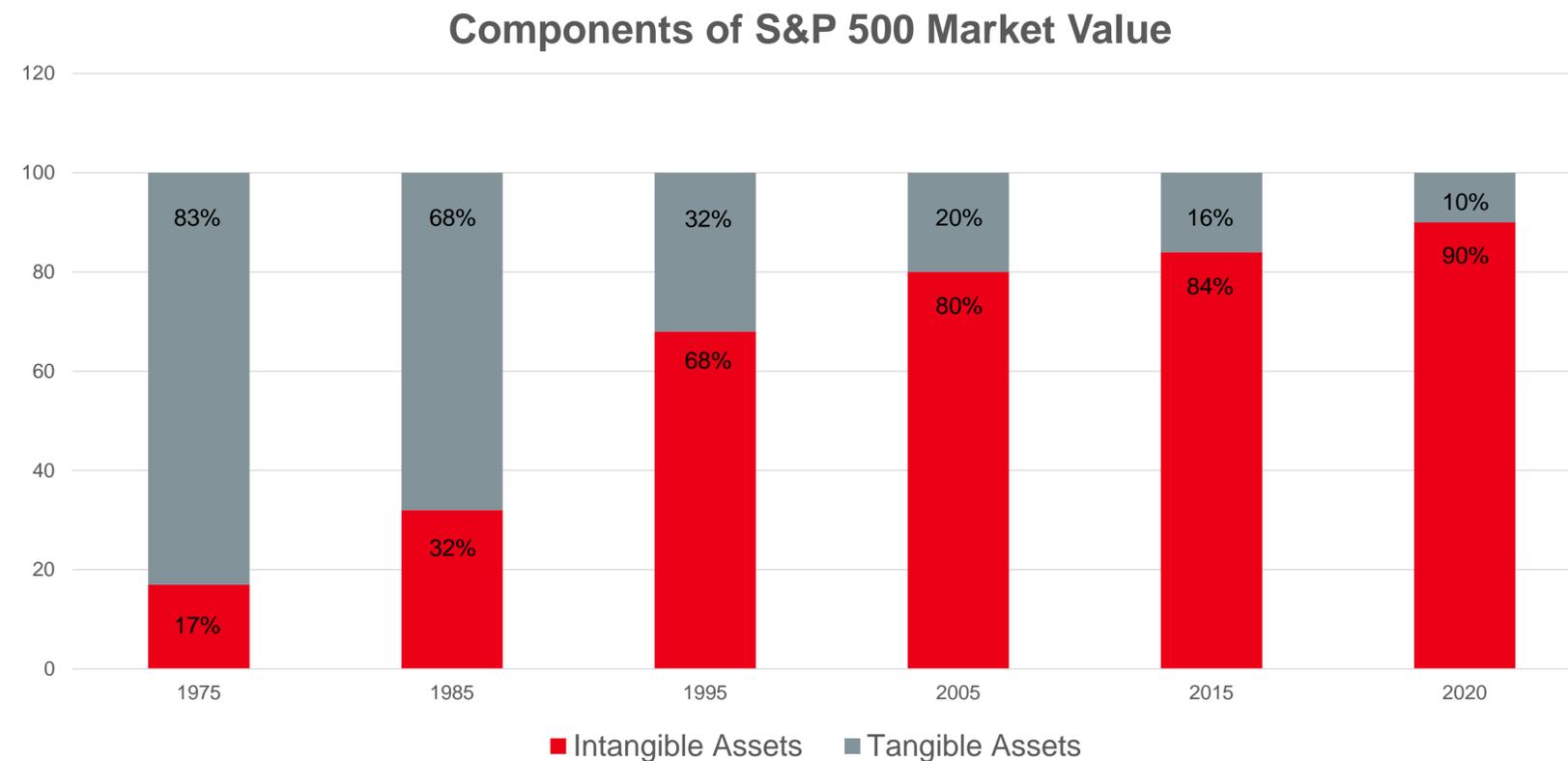
Questa trasformazione è dovuta a:

- Cambiamenti volatili del **mercato** (tecnologia, abitudini dei consumatori, ecc)
- Maggiore comprensione da parte del **mondo finanziario** degli elementi costitutivi del **valore aziendale**

Knowledge Economy

Da un'analisi effettuata da Ocean Tomo*, negli ultimi 50 anni gli Intangibles hanno acquisito sempre maggior **valore economico e strategico**. Se negli anni '70 gli asset intangibili rappresentavano **meno del 20%** del valore di mercato di un'azienda, dal 1995 al 2015 è **aumentata dal 68 all'84%**.

Nel 2020 è stato ripetuto lo studio per indagare sugli effetti del Covid-19. La crisi pandemica ha accelerato la crescita degli asset intangibili che ora comandano oltre il 90% del valore di mercato dell'S&P500 diventando il motore dell'economia moderna (**knowledge economy**).



*Merchant Bank specializzata in Capitale intellettuale, che da oltre 10 anni confronta il valore degli asset tangibili e intangibili delle principali aziende quotate allo Standard & Poor 500

Definizione di Azienda

- «L'**Azienda** è un **sistema socio-economico** che, mediante un insieme differenziato di **risorse**, svolge processi di acquisizione e di produzione di beni e servizi per il mercato.»
- Ogni Azienda è **UNICA**, in quanto è composta da un particolare insieme di risorse.
- Il sistema delle risorse aziendali è un insieme di **FATTORI TANGIBILI e INTANGIBILI**.
- Le risorse tangibili sono **BENI FISICI** o asset finanziari che costituiscono il **CAPITALE MATERIALE** dell'azienda.
- Gli asset intangibili hanno un grande significato strategico e sono fondamentali per creare **VALORE ECONOMICO**. Il bene intangibile per eccellenza è il **CAPITALE INTELLETTUALE**.



Definizione di Capitale Intellettuale

DEFINIZIONE 1

«Il Capitale Intellettuale può essere pensato come il capitale della conoscenza di una società (International Federation of Account, 1998). Esso comprende le attività relative alla conoscenza e alla competenza dei dipendenti, la fiducia dei clienti per l'azienda e i suoi prodotti, marchi e franchising, i sistemi informativi, le procedure amministrative, i brevetti, i marchi di fabbrica e l'efficienza dei processi di business aziendali (*Danish Trade and Industry Development Council, 1997*)»

DEFINIZIONE 2

«Il Capitale Intellettuale è da intendersi come il valore economico di due categorie di attività immateriali dell'impresa. Il Capitale Organizzativo (o Strutturale) e il Capitale Umano». *Organizzazione per la Cooperazione Economica e lo Sviluppo - OCSE, 1999*

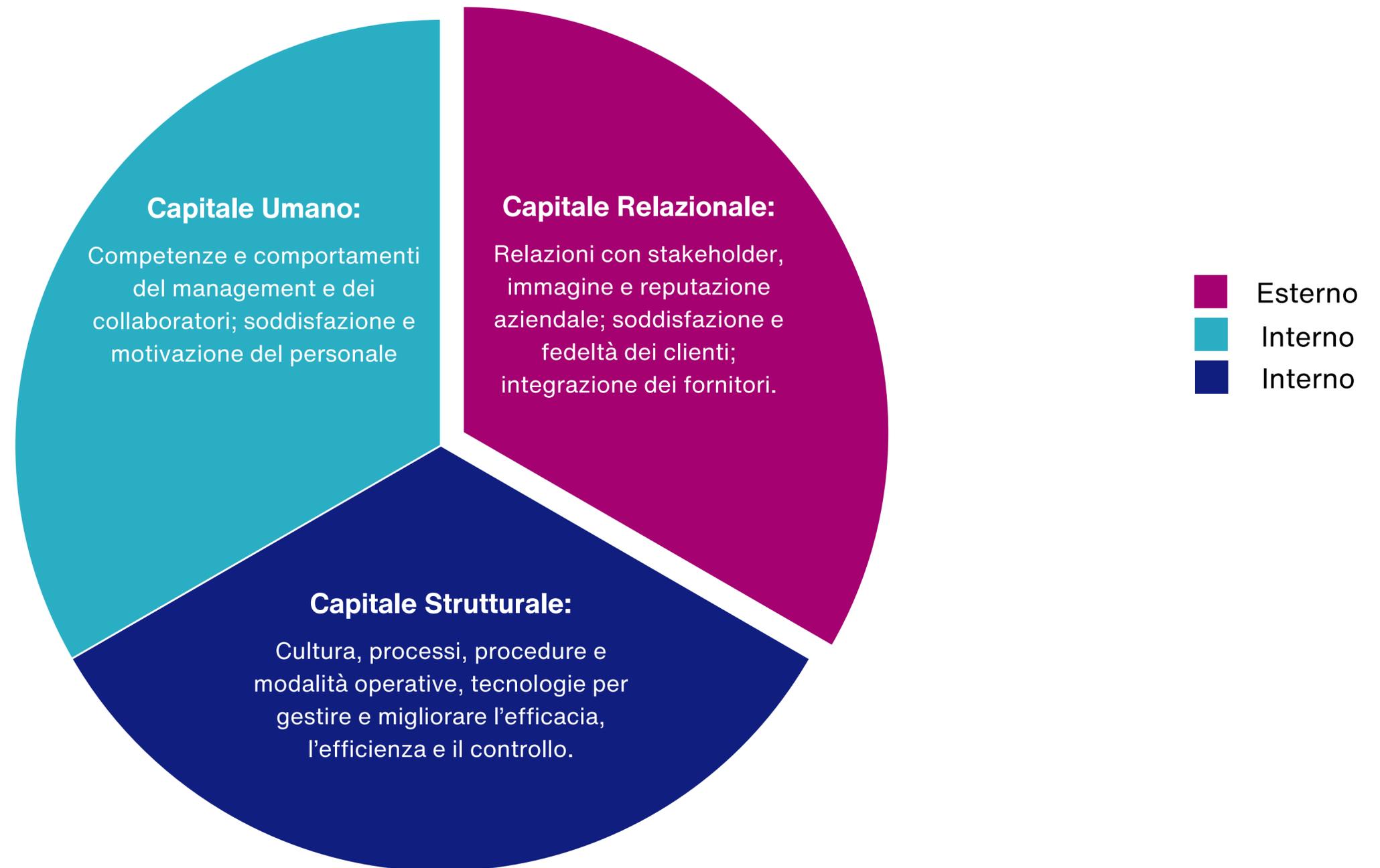


DEFINIZIONE 3

«Capitale Intellettuale: qualsiasi bene appartenente ad una società o da essa controllato, non avente forma fisica o finanziaria, ma in grado di produrre benefici economici futuri». *Volkov e Garanina, 2007*

GLI ASSET INTANGIBILI SONO LE RISORSE AZIENDALI CHE NON HANNO UN'ESISTENZA FISICA, MA CHE CONTRIBUISCONO ALLA GENERAZIONE DI VALORE DELL'AZIENDA; ESSI, INFATTI, PARTECIPANO AL RAGGIUNGIMENTO DI VANTAGGI COMPETITIVI SOSTENIBILI DALL'AZIENDA.

Struttura del Capitale Intellettuale



Background Economico

Assets Tangibili vs. Assets Intangibili per Società S&P 500, 1975 – 2018

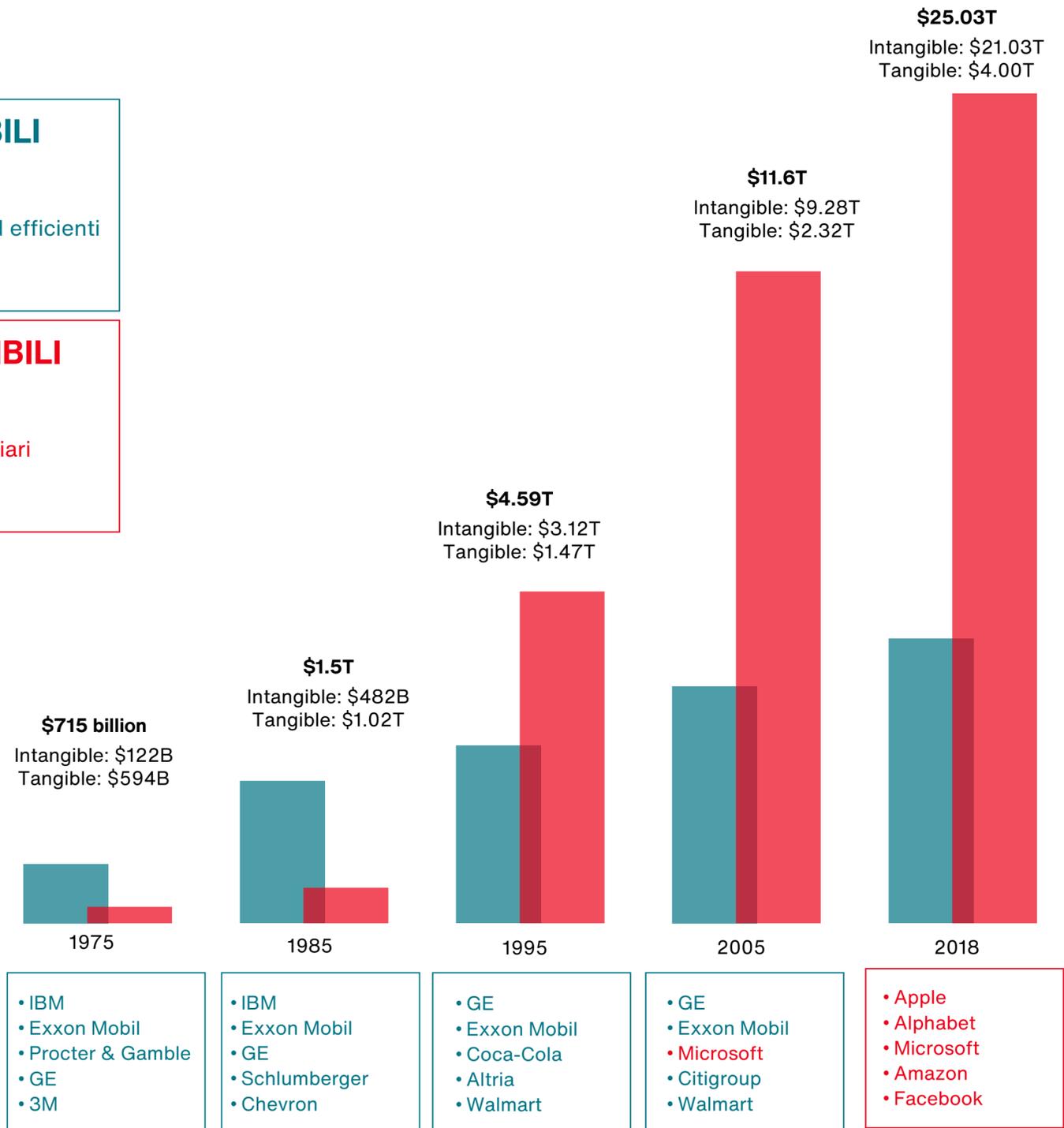
ASSET TANGIBILI

- Facili da valutare
- Mercati secondari solidi ed efficienti
- Assicurabili

ASSET INTANGIBILI

- Difficile da valutare
- Mercati secondari poco chiari
- Difficilmente assicurabili

5 Largest Global Companies by Market Cap



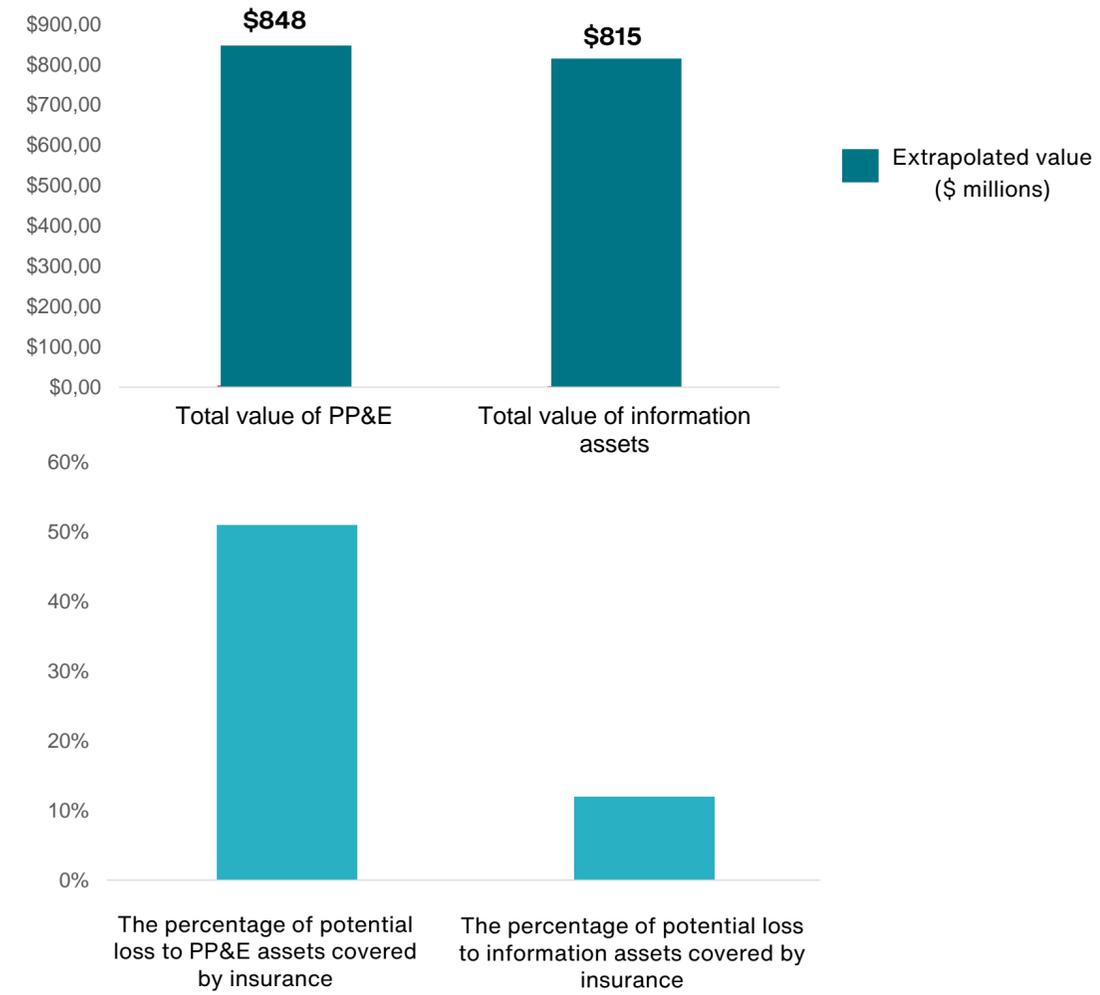
- IBM
- Exxon Mobil
- Procter & Gamble
- GE
- 3M

- IBM
- Exxon Mobil
- GE
- Schlumberger
- Chevron

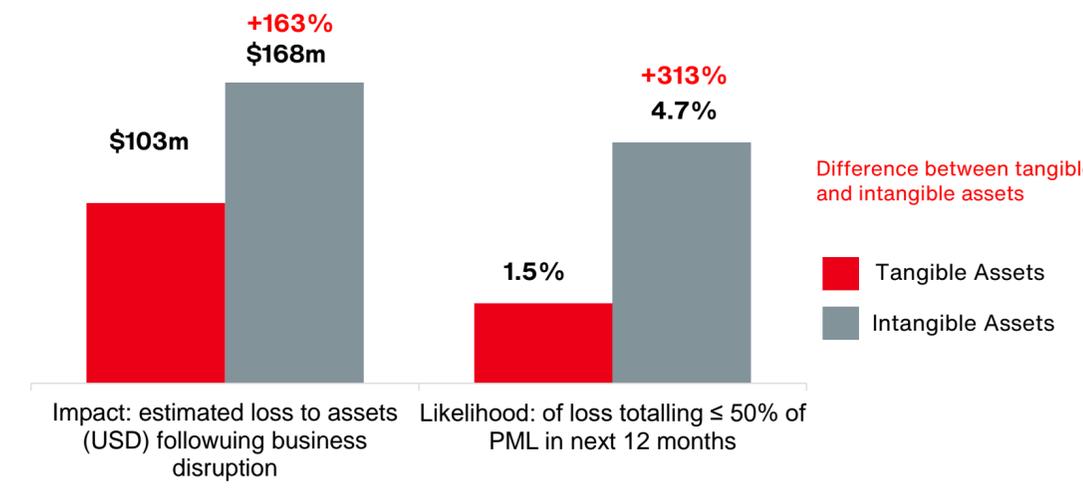
- GE
- Exxon Mobil
- Coca-Cola
- Altria
- Walmart

- GE
- Exxon Mobil
- Microsoft
- Citigroup
- Walmart

- Apple
- Alphabet
- Microsoft
- Amazon
- Facebook



Incident Impact and losslikelihood



3

Reputational Risk

AON



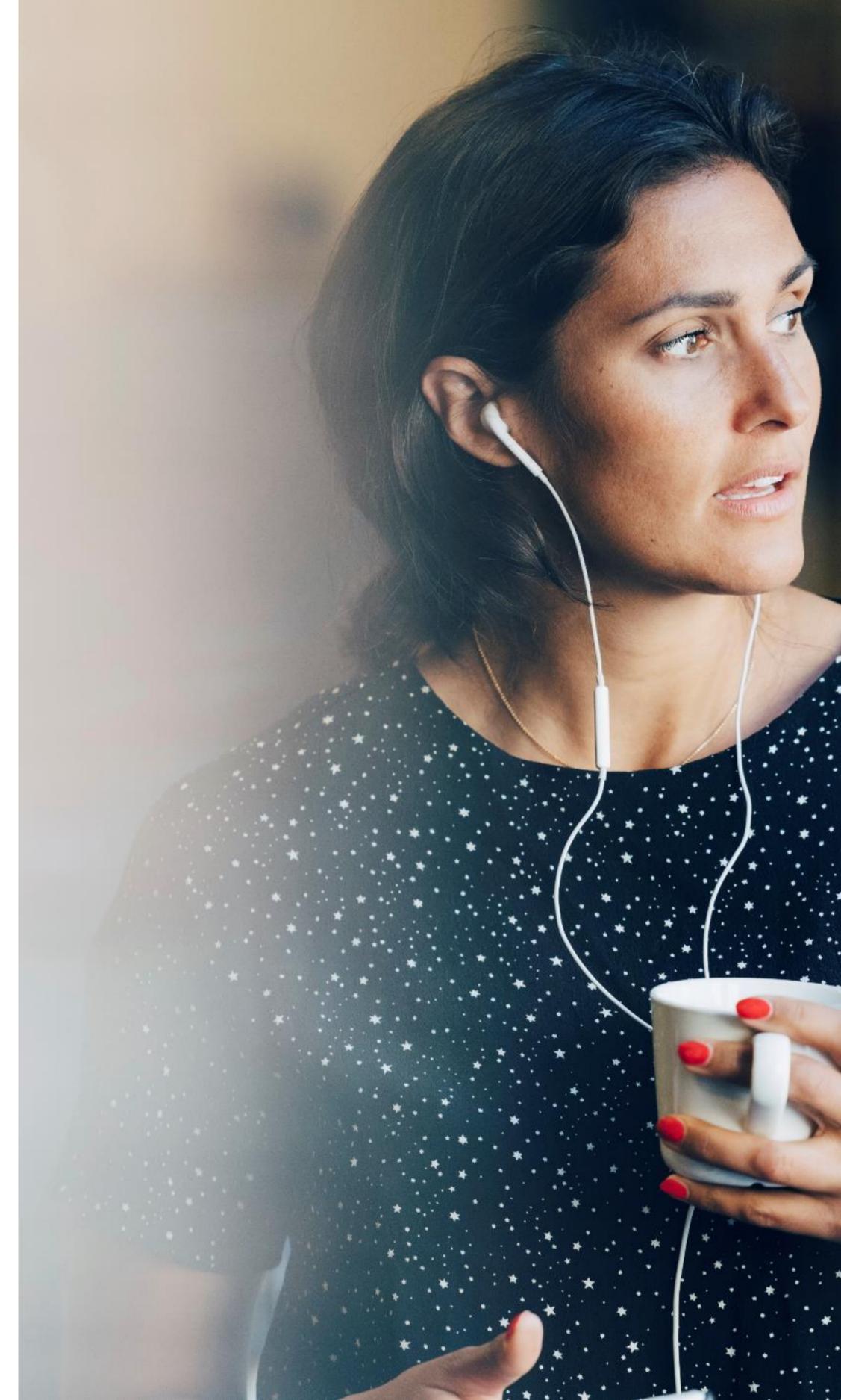
Percezione del Rischio in un Mondo dinamico

Aon Global Risk Management Survey

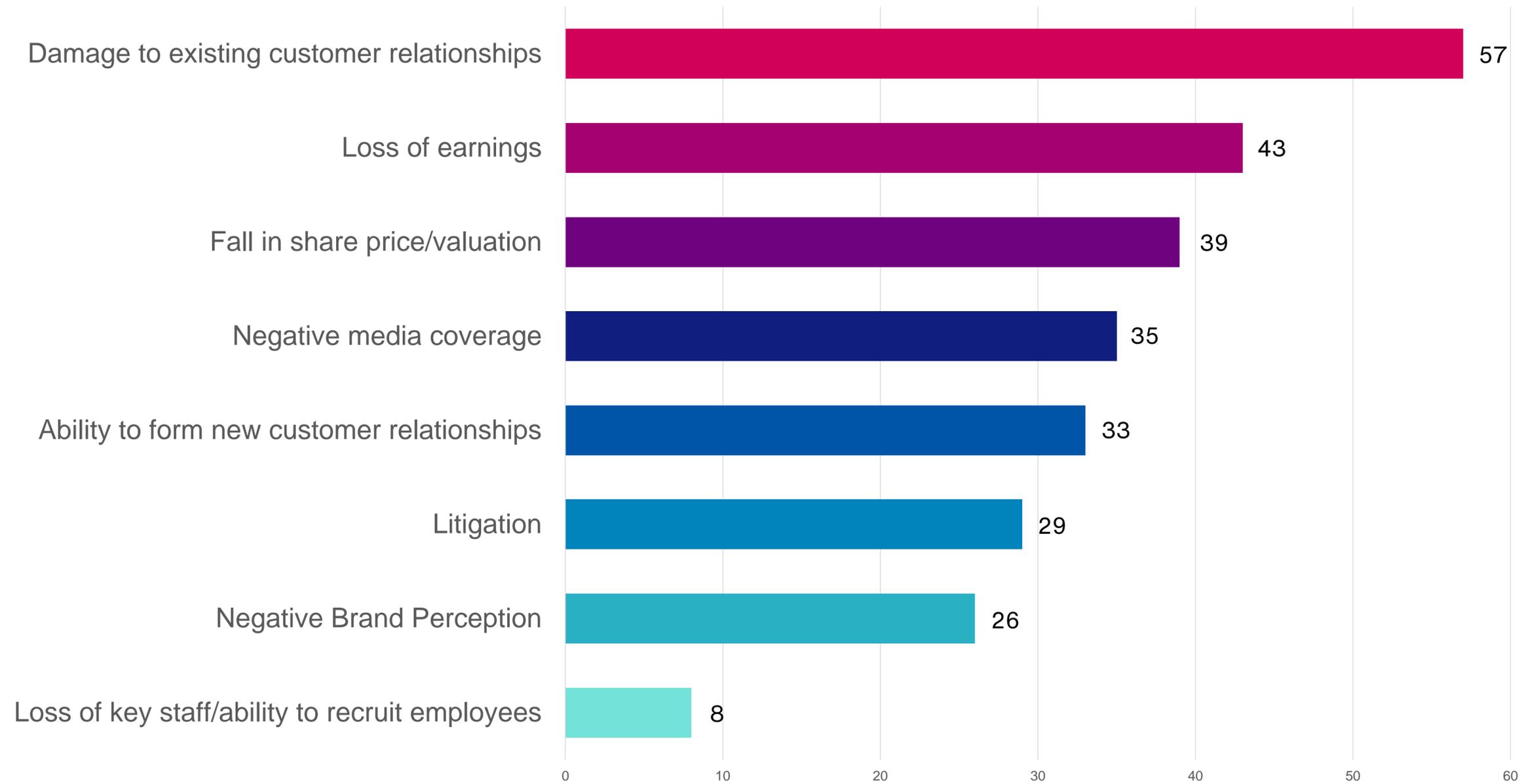
Top 10 Rischi percepiti nel settore Farmaceutica & Biomedica



- Il successo di un'azienda in un'economia globalizzata spesso coincide con il valore del brand; la **reputazione** che l'azienda si guadagna sul mercato e presso il pubblico è un asset di grandissimo valore
- **L'attenzione dei media** è costante e la velocità di propagazione delle notizie e delle informazioni attraverso TV, internet, social network e gli altri mezzi di comunicazione è ormai altissima.
- La **correttezza delle informazioni** è spesso difficilmente verificabile
- La **percezione** dei consumatori e del pubblico è sempre più influenzata dalla mole di informazioni messe a disposizione dai media
- Le aziende dovrebbero predisporre validi presidi e strumenti al fine di **tutelare il proprio** bilancio da eventi avversi che influenzino negativamente la reputazione dell'impresa



Quale dei potenziali impatti del rischio reputazionale preoccupa maggiormente il business

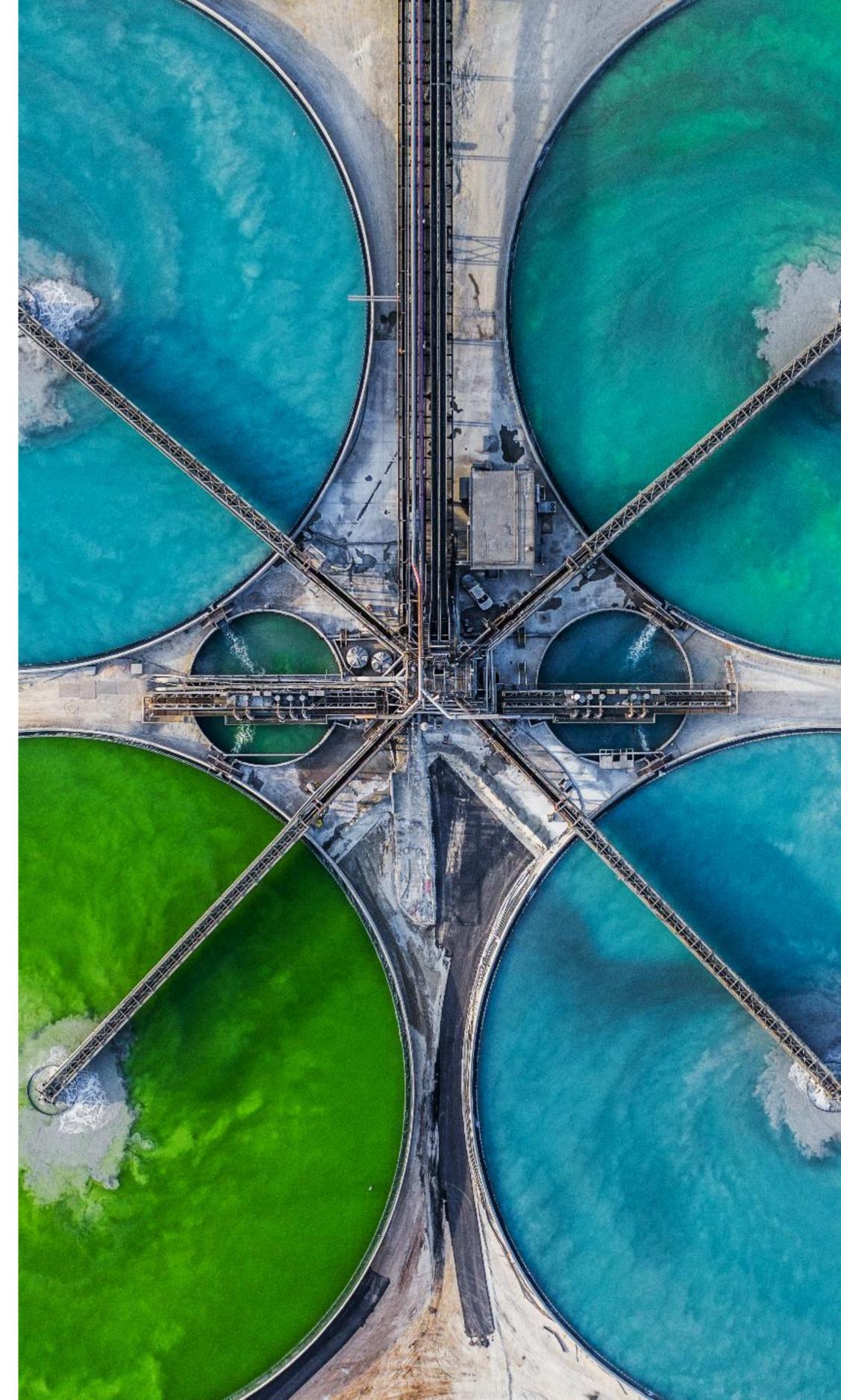


Processo



Conseguenze

- Perdita della Clientela di quote di mercato a medio e lungo termine, contrazione del fatturato
- Indagini amministrative
- Costi extra di svariata natura, sia diretti che indiretti (ritiro prodotti, campagne commerciali, consulenze, spese legali)
- Vertenze contrattuali, giudiziali ed extragiudiziali, con Clienti e Fornitori.
- Diminuzione del valore dell'impresa



Costi di gestione della crisi – le cause scatenanti/Trigger

INCENDIO



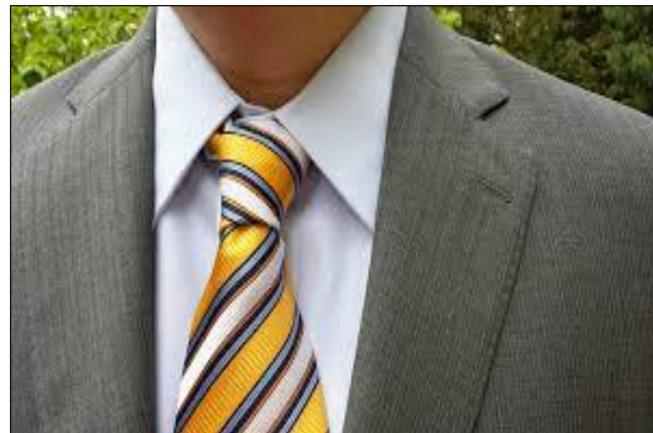
**INQUINAMENTO
ACCIDENTALE/CRISI
OPERATIVE**



**RESPONSABILITA' VERSO
TERZI, DA PRODOTTO E
RITIRO**



**RESPONSABILITÀ
AMMINISTRATORI,
MALAGESTIONE**



FAKE NEWS



**INFORTUNI DIPENDENTI,
TERZISTI, ETC...**



Reputational Risk

Le coperture assicurative

Il mercato assicurativo offre due approcci differenti per tutelare le aziende

Costi di gestione della crisi

VS

Perdita finanziaria



4

Intellectual Property

AON



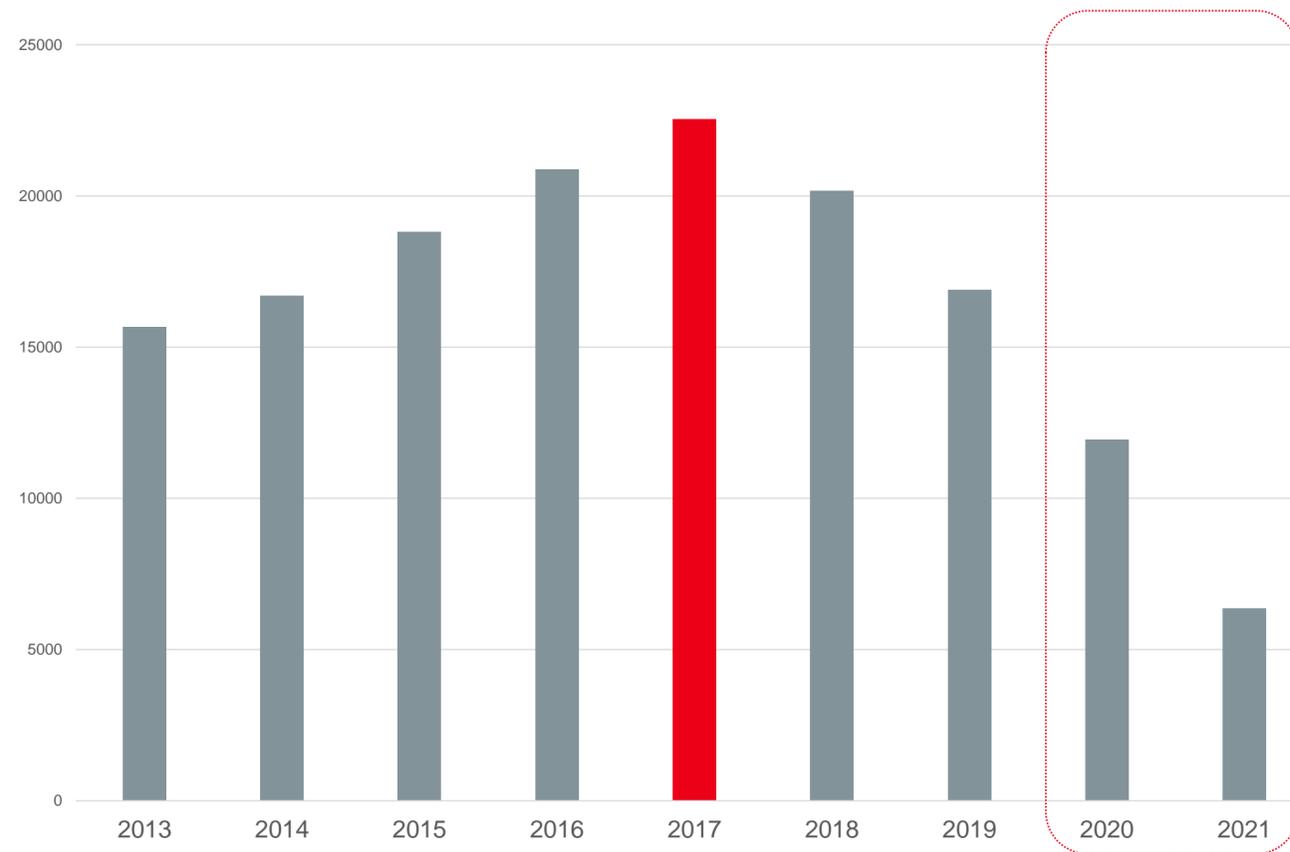
Intellectual Property Risk

- **Brevetti:** macchine, attrezzature, software, processi;
- **Copyright:** libri, brani musicali, domini web;
- **Marchi:** disegni, lettere, suoni, forma di un prodotto o della confezione di esso, simboli, segni, slogan, sia registrati, sia non registrati nei limiti del c.d. «utilizzo anteriore o preuso»
- **Segreti Commerciali:** formule, processi, tecniche, strategie, liste clienti;



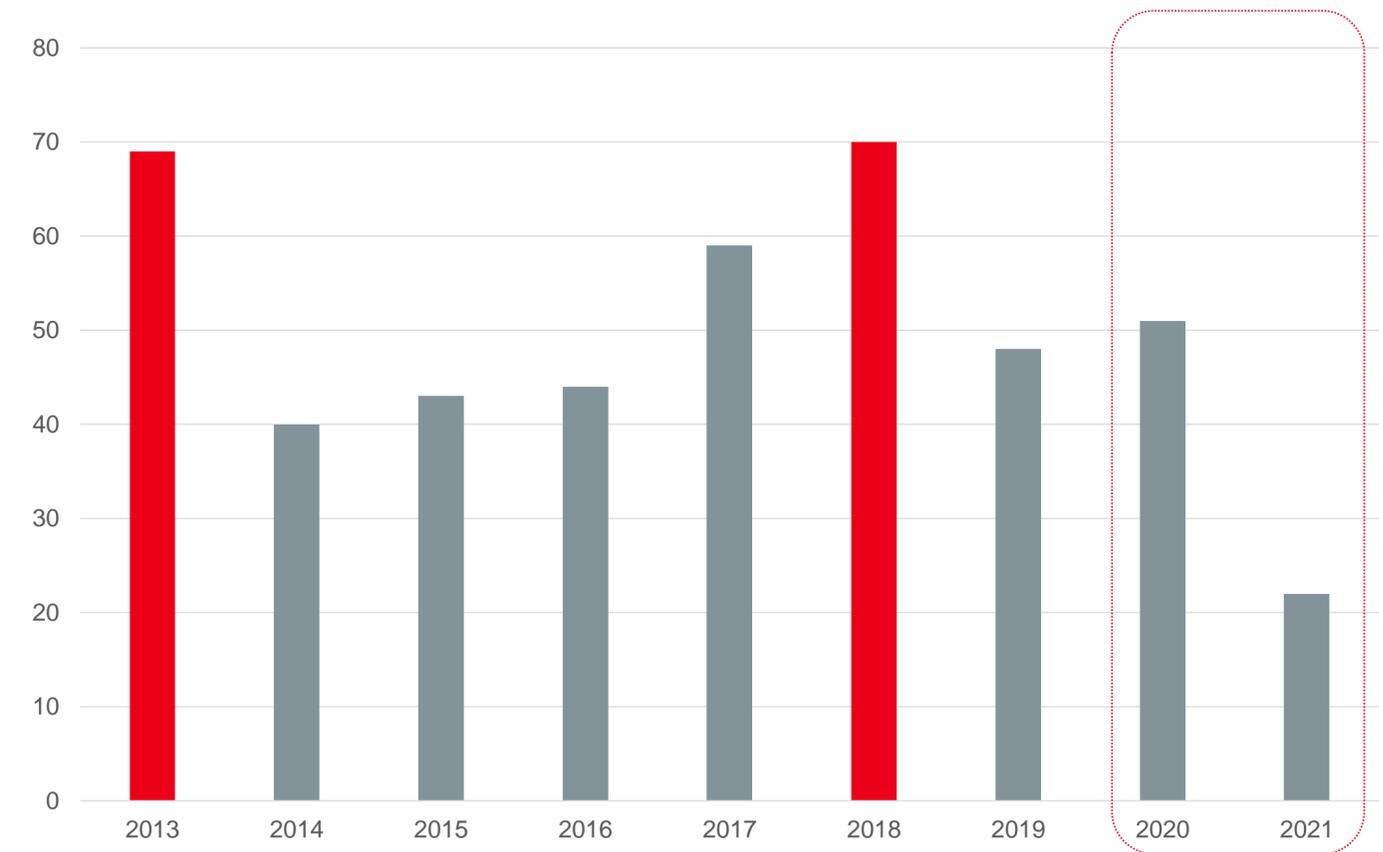
Aon IP Solutions – Industry Trends

Patents



- I depositi di brevetti nell'industria cosmetica hanno raggiunto il picco nel 2017, ma rimangono elevati. Nota bene: i dati per il 2020 e il 2021 sono ancora preliminari
- Le società dominanti in questo ambito sono L'Oréal, Unilever, Procter & Gamble, Henkel AG, Colgate e Shiseido
- La maggior parte dei brevetti viene depositata rispettivamente in Cina, Corea, Giappone, Stati Uniti ed Europa
- Ciò significa che le aziende che operano nel settore dei cosmetici devono affrontare rischi maggiori in quelle giurisdizioni e in cui i loro concorrenti sono una delle società dominanti

Litigation



- Nel settore della cosmesi, i trend dei contenziosi (litigation) relativi alla violazione e all'invalidità di brevetto sono rimasti elevati. Si ricorda ancora che i dati per il 2020 e il 2021 sono preliminari
- Le società più attive in questo ambito sono Laughlin Products (Stati Uniti), Valeant Pharmaceuticals, Kaken Pharmaceuticals (JP), L'Oréal e Procter & Gamble
- Le litigation si trovano principalmente negli Stati Uniti, in Europa (Germania, Francia e Italia), Giappone, Corea del Sud e Cina
- Un esempio recente di litigation sui brevetti in questa industry è tra L'Oréal e Carmel Laboratories e la University Of Massachusetts Medical School sui brevetti relativi al trattamento della pelle con adenosina o analogo dell'adenosina (skincare) negli Stati Uniti

Intellectual Property Risk (2)

La situazione attuale:

La possibilità di incorrere in contenziosi per violazione di diritti di proprietà intellettuale è cresciuta in maniera esponenziale negli ultimi anni.

Alcune aziende assegnano alla propria proprietà intellettuale un valore pari al 50% o più dei loro asset totali.

Litigiosità per violazione di diritti di proprietà industriale:

+ 50% USA
+60% EU

Come possiamo affrontare questo rischio?

Aon ha lavorato per offrire una varietà di soluzioni in modo che la vostra azienda sia in grado di gestire il rischio in modo proattivo. La copertura dei diritti di proprietà intellettuale è in grado di fornire il trasferimento del rischio generalmente per due tipi di situazioni:

Difensive - azioni in risposta a violazioni della proprietà intellettuale altrui da parte dell'Assicurato.

Attive: azioni in risposta a violazioni da parte di terzi di marchi, brevetti, e altri diritti di proprietà dell'Assicurato. Queste coperture vengono valutate caso per caso e vengono prestate con sottolimiti a discrezione dell'assicuratore.

Possibili soluzioni assicurative

Il Rischio



I diritti di proprietà intellettuale (IP) sono spesso rivendicati dai concorrenti che perseguono un vantaggio economico cercando di monetizzare i loro IP; molte aziende non sono protette contro tali pretese

IP Liability Insurance può proteggere le aziende da:



Minacce e/o accuse di violazione



Invalidità del brevetto, copertura della titolarità



Copertura per la mitigazione della perdita



Spese legali, transazioni e danni



Indennità contrattuali

Caratteristiche della polizza

Difesa contro la violazione e l'appropriazione indebita (Infringement)	Difesa contro la violazione e l'appropriazione indebita (Infringement)	Protezione dei diritti di proprietà intellettuale	Attacco contro la violazione e l'appropriazione indebita (Enforcement)
<ul style="list-style-type: none"> • Denunce e/o accuse di violazione della proprietà intellettuale nei confronti dell'Assicurato 	<ul style="list-style-type: none"> • Accuse di violazione della proprietà intellettuale nei confronti di una parte indennizzata (es licenziante) 	<ul style="list-style-type: none"> • Sfide ai diritti o alla proprietà della proprietà intellettuale dell'Assicurato 	<ul style="list-style-type: none"> • Spese legali per il finanziamento di contenziosi contro coloro che violano le proprietà intellettuali dell'assicurato
<ul style="list-style-type: none"> • Accuse che l'Assicurato stia violando i diritti di proprietà intellettuale di un Terzo come risultato dell'uso effettivo o prospettico o della concessione in licenza della Proprietà Intellettuale dell'Assicurato (ma escludendo qualsiasi controversia con un licenziante) 	<ul style="list-style-type: none"> • Accuse di appropriazione indebita da parte della parte indennizzata di segreti commerciali e/o di violazione di un accordo di non divulgazione e di riservatezza 	<ul style="list-style-type: none"> • Accuse che una qualsiasi proprietà intellettuale dell'assicurato, debitamente emessa e registrata, debba essere invalidata, cancellata, revocata, modificata o ritenuta non applicabile. 	<ul style="list-style-type: none"> • Garanzia sottolimitata
<ul style="list-style-type: none"> • Accuse di appropriazione indebita da parte dell'Assicurato di Segreti Commerciali e/o violazione di un accordo di riservatezza e di NDA 	<ul style="list-style-type: none"> • Accuse che l'assicurato abbia violato i termini di un contratto che controlla lo sfruttamento dei diritti di proprietà intellettuale dell'assicurato o di terzi 		<ul style="list-style-type: none"> • La copertura è soggetta al consenso dell'assicuratore, compresa la capacità di quest'ultimo di istruire i consulenti legali per stabilire la probabilità di successo prima che venga intrapresa un'azione esecutiva
<ul style="list-style-type: none"> • Eventuali ricorsi / contropetese 	<ul style="list-style-type: none"> • Eventuali ricorsi / contropetese 		

5

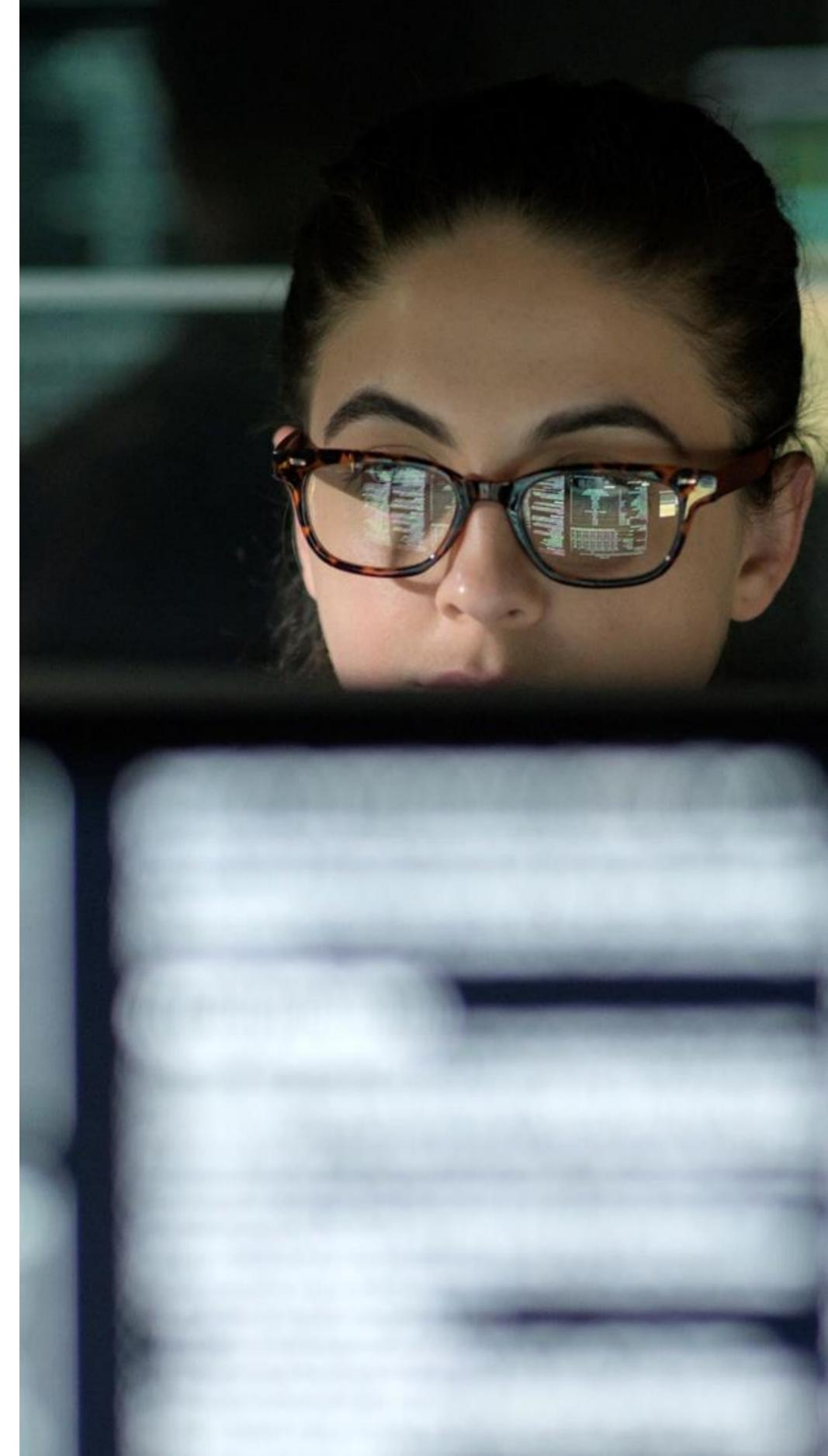
Cyber Risk

AON



Cyber Risk & Cosmetica

- Il cyber crime è una delle minacce più pericolose, immediate e complesse per le organizzazioni e l'economia globale. Ogni Azienda è **UNICA**, in quanto è composta da un particolare insieme di risorse.
- Entro il prossimo triennio, il giro di affari legato al crimine cyber raggiungerà globalmente i 6 trilioni di dollari 7 del PIL mondiale.
- **Nell'ambito delle aziende della cosmetica**, un attacco Cyber potrebbe avere conseguenze ed impatti molto importanti in termini di **sottrazione di brevetti/marchi**/proprietà intellettuali nonché un **danno di immagine/brand** che si riflettono anche sulla terza parte.
- Quasi ogni giorno assistiamo a ondate di attacchi ransomware, violazioni di informazioni sensibili e frodi informatiche che paralizzano aziende di ogni settore e dimensione, imponendo riscatti milionari, esponendo a sanzioni, rivalse da terze parti, perdite di valore azionario e di quote di mercato



6

Talent Retention

Intervento di Filippo Di Prima,
Senior Business Developer

AON



The Great Resignation

Le Grandi Dimissioni: solo rischio o anche opportunità?

Gli studi Aon evidenziano un fenomeno degno di attenzione

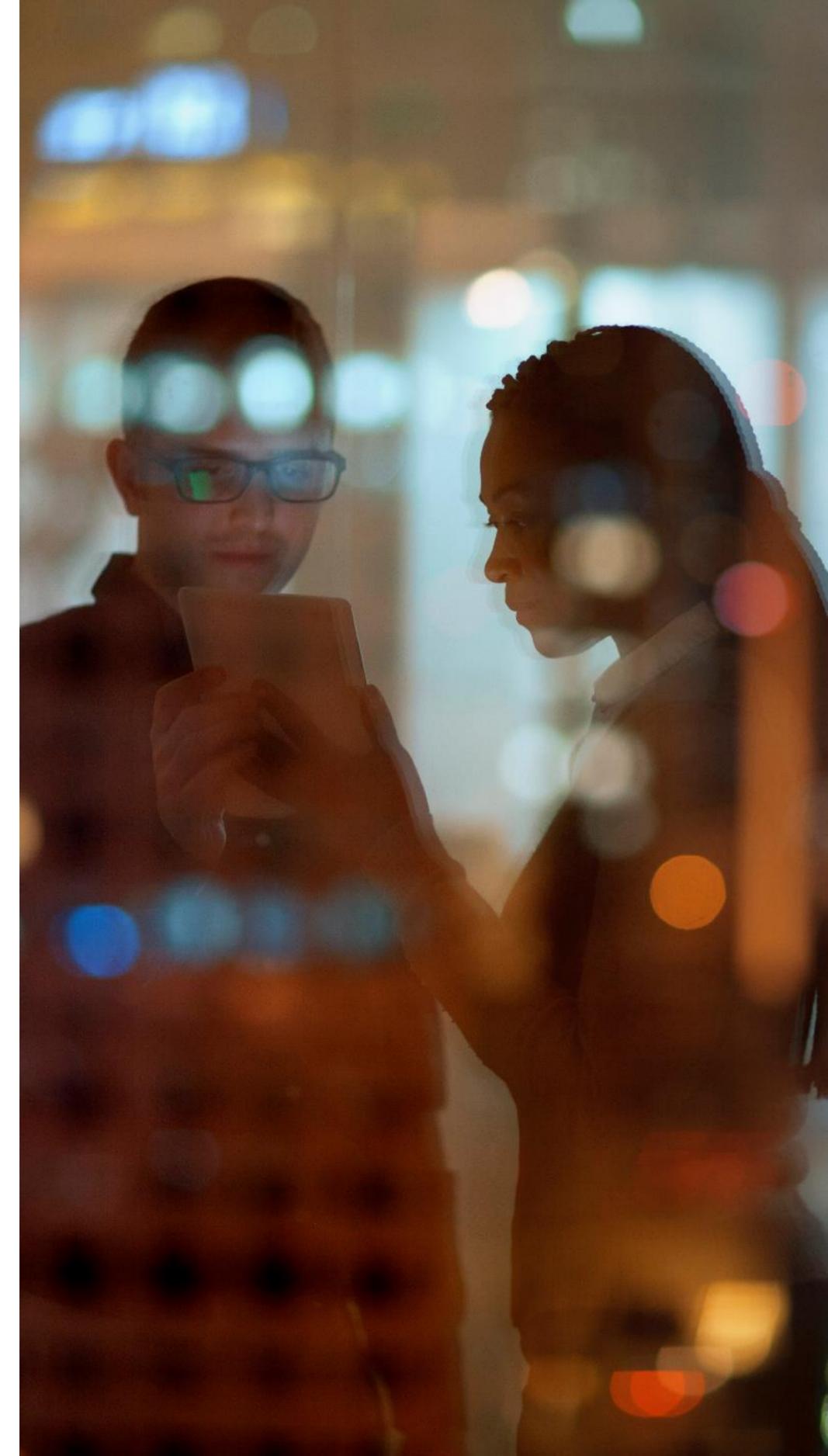
- **82%** dei Leader sono molto preoccupati per una **carenza di Talenti**
- **I Millennials** (20-40 anni) hanno molta più probabilità di abbandonare le Aziende (51%)

(Fonte: *Aon Attraction&Retention of Talent Pulse Feb 2022*)

- Il Rischio di **Aumento Concorrenza** è tra i **10 Top Risk** nel Settore Pharma e LifeScience
- I **competitor** cercano i nostri Talenti, detentori di know-how ed esperienze

(Fonte: *Aon Global Risk Management Survey 2022*)

Centralità dei Talenti



The Great Reimagination

Un'opportunità per ripensare completamente i processi legati alle Persone

Perché le Persone se ne vanno dalle Aziende? Come attrarle e ritenerle:

Recruitment

In fase di selezione, è fondamentale raccontare alle Persone perché la nostra Azienda è diversa

Onboarding

Occorre implementare processi di Onboard che consentano alla Persona di integrarsi rapidamente con il Team e di comprendere appieno quanto l'Azienda metta a disposizione della Persona e della Famiglia

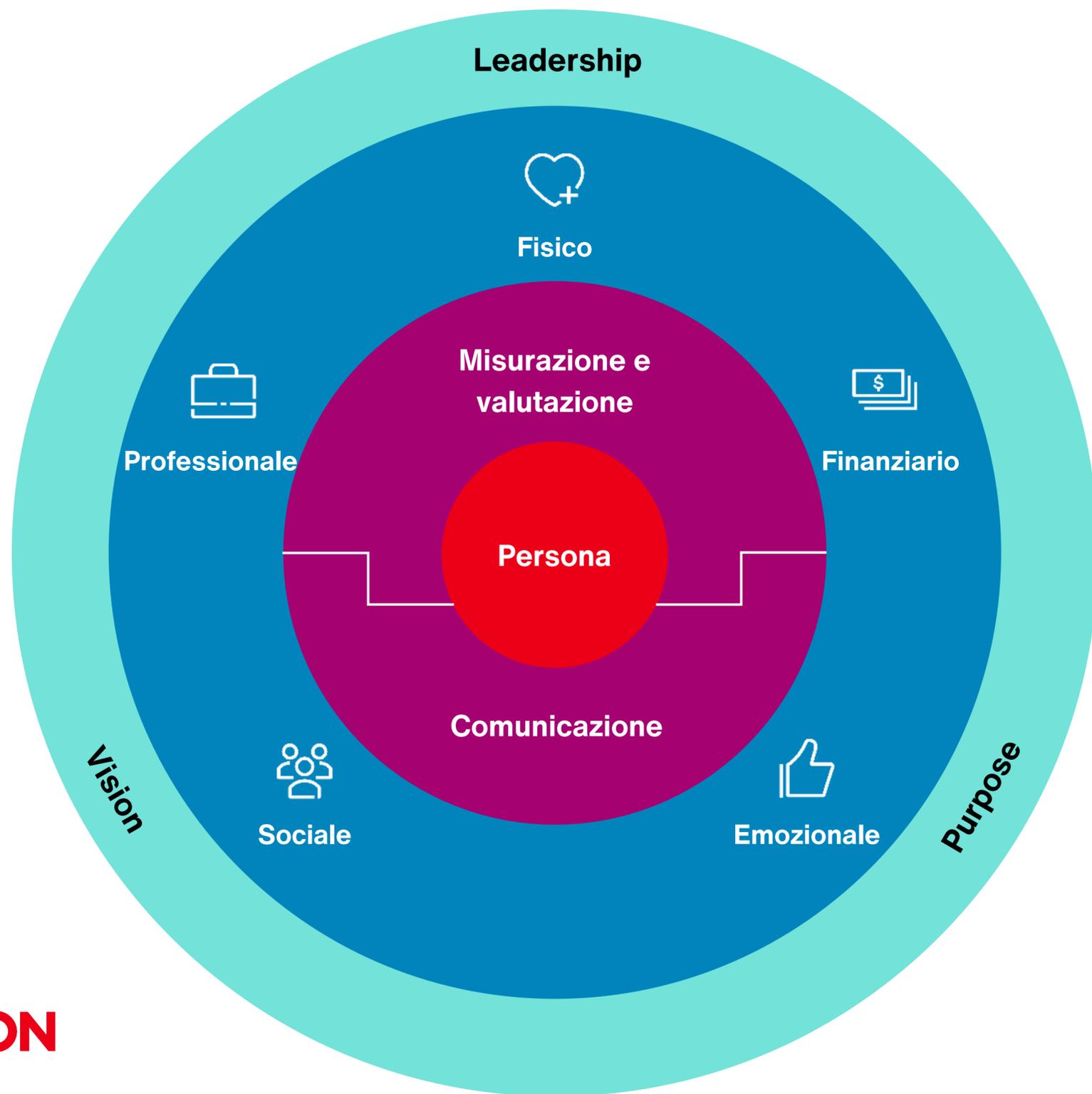
Management

La ritenzione dei Talenti richiede una gestione accurata del benessere a 360° delle Persone e delle loro Famiglie

Centralità del benessere della Persona



Mettere al Centro la Persona, garantire un Benessere a 360°



MISURARE E VALUTARE

L'analisi dei bisogni e la comparazione di quello che offrono i competitor è fondamentale per disegnare un programma di Wellbeing mirato per le Persone e le loro famiglie

IL CASO AON

- **BENESSERE FISICO:** percorsi formativi sulla prevenzione attraverso gli stili di vita (alimentazione, sonno, movimento, stress, ecc.), Veterinario on line, Caspula (check up) e WellOne (la App di Lifestyle Management);
- **BENESSERE FINANZIARIO:** Flexible Benefit, Convenzioni, Rete Sanitaria OneNET, Polizza Rimborso Spese Mediche, Educazione Finanziaria, ...;
- **BENESSERE EMOZIONALE:** Psicologo in Azienda, Yoga, Mindfulness, ...
- **BENESSERE SOCIALE:** Diversity Equity Inclusion, Aon per la Comunità, eventi, ...
- **BENESSERE PROFESSIONALE:** onboarding, percorsi di carriera, performance management, ...

Definizione di Capitale Intellettuale

FISICO



- Il Medico H24
- Il Veterinario H24
- Il Supporto al Caregiver
- L'educazione alla Prevenzione attraverso gli stili di vita
- Le Campagne di Prevenzione: Capsula, Check up, ...

FINANZIARIO



- Corsi educativi sul benessere finanziario
- OneNET (rete sanitaria convenzionata)
- OneFLEX (Piattaforma Flexible Benefit)
- OneEXCLUSIVE (Piattaforma Convenzioni)
- Polizze Employee Benefit
- Educazione Pensionistica

EMOZIONALE



- Il Supporto psicologico
- Lo Yoga
- I percorsi formativi per la gestione dello stress e delle emozioni

SOCIALE



- I progetti di Diversity Equity & Inclusion
- Le sfide aziendali

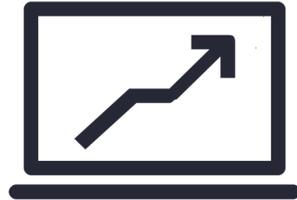
PROFESSIONALE



- Soluzioni di Talent Assessment
- Il supporto ai Manager nella gestione delle proprie risorse

Il ROI è garantito

Le Aziende che lavorano sul Benessere a 360° delle loro Persone ottengono risultati importanti.



20% riduzione delle Malattie
 42% riduzione del Turnover
 53% migliore Reputazione / Brand Value
 42% migliore Produttività

Increase in Wellbeing Performance		Increase in Business Outcome
3%	=	1% Customer satisfaction and retention
3.5%	=	1% Employee satisfaction Customer Acquisition
4%	=	1% Company Profit
5%	=	1% Commitment to innovation Net promoter score Employee Engagement
4%	=	1% Decreased employee turnover



DEFISCALIZZAZIONE

Efficientamento fiscale ai sensi dell'Art. 51 TUIR



FINANZIABILITÀ DEI PROGETTI

Possibilità di finanziare la spesa per progetti/Servizi di Benessere



ESG

Impatto sugli ESG score

Contatti

Via Calindri n.6 | 20143 Milano
aon.spa@pec.aon.it
www.aon.com

Aon esiste per aiutare a prendere decisioni migliori, per proteggere e arricchire la vita delle Persone. I nostri colleghi, in oltre 120 Paesi, forniscono consulenza e soluzioni ai Clienti per dare loro la chiarezza e la fiducia necessarie a prendere decisioni migliori e per proteggere e far crescere il loro business.

©2022 Aon plc. Tutti i diritti riservati.

Le informazioni contenute nel presente documento hanno carattere generale e non sono volte ad evidenziare particolari circostanze riguardo individui o entità specifiche. Forniamo informazioni accurate e aggiornate utilizzando fonti che riteniamo attendibili, non c'è però garanzia che tali informazioni siano accurate rispetto alla data di ricezione o che lo siano in futuro. Tali informazioni sono da ritenersi inutilizzabili senza un'appropriate consulenza e un'analisi della particolare circostanza in cui si ritiene di doverle utilizzare.

Tale documento ha carattere riservato e le informazioni in esso contenute non potranno essere consegnate a terzi, senza il preventivo accordo da parte di Aon.

Filippo Di Prima
Senior Business Developer
filippo.di.prima@aon.it
Mobile – 348 6726385

Roberta Magaldi
Business Developer
roberta.magaldi@aon.it
Mobile – 335 8795901