

PRIMO PIANO

È uscito Review #40

È in distribuzione il numero di dicembre di Insurance Review, la rivista rivolta al settore assicurativo e al mondo della gestione dei rischi.

La copertina del nuovo numero è dedicata al convegno *Rc auto: flessibilità o sostenibilità?*, organizzato il mese scorso da Insurance Connect, editore anche di Insurance Daily e del sito *InsuranceTrade.it*. L'evento sul mercato Rca, giunto al quarto anno, rappresenta un'occasione di incontro unica tra tutti gli stakeholder del settore: sulla rivista si trova il resoconto completo di tutti gli interventi, delle tavole rotonde e dei dibattiti che hanno animato una giornata intensa, partecipata da circa 250 addetti ai lavori.

Ma, come ogni mese, ampio spazio della rivista è dedicato anche alle tematiche di attualità del mercato assicurativo, come la nascita del grande player italiano delle perizie non-motor, Alfacincotti, risultato della fusione tra gli studi peritali Alfa e Cincotti. Non mancano le news e le rubriche: quella a cura del vice presidente di Progetica, Sergio Sorgi, questo mese affronta il tema della comunicazione con il cliente. Infine, l'Osservatorio, che approfondisce la definizione dei nuovi paradigmi dell'industria assicurativa nell'era 4.0. Per ricevere il mensile è necessario abbonarsi, scrivendo ad abbonamenti@insurance-connect.it, oppure accedendo alla pagina *Abbonamenti* di InsuranceTrade.it, cliccando qui.

 SALUTE & SANITÀ

Innovare: una questione complessa

Agenzia digitale, Peer-to-peer insurance, Life style management, Car drive style dynamic profiling, sono aspetti diversi del concetto ampio di innovazione. Ma per farlo occorre anche conoscere bene i propri obiettivi e voler agire sulla struttura dell'impresa

Insurtech, digital insurance, IoT, etc ... sono termini ormai sistematicamente coniugati al mondo assicurativo: che si parli di distribuzione, di tariffazione, di Crm, di gestione sinistri, di prevenzione delle frodi, di innovazione prodotto, di risk management o altro, l'innovazione digitale e l'utilizzo di *device* elettronici sono aspetti estremamente attuali. Enti, associazioni e società più o meno accreditate sul tema hanno realizzato survey e analisi per fotografare lo stato dell'arte, le tendenze e le prospettive di settore. Indipendentemente dal focus e dall'angolo di disamina, viene unanimemente confermato che il mondo assicurativo ha da tempo iniziato una rivoluzione tecnologica, e che sarà sempre più digitale e connesso. Di contro, gli studi si scostano sensibilmente quando propongono un bilancio tra potenziali benefici e possibili rischi di tale rivoluzione.

L'analisi che segue intende fornire gli elementi per delineare un quadro quanto più possibile esaustivo e oggettivo della tematica, che aiuti a raccordare le diverse prospettive di indagine. Primo passo è la contestualizzazione del fenomeno, per poi individuare e analizzare le sue componenti principali. Il presente articolo completerà l'analisi contestuale preliminare e, nel corso del 2017, verranno dedicate uscite della presente rubrica all'analisi di dettaglio di specificità e peculiarità.

LE RAGIONI DI UN RITARDO

Una prima considerazione riguarda la genesi del fenomeno. Quella che per il mondo assicurativo è oggi un'innovazione che risponde alle esigenze di un cliente assicurato, sempre più tecnologico ed evoluto, di fatto introduce modelli di business assimilabili a strumenti ormai consolidati in altri ambiti: viaggi, informazione, musica, beni di largo consumo, programmi di allenamento fisico, gestione del conto corrente bancario, e molto altro, sono da tempo accessibili con pochi click.

Tra le ragioni possibili del *ritardo* del mondo assicurativo rispetto ad altri ambiti vi sono le specificità dell'attività assicurativa: in *primis* la natura di investitore istituzionale di una compagnia di assicurazione, con il conseguente impianto normativo stringente e impattante, il suo ruolo sociale, la tipologia di business che comporta l'adozione di modelli e strumenti matematici tecnicamente complessi.

(continua a pag. 2)



INSURANCE REVIEW su FACEBOOK
Seguici sulla pagina cliccando qui

(continua da pag. 1)

Da ciò risulta un *prodotto* (i.e. le coperture assicurative) complesso e difficilmente associabile a modelli ideati per prodotti e servizi standardizzati o standardizzabili quali, ad esempio, i beni di largo consumo.

Sempre in relazione al ritardo dell'innovazione, non va trascurato lo stato dell'arte delle complesse e spesso obsolete infrastrutture informatiche delle compagnie di assicurazione. Tali strutture sono di frequente il risultato dell'unione forzosa e non (del tutto) armonizzata di infrastrutture e sistemi IT per M&A di compagnie di assicurazione. Per questo sono numerosi i progetti pluriennali di miglioria evolutiva dei sistemi IT a oggi non ancora ultimati. È evidente la difficoltà di gestire la coesistenza di strumenti di *nuova generazione*, introdotti con la rivoluzione digitale, e di sistemi amministrativi esistenti. Questo anche per la necessità di creare qualche forma di connessione tra i sistemi per ottemperare ad adempimenti amministrativi, fiscali e normativi, imposti alle compagnie di assicurazione.

CONFONDERE IL FINE CON IL MEZZO

È poi possibile trarre riflessioni pregnanti dall'analisi della definizione stessa di *digital innovation*. L'innovazione può essere definita come quel processo di implementazione di nuove idee per creare valore in un'organizzazione con la realizzazione di nuovi servizi, prodotti, sistemi o mediante il miglioramento e potenziamento di quelli esistenti. L'innovazione è digitale quando viene realizzata grazie a strumenti e *device* digitali o comporta l'adozione massiva degli stessi.

Una prima riflessione derivante da tale definizione è il ruolo degli strumenti digitali che sono necessari per la realizzazione dell'innovazione ma che non esauriscono l'innovazione stessa. I *devices*, in quanto mezzo e non fine del processo, non possono prescindere dal framework metodologico che supporti la loro gestione e integrazione con i contratti assicurativi (e.g. governance). L'osservazione è particolarmente attuale in quanto, in questa prima fase di introduzione dell'innovazione, e probabilmente anche a seguito delle difficoltà di contesto sopra ricordate, spesso le componenti di governance e interazione con processi e sistemi esistenti sono carenti, e di fatto l'innovazione viene quasi totalmente fatta coincidere con la sola adozione di uno strumento o *device* di ultima generazione. Questo comporta l'assunzione (non sempre consapevole) di rischi derivanti da possibili errori di rilevazione o comunicazione dei *devices* oltre all'evidente e ineluttabile depotenziamento del beneficio dell'innovazione. A titolo puramente esemplificativo si pensi all'interpretazione locale del *Life style management* con adozione di strumenti o *device* sanitari oramai diffusa in diversi Paesi.

(continua a pag. 3)

POLIZZA RC PROFESSIONALE INTERMEDIARI ASSICURATIVI



RINNOVATA PER IL 2017
LA CONVENZIONE RISERVATA A TUTTI
GLI ISCRITTI IVASS IN SEZIONE A E B

www.polizzarcintermediari.it



Resta a disposizione per ulteriori informazioni:

Giulio Pizzi

02.91.98.33.19

392.97.75.111

g.pizzi@assimedici.it

TOTALE INTROITI

per provvigioni e consulenze
anno precedente fino a

110.000,00 €*

MASSIMALE

per anno **1.875.927,00 €**
per sinistro **1.250.618,00 €**

490,00 €

✓ Garanzia Postuma: **3 ANNI**

✓ Retroattività: **5 ANNI**

✓ Franchigia: **1.000,00 €**

Estensione a richiesta:

✓ Responsabilità Solidale: **+ 10 %**

Moduli di adesione
e
fascicolo informativo
sono disponibili
SU

www.polizzarcintermediari.it

*Per fatturati superiori quotazione personalizzata

Compagnia delegataria



www.polizzarcintermediari.it è gestito da ASSIMEDICI Srl

20123 Milano, Viale di Porta Vercellina 20 - Tel. 02.91.98.33.11 - Fax 02.87.18.19.05 - PEC info@assimedici.eu
www.polizzarcintermediari.it E-mail info@polizzarcintermediari.it - Iscrizione RUI B000401406 del 12.12.2011



(continua da pag. 2)

Tale attività, creata da *Discovery*¹, viene ripresa e riproposta da prodotti italiani ma senza adottare il framework gestionale complesso previsto dal prodotto sudafricano che fornisce all'assicurato un protocollo in senso stretto di gestione del proprio stato di salute e consente l'accesso a partnership commerciali e operative con i partner (e.g. palestre, negozi di cibo bio, laboratori di analisi etc ...). Molti executive assicurativi considerano il tema *digital innovation* puramente informatico, o comunque un progetto che può essere pianificato nella sua interezza e implementato in tempi relativamente contenuti. In realtà questo è molto lontano dalla realtà: la *digital innovation* è un processo trasversale che coinvolge tutte le aree di business aziendali, richiede una commistione di significativa attività strategico - pianificativa, e di capacità implementativa del prototipo individuato. La digitalizzazione, di fatto, è un processo continuo che si propone in primis di favorire un cambiamento culturale.

ANALISI DELL'INNOVAZIONE

La definizione di *innovazione* proposta, inoltre sembra suggerire, analogamente ad altre, un tema monolitico come se si potesse prescindere dalle specificità della declinazione operativa dell'innovazione stessa. Per andare in profondità nell'analisi è invece necessario determinare un criterio oggettivo di analisi delle specificità per creare *silos* omogenei di innovazione, selezionati in base a una serie di dimensioni. Ad esempio, è possibile adottare tre dimensioni di segmentazione:

- i) L'obiettivo dell'innovazione²
- ii) L'impatto dell'innovazione³
- iii) La "portata" dell'innovazione⁴

I fenomeni di attualità che verranno ripresi a breve dalla presente rubrica saranno rappresentati in *silos* omogenei secondo tale criterio e quindi analizzati. Tra questi, in particolare, la *peer-to-peer insurance* (in cui viene creata una mutualità tra assicurati con numerosi benefici tecnico - operativi) e l'agenzia digitale (in cui utilizzo modelli distributivi per beni largo consumo per prodotti assicurativi).

In conclusione, e anticipando sinteticamente alcuni temi che verranno ripresi nel corso del 2017, l'innovazione digitale sarà tanto più benefica per il mondo assicurativo quanto più i suoi attori sapranno evolvere realmente e coerentemente al contesto di mercato in cui operano. In una parola, in base a quanto sapranno essere resilienti. In tale ottica, ad esempio, uno dei rischi su cui spesso si interrogano gli operatori del settore è l'impatto negativo della digitalizzazione sui canali di vendita tradizionali. In realtà il cambiamento evolutivo non deve spaventare, pur di saperlo usare per migliorare e semplificare il proprio operato.

Paola Luraschi

1 . <http://www.vitalitygameon.com/vitalitygameon/>

2 Ad esempio: ammodernamento di metodi, servizi, strumenti o prodotti esistenti; completo rifacimento di metodi, servizi, strumenti o prodotti esistenti; introduzione di nuovi metodi, servizi, strumenti o prodotti.

3 Ad esempio: Crm strategico cliente-centrico, prevenzione frodi, miglioramento s/p, realizzazione Erm strategico (Solvency II), gestione dinamica life style.

4 Ad esempio: innovare il metodo di raccogliere, usare e fornire dati / informazioni, innovare il metodo adottato da un assicurato per acquistare una polizza, innovare la tipologia di "servizio" ai propri clienti.

PRODOTTI

XL Catlin, nuovo prodotto per il settore fine art

Al via Mosaico, polizza assicurativa per collezionisti d'arte e possessore di oggetti di valore



Nuova copertura targata **XL Catlin** per il settore *fine art*. La compagnia, fra le prime tre al mondo per soluzioni dedicate a opere d'arte e oggetti di valore, ha infatti presentato *Mosaico*, polizza indirizzata a collezionisti e possessori di preziosi. La copertura, alla tradizionale offerta assicurativa per oggetti di valore, somma una garanzia specifica che comprende abitazione, contenuto generico e responsabilità civile.

“È nostro impegno - commenta **Francesca Giurato**, underwriting manager fine art & specie per l'Italia - aggiornare regolarmente la nostra offerta per soddisfare le necessità dei collezionisti di opere d'arte e preziosi: dalle giacenze alle movimentazioni, i rischi che questo settore deve affrontare sono complessi e molteplici”.

La polizza, oltre che in Italia, è disponibili in Francia, Belgio, Svizzera e Spagna. Attraverso una formulazione all risks, offre ai collezionisti una protezione completa per il proprio patrimonio mobile e immobile, oggetti d'arte e collezioni particolari contro il furto, l'incendio, i danni da acqua e i danni accidentali, anche durante il trasporto.

“Storicamente, l'Europa è sempre stata un mercato importante per l'arte, ed è così ancora oggi”, spiega **Yannick Daucourt**, regional manager Emea, fine art & specie. Secondo uno studio di **Larry's List**, l'Europa ospita la maggior parte dei collezionisti mondiali: “il 38% dei collezionisti di arte contemporanea - osserva Daucourt - risiede nel vecchio continente. Inoltre, prosegue lo studio di **Larry's List**, nel futuro si prevede un aumento dei musei privati e dunque dei prestiti da parte di chi avrà interesse a esporre le proprie opere”.

Giacomo Corvi

MERCATO

Il 2017 delle assicurazioni italiane, secondo Fitch

Secondo l'ultimo report dell'agenzia di rating, il nostro mercato è resiliente nonostante la forte competizione sui prezzi nell'Rc auto, i bassi ritorni degli investimenti e le pressioni dal contesto normativo per aumentare la trasparenza e rafforzare la concorrenza

Come paventato da diversi operatori di mercato, nel 2017 assisteremo a una risalita delle tariffe Rc auto in Italia. È quanto prevede anche **Fitch**, che ha recentemente diffuso un report sulle prospettive del settore assicurativo italiano per il prossimo anno.

Secondo l'agenzia di rating, i bassi rendimenti degli investimenti spingeranno le compagnie a puntare sugli utili derivanti dall'attività tecnica. Fitch, ad ogni modo, assegna un outlook stabile al settore per il 2017. In generale, spiega il report, i rating e le prospettive del mercato assicurativo italiano riflettono l'aspettativa che la redditività e la patrimonializzazione delle compagnie sarà resiliente, nonostante la forte competizione sui prezzi nell'Rc auto, i bassi ritorni degli investimenti e le pressioni dal contesto normativo per aumentare la trasparenza e rafforzare la concorrenza.

Osservando "una riduzione dell'elevata concentrazione dei rischi nei portafogli di investimento degli assicuratori", Fitch si attende una raccolta netta positiva nei rami vita, derivante dalle performance nei tradizionali prodotti di risparmio, per effetto della continua domanda di protezione del capitale, ma anche uno spostamento del mix di business verso prodotti a base commissionale.

Il rialzo delle tariffe Rca

Le tariffe dell'Rc auto, ricorda Fitch, in Italia sono ferme dal 2012, "per effetto del crescente utilizzo di prodotti telematici quali la scatola nera, della forte concorrenza e della debolezza dell'economia". L'utilizzo della telematica, tuttavia, "probabilmente rallenterà", mentre sta aumentando la frequenza dei sinistri, il che "dovrebbe contribuire a ribaltare la tendenza dei prezzi". Oltre a questo, i rendimenti degli investimenti, che sono stati una importante fonte di utili per gli assicuratori italiani, resteranno bassi a causa degli esigui ritorni dal reddito fisso. Secondo l'analisi di Fitch, le compagnie danni stanno cercando di compensare questa situazione puntando a generare profitti dall'assicurazione auto e aumentando la penetrazione nel settore non-auto, che è notoriamente molto inferiore rispetto agli altri Paesi europei. La proporzione di premi non-auto sul totale di premi danni, rileva il report, è già salita al 44% a fine 2015 (dal 39% di fine 2011).

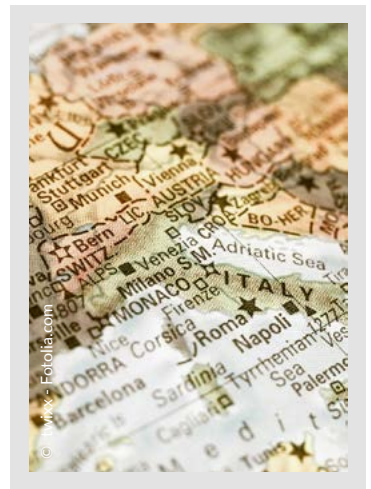
Più peso alle unit-linked

Un trend analogo Fitch lo osserva tra gli assicuratori vita: le compagnie sono intente a riequilibrare il loro mix di business verso i prodotti a base commissionale, come gli ibridi e le polizze unit-linked, a scapito dai prodotti basati sul differenziale dei tassi, dove i bassi ritorni dagli

investimenti stanno restringendo i margini. Le compagnie vita, inoltre, probabilmente cercheranno di promuovere la vendita di prodotti di protezione (che sono molto redditizi) e di prodotti pensionistici, considerando che "lo Stato sta riducendo il suo coinvolgimento in questo segmento". Anche se i bassi tassi stanno pesando sui profitti, questo, sottolinea Fitch "non costituisce una minaccia per i patrimoni e la solidità delle compagnie italiane, perché attività e passività sono ben equilibrate nella loro duration". Il rischio legato ai tassi d'interesse, inoltre, dovrebbe diminuire ulteriormente nel 2017 per effetto del calo dei minimi garantiti nella nuova produzione e della graduale riduzione dei portafogli con le garanzie più alte. Nell'insieme, spiega il report, "le compagnie assicurative italiane con un rating hanno una forte patrimonializzazione, sulla base dei conti di fine 2015 e la loro posizione di capitale resta forte anche sulla base di Solvency 2, in vigore il primo gennaio 2016". Tuttavia, le compagnie che utilizzano il modello standard per calcolare il Solvency ratio, potrebbero dover far fronte a un significativo aumento dei requisiti di capitale di sorveglianza qualora le autorità europee dovessero rimuovere il rischio zero dalla ponderazione dei titoli sovrani.

La riduzione di titoli sovrani in portafoglio

Ricordando che le compagnie italiane, soprattutto nel vita, detengono importanti portafogli di titoli di Stato italiani, Fitch rileva che proprio questa esposizione rende improbabile un innalzamento dell'outlook del settore, in quanto l'outlook sovrano è negativo. Inoltre "un peggioramento delle condizioni macroeconomiche o l'abbassamento del rating sovrano potrebbero innescare iniziative negative sul rating o gli outlook di alcuni assicuratori", osserva Fitch che, d'altro canto, prevede che i gruppi assicurativi continueranno a ridurre nel 2017 i loro portafogli di titoli sovrani.



Beniamino Musto

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

Supplemento al 15 dicembre di www.insurancetrade.it - Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 - ISSN 2385-2577