

EDITORIALE

Buona ripresa

Sono giornate in cui alle notizie su guerre, terrorismo e migranti si aggiungono scandali tipicamente nostrani, come l'ultimo che ha coinvolto il ministro (dimissionario) dello Sviluppo Economico, Federica Guidi. Inoltre, mentre il referendum del 17 aprile distoglie gli italiani dal più importante appuntamento del prossimo autunno, quando saranno chiamati ad esprimersi sulla "seconda Costituzione" nel nostro Paese, ancora si moltiplicano su quotidiani e talk show opinioni che parlano, in sostanza, del fallimento dell'Europa.

Tra i più si alternano discussioni sugli errori dell'Unione europea, primo tra tutti quello di introdurre la moneta unica senza un'adeguata integrazione bancaria, e della sua incapacità di prendere decisioni.

Capita allora, nella pesantezza del momento, di sorridere di fronte al titolo di un romanzo: "Buona ripresa" di Marie-Sabine Roger. Il testo racconta la storia di un anziano scorbutico che, a causa di un incidente, resta immobilizzato in un ospedale. Ma è una storia di redenzione e di rinascita, di ottimismo e di solidarietà umana. E proprio di questa possibilità di ripresa, nella vita quotidiana e nel lavoro, avremmo anche bisogno di sentire parlare. Per chi propone e vende polizze, poi, soprattutto i concetti di speranza e sicurezza (e non più guai o pericoli), sembrano essere oggi i messaggi più adeguati per farsi ascoltare dal cliente.

Maria Rosa Alaggio
Direttore di Insurance Daily

RICERCHE

L'unione delle informazioni creditizie e anagrafiche

La credit history e il credit score dei soggetti possono fornire molti elementi utili nel pricing, nella gestione sinistri e nell'azione antifrode. Come evidenzia un'analisi svolta da Crif, in collaborazione con Cetif

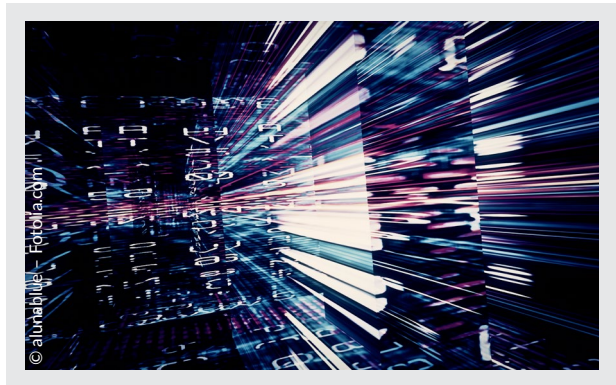
Il recente *Sistema di prevenzione delle Frodi*, che consente alle compagnie l'accesso ai Sic (Sistemi di informazioni creditizie), rende fruibili grandi quantità di informazioni anagrafiche e creditizie, dando la possibilità di utilizzare questi dati per rispondere alle esigenze di un cliente sempre più dinamico.

Partendo da questo scenario Crif, in collaborazione con Cetif, ha realizzato un paper su *Il valore dell'informazione economica e anagrafica al servizio del portafoglio Rc auto*. Nel ramo auto dove la componente tecnica del premio è ottenuta tramite modelli statistico-attuariali, al fine di differenziare il prezzo in funzione del profilo di rischio dell'assicurato. Lo studio ha evidenziando il valore di questi dati nelle fasi di tariffazione e pricing, nella gestione sinistri e antifrode e nelle politiche di gestione del portafoglio.

In linea generale, la necessità di informazioni più approfondite e di elaborazioni maggiormente affinate può fare la differenza: una migliore identificazione e comprensione del profilo della clientela potrà rappresentare un fattore determinante nel mercato futuro, sempre più competitivo. In questo senso, le informazioni creditizie e anagrafiche, così come quelle contenute nei Sic, forniscono dati aggiuntivi rispetto a quelle che un'impresa ha a disposizione dopo la stipula del contratto.

L'elemento critico è rappresentato dalla valutazione dell'eventuale legame tra *incurred losses* e *credit score* ovvero della dipendenza tra la storia creditizia degli assicurati e il numero e/o il costo dei sinistri.

Diverse analisi internazionali evidenziano una correlazione negativa tra il credit scoring e la propensione al sinistro, da cui la tendenza delle principali compagnie americane a dotarsi di opportuni *credit insurance scores*, al fine di incorporare sia informazioni creditizie, sia notizie sulla storia personale dell'assicurato, da utilizzare nelle fasi di underwriting e di pricing dei contratti assicurativi. In generale, le compagnie segnalano dei vantaggi nell'utilizzo di tali indicatori in termini di una migliore classificazione dei clienti in classi di rischio, di sviluppo di politiche commerciali maggiormente mirate, di una maggiore redditività dovuta a una più efficiente tariffazione, di un più adeguato processo di selezione e fidelizzazione degli assicurati. (continua a pag. 2)



INSURANCE CONNECT su FACEBOOK

Seguici sulla pagina cliccando qui 

(continua da pag. 1)

AUMENTANO LE FRODI RILEVATE

L'analisi ha preso in esame il valore delle informazioni anche nella gestione dei sinistri e nell'antifrode. Negli ultimi anni, in Italia, il numero delle frodi rilevate è aumentato fortemente (dati **Ivass**). Le unità di rischio assicurate sono scese del 2,7%, mentre i sinistri denunciati nel 2013 sono scesi del 3,9%. L'incremento del numero di sinistri a rischio frode è stato del 19,3%, mentre i sinistri che sono stati oggetto di specifico approfondimento per rischio frode è aumentato nel 2013 dell'8,2%. I dati confermano l'importante aumento registrato nel 2013 per i sinistri oggetto di denuncia, il cui numero è cresciuto di quasi il 34%, rilevando un notevole potenziamento dell'attività di detection svolta dalle imprese nel 2013, ulteriormente confermata dal numero assoluto delle querele proposte dalle imprese nello stesso esercizio.

TECNOLOGIE ANCORA ARRETRATE

Nonostante si assista all'evoluzione e all'affinamento dei processi di rilevazione di un numero maggiore di frodi avvenute, i dati mostrano come non si sia registrato un aumento dei casi risolti, in fase liquidativa, mediante rigetto delle pretese risarcitorie, abbinata a questa maggiore quantità di sinistri intercettati e approfonditi per il rischio frode. Questo sembra dovuto al ritardo delle tecnologie: arretratezza degli impianti informatici e carenza di integrazione tra sistemi gestionali, riguardante a volte l'intero modello organizzativo d'impresa.

Emerge, dunque, la necessità di un miglioramento della quantità e della qualità dei dati, così come la correlazione fra numerosi parametri presi in considerazione e la probabilità di frode. In particolare, per il furto di identità la fascia d'età 41-50 è quella più colpita; il 39,8% (in crescita rispetto al passato) è a opera di persone di sesso femminile, contro il 60,2% di uomini; un'ampia fetta di queste frodi avviene nell'ambito degli elettrodomestici (52,7%), ma esiste una percentuale non indifferente, del 5,9%, di frodi riguardanti l'acquisto di auto e moto. Riguardo all'importo, nei primi sei mesi del 2015, le frodi creditizie commesse in Italia hanno visto crescere ulteriormente l'importo medio del 2% rispetto al corrispondente periodo del 2014. Il 36% riguarda casi con importo inferiore ai 1.500 euro; il 33,4% dei casi ha un importo superiore ai 10 mila euro, con una crescita del 56% per quanto riguarda le frodi relative a prestiti di importo superiore ai 20 mila euro.

LE FRODI, REGIONE PER REGIONE

A dimostrare l'utilità del patrimonio informativo sono anche i dati territoriali, che rilevano la ripartizione delle frodi sulla base della residenza dichiarata dal frodatore: oltre la metà dei casi di frode rilevati nel I semestre 2015 interessa regioni del Sud (Campania e Sicilia) e delle Isole; l'area del Nord Ovest è l'unica ad aver fatto registrare un incremento dei casi di frode (+5% rispetto allo stesso periodo del 2014), mentre il Nord Est risulta essere l'area con la flessione più consistente (-12%). È da notare, poi, che regioni con un numero di casi non particolarmente elevato in termini assoluti, si posizionino nella parte alta del ranking, se il dato viene contestualizzato rispetto a una popolazione meno numerosa, e a volumi di crediti erogati più contenuti: regioni più piccole, come Calabria e Abruzzo, presentano un rapporto maggiore rispetto a regioni con volumi di frodi numericamente superiori, quali Lombardia e Lazio.

Per scongiurare frodi su indirizzi, dati anagrafici e patenti di guida, una delle principali vie per effettuare le necessarie verifiche (in fase di stipula e antiriciclaggio) è il ricorso a *Scipafi*, il Sistema pubblico di prevenzione, che permette il riscontro dei dati contenuti nei principali documenti d'identità, riconoscimento e reddito, con quelli registrati nelle banche dati degli enti di riferimento (Agenzia delle Entrate, ministero dell'Interno e ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti).

CONOSCERE PER GESTIRE IL CLIENTE

Oltre che nella tariffazione e nella gestione antifrode, le informazioni creditizie e anagrafiche possono rivelarsi utili anche nella fase di gestione del portafoglio. Soprattutto nel momento in cui, tramite questi dati, è possibile sviluppare strategie di segmentazione in grado di rispondere alle esigenze sempre più evolute della clientela. In particolare, la credit history e il credit score dei soggetti possono fornire numerosi elementi utili nella definizione di piani di scontistica in una logica di gestione dei clienti già assicurati. È possibile applicare aumenti o sconti ai premi sfruttando questi elementi, anche arricchiti dalle numerose informazioni anagrafiche come quelle presenti in un Sic.



Laura Servidio

Accrescere la concorrenza in Europa

La Commissione europea sottolinea i vantaggi della creazione di un unico mercato digitale: prodotti migliori, maggiore scelta e più opportunità per consumatori e imprese



Il 18 marzo si è chiusa la pubblica consultazione avviata dalla **Commissione europea** sui quesiti presentati nel *Libro verde sui servizi finanziari al dettaglio - Prodotti migliori, maggiore scelta e più opportunità per consumatori e imprese*.

Attraverso tale documento, la Commissione intende acquisire i suggerimenti degli *stakeholders*, utili alla realizzazione di uno dei progetti attualmente più sentiti in ambito comunitario, vale a dire la creazione di un vero *mercato europeo per i servizi finanziari retail*, molti dei quali sono considerati essenziali per i cittadini (si pensi alle assicurazioni, ai prestiti, ai servizi di pagamento, ai conti correnti e di risparmio e ai prodotti previdenziali).

Con la consultazione, la Commissione europea si è posta l'obiettivo di individuare gli ostacoli che impediscono l'effettiva implementazione del mercato unico, le modalità per superarli e le misure di salvaguardia da porre a tutela dei consumatori.

Anzitutto, si è rilevato come solo una piccola parte di tali servizi venga distribuita a livello transfrontaliero, dato che i consumatori acquistano principalmente nei propri mercati nazionali e presso imprese che servono prevalentemente mercati in cui sono fisicamente presenti. Infatti, per quanto riguarda i prodotti bancari, la distribuzione cross-border è inferiore al 3% per le carte di credito, i conti correnti e i mutui, mentre nel credito al consumo raggiunge solo il 5%. Anche in ambito assicurativo, la fornitura di servizi transfrontalieri ha rappresentato il 3% dei premi lordi complessivi contabilizzati nel 2011 e nel 2012.

Un vantaggio per competizione e prezzi

In parallelo e in direzione contraria, la Commissione ha evidenziato come lo sviluppo del mercato unico digitale renda sempre più agevole l'accesso a prodotti distribuiti da soggetti aventi la propria sede in un altro Paese membro e può, pertanto, stimolare la concorrenza e contribuire a ridurre il costo dei servizi finanziari all'in-

terno dell'Unione. Il **divario dei prezzi** per prodotti simili su diversi mercati nazionali è determinato sia dalle diverse condizioni delle economie statali e dai livelli irregolari di potere d'acquisto, sia da altri fattori, quali la scarsa omogeneità fiscale e regolamentazione nelle discipline dei vari Paesi, i diversi costi di assemblaggio della documentazione di offerta dei prodotti e le diverse strutture tariffarie locali.

Un intervento correttivo, volto ad implementare un set di regole comuni nei vari Paesi applicabili a tali prodotti, oltre a favorire la certezza del diritto e la portabilità di un prodotto in caso di trasferimento da un Stato membro all'altro, dovrebbe auspicabilmente tradursi anche in una riduzione del prezzo degli stessi.

Ricostruire la fiducia

Un ulteriore freno alla creazione di un mercato europeo dei servizi finanziari è poi rappresentato dalla scarsa disponibilità al cambiamento da parte dei clienti e dalla diffidenza che essi manifestano nei confronti di questo settore.

Risulta, quindi, indispensabile costruire un clima di fiducia, che metta i consumatori nella condizione di poter contare sulla salvaguardia dei propri diritti ed interessi, anche ove ricorrano a prodotti e servizi finanziari transfrontalieri. L'accrescimento del livello di trasparenza, chiarezza e confrontabilità delle informazioni fornite è dunque alla base dello sviluppo di un mercato unico in questo settore.

Non deve dimenticarsi che l'intervento della Commissione si inserisce in un progetto di più ampio respiro, che sta interessando l'intero settore finanziario e che ha già visto l'emanazione di una serie di misure legislative europee - alcune delle quali ancora in fase di attuazione a livello nazionale - quali, ad esempio, la Mifid 2, la nuova Direttiva sulla distribuzione assicurativa (c.d. Idd), il Regolamento Europeo in materia di prodotti d'investimento al dettaglio e assicurativi preassemblati (c.d. Priips), la Direttiva sui contratti di credito ai consumatori relativi a beni immobili residenziali (c.d. *Mortgage Credit Directive*) e la Direttiva sulla comparabilità delle spese relative al conto di pagamento, sul trasferimento del conto di pagamento e sull'accesso al conto di pagamento con caratteristiche di base.

Il Libro verde, pubblicato per stimolare la riflessione delle parti coinvolte su un tema di grande interesse, intende dare seguito ad un dibattito cui seguirà uno specifico *Action Plan* della Commissione, la cui pubblicazione si attende per la seconda metà del 2016.

Avv. **Silvia Colombo**,
Zitiello e Associati

TECNOLOGIE

Meno incidenti, meno premi, meno utili

Secondo un report di Moody's, entro il 2055 le auto senza pilota si imporranno su vasta scala. Una prospettiva che provocherà cambiamenti dirompenti per il settore assicurativo

Anche se al momento potrebbe apparire come una prospettiva fantascientifica, l'adozione quasi universale delle automobili senza guidatore, negli Stati Uniti, dovrebbe diventare realtà intorno all'anno 2055. Questo è ciò che afferma un report di **Moody's**, in cui si analizza l'impatto delle *self-driving car* e delle altre tecnologie che aiutano gli automobilisti a evitare gli incidenti stradali. Lo studio sostiene che le vetture autonome saranno un'opzione molto comune fra i veicoli americani nel 2030, fino a diventare uno standard per tutti i nuovi veicoli venduti a partire dal 2035. Intorno al 2045 le auto senza guidatore saranno la maggioranza.

Esattamente come hanno sottolineato diversi altri studi su questo argomento, anche secondo Moody's la diffusione capillare di auto a guida automatica, oltre a favorire un crollo degli incidenti stradali, potrà provocare anche un considerevole calo dei premi e degli utili per le compagnie. Queste, di conseguenza, dovranno trasformarsi, per adattarsi al nuovo contesto. Tuttavia, prima che tutto ciò si verifichi, le imprese assicurative avranno molto tempo per organizzarsi.

Nel lungo termine l'impatto sul settore potrebbe essere drammatico visto che, proprio come accade in Italia, l'Rc auto è la linea di business principale dei rami danni in molti Paesi. Le assicurazioni, dunque, oltre a dover ripensare i propri modelli di business, dovranno puntare a innovare e diversificare per restare competitive in un mercato dove la coperta diventerà sempre più corta. Moody's si aspetta significativi

cambiamenti nell'assicurazione: tra questi, potrebbero verificarsi consolidamenti tra più imprese o fallimenti di altri attori, ma ci potrà anche essere l'entrata nel settore di nuovi player, visto l'impatto trasformativo portato dalle nuove tecnologie.

Secondo Moody's, saranno i regolatori, i legislatori e i tribunali a "determinare come saranno suddivise le passività tra assicuratori, case automobilistiche e società tecnologiche". Intanto, le compagnie possono trarre beneficio dalle altre tecnologie salva incidenti, come ad esempio i freni automatici, la regolazione automatica della distanza di sicurezza (*adaptive cruise control*), l'avviso di deviazione dalla corsia di marcia (*lane departure prevention*). Nel breve periodo, vale a dire nei prossimi cinque-dieci anni, Moody's sostiene che la minore frequenza degli incidenti, e quindi dei risarcimenti, porterà con ogni probabilità a un vantaggio per le assicurazioni.

"Le tecnologie per la prevenzione degli incidenti - spiega **Jasper Cooper**, assistant vice president di Moody's - stanno diventando più comuni nelle auto, il che dovrebbe ridurre il numero di incidenti e aumentare i profitti per le compagnie". Tuttavia, Cooper fa notare che gli assicuratori auto dovranno comunque affrontare maggiori costi di riparazione relativi a tecnologie e dispositivi, come le fotocamere incorporate o i sensori che si trovano spesso in prossimità dei paraurti.

Beniamino Musto



KOOLSITE®
INSURANCE ANYWHERE
for Insurers, Underwriters, Brokers and PolicyHolders

- // INNOVATIVA INTERFACCIA GRAFICA
- // APPROFITA DELLE CAPACITÀ DEI NUOVI SCHERMI TATTILI
- // TRANSIZIONI / EFFETTI/ ZOOM
- // VERSATILE GESTORE DI COMPITI E DELL'ATTIVITÀ QUOTIDIANA
- // PERSONALIZZAZIONE DELLA SOLUZIONE PER ADATTARLO ALLE ESIGENZE DI UN SINGOLO UTENTE
- // POTENTE MOTORE DI RICERCA
- // TEMPLATES DI WORKFLOW DEI PROCESSI PIÙ USATI

- // MODERNI GRAFICI CON INFORMAZIONE DI BUSINESS
- // CAPACITÀ D'INTERAZIONE ATTRAVERSO WEB SERVICES TRA L'INTERMEDIARIO E LA COMPAGNIA ASSICURATIVA
- // RISORSE AVANZATE DI COMUNICAZIONE: CHAT, SMS, MAIL, PUSH NOTIFICATIONS
- // POTENTE DATABASE CON GESTIONE DI DOCUMENTI INTEGRATO
- // AVANZATO MODULO PER LA DEFINIZIONE E CALCOLO DEL PREMIO DI TARIFFA
 - / CALCOLO DI PREMI, COMMISSIONI, GESTIONE DI FORMULI ATTUARIALI
 - / CONTROLLO DI REGOLE DI CONTRAZIONE

Insurance Daily

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio alaggio@insuranceconnect.it

Editore e Redazione: Insurance Connect Srl - Via Montepulciano 21 - 20124 Milano

T: 02.36768000 **E-mail:** redazione@insuranceconnect.it

Per inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.it