

PRIMO PIANO

Ania boccia il ddl concorrenza

È un no secco, quello che piomba sul ddl concorrenza dal fronte dell'Ania. Per il direttore generale Mauro Montagnini, sentito da Milano Finanza, si tratta di un'occasione sprecata per migliorare l'intero comparto assicurativo e, in particolare, il settore dell'Rc auto. "Il legislatore - ha commentato - è entrato a piedi uniti su un tema che l'industria sta gestendo già molto bene in autonomia". Al centro del mirino c'è soprattutto la previsione di sconti obbligatori per chi decide di dotare la propria vettura di una scatola nera. "Sconti obbligatori e predefiniti in maniera forzata rappresentano un approccio discutibile", ha commentato. "Il rischio - ha aggiunto - è di imbrigliare il mercato frenando la diffusione di questi strumenti". Il giudizio è netto: "l'impressione è che, anche se in buona fede, il legislatore sia intervenuto senza aver valutato tutte le ricadute sul mercato".

Altre perplessità destano le norme che eliminano il tacito rinnovo per le polizze danni non auto. Disposizioni che, a detta di Montagnini, potranno danneggiare anche il consumatore. Oltre alla crescita dei costi amministrativi, il direttore generale ha sottolineato la "posizione di debolezza" in cui può trovarsi il cliente nel dover "ricontrattare ogni anno una polizza pluriennale".

Giacomo Corvi

MERCATO

Innovare e diversificare, per vincere la sfida dei tassi

I bassi rendimenti spingono le compagnie vita a rivedere scelte e strategie in ottica di investimenti, offerta e modelli di business. Dati e indicazioni arrivano da uno studio, promosso da Eurovita Assicurazioni, sulle principali imprese assicurative europee negli anni della recessione

Sostituire i prodotti a garanzia di prestazione minima con un'offerta più accattivante e integrata, diversificando modelli di business e asset allocation. Sembra essere questa la strada che le assicurazioni del ramo vita dovranno seguire per compensare i persistenti bassi tassi di interesse, secondo una ricerca promossa da Eurovita Assicurazioni, realizzata dall'Università Luiss Guido Carli e presentata venerdì scorso a Roma.

"Il contesto di bassi tassi rappresenta una sfida storica per l'assicurazione vita - spiega **Andrea Battista**, amministratore delegato Eurovita - e il cambio di paradigma del mercato dovrebbe spingere il settore a rivedere i modelli alla base della costruzione dei prodotti per la clientela".

L'indagine, dal titolo *La Gestione finanziaria delle compagnie vita nell'era dei bassi tassi di interesse: le evidenze europee*, ha analizzato la relazione tra l'attivo e il passivo delle 24 principali imprese assicurative Ue, per gli anni 2007, 2011 e 2015 (quelli della grande recessione). Il ramo vita risulta essere il più esposto al rischio tasso, anche se l'impatto negativo dei bassi rendimenti sulla redditività e la solvibilità delle assicurazioni vita potrebbe trasmettersi anche alle compagnie danni.

LE DIFFERENZE A LIVELLO INTERNAZIONALE

Il contesto analizzato si presenta variegato, con dinamiche diverse tra i Paesi Ue ed extra Ue: una ripresa dei tassi è più probabile in Usa che in Europa (dove si stima un aumento all'1% nei prossimi cinquant'anni); il tasso di disoccupazione presenta forti discrasie (oltre il 15% in Spagna, il 10% in Italia, il 6% in Germania e il 4% in Usa); e la dinamica inflazionista risulta ancora debole nel nostro Paese (escludendo beni alimentari e petrolio, l'inflazione è prossima all'1%), mentre è superiore al 2% in altri Paesi, tra cui la Spagna.

(continua a pag. 2)



INSURANCE REVIEW su FACEBOOK
Seguici sulla pagina cliccando qui

(continua da pag. 1)

Generalmente, le compagnie italiane presentano un rischio più contenuto nel rapporto tra attivo e passivo (*duration mismatch*), rispetto alle imprese assicurative internazionali, ma sono maggiormente esposte alla volatilità del mercato del debito sovrano a causa della spiccata presenza dei titoli di Stato nei loro portafogli.

L'ATTIVO GUIDA IL PASSIVO

Tra i principali risultati della ricerca, spiega **Domenico Curcio**, ricercatore presso l'Università di Napoli Federico II, si evidenzia l'incremento della quota degli attivi investita in strumenti a reddito fisso, mentre si rileva una riduzione di quella rappresentata da azioni e titoli a tasso variabile; dal lato del passivo, il livello del capitale è rimasto stabile, mentre sono aumentati gli investimenti a fronte delle passività di tipo *unit-linked*.

Inoltre, l'analisi delle correlazioni canoniche, che ha consentito di valutare l'effetto della diminuzione dei tassi di interesse sia sulle scelte di asset-liability management (Alm) sia sulla struttura interna di portafoglio, evidenzia che il legame tra attivo e passivo si è fortemente ridotto (anche se resta molto più forte di quello osservato per banche e imprese non finanziarie), aumentando i rischi relativi all'Alm; le compagnie hanno migliorato la propria capacità di gestire l'esposizione al rischio tasso attraverso strumenti di mitigazione *off-balance*; ma soprattutto, la composizione dei passivi avviene dopo avere scelto quella degli attivi, in base alle diverse opportunità di investimento.



MENO GARANZIE, PIÙ INTEGRAZIONE

In tale contesto, le strade da intraprendere per gestire il rischio derivante dai bassi tassi di interesse sono il ricorso a strumenti derivati, la riduzione dell'emissione dei prodotti con garanzie di prestazione minima e la diversificazione del modello di business, allargandolo alle attività di assicurazione non vita.

Secondo compagnie e regolatori, servono prodotti con maggiore appeal. In un momento in cui all'assicurato non viene più data neanche la garanzia di capitale, "l'innovazione di prodotto diventa una scelta indispensabile", conferma **Fabio Cerchiai**, vice presidente **UnipolSai**. Nel vita, secondo l'ex presidente **Ania**, "l'innovazione passa per l'abbinamento della componente di risparmio a quella di tutela dei rischi più prossimi e più facilmente accettabili dagli italiani" (storicamente avversi alle Tcm), tra cui le Ltc o le polizze salute per i grandi interventi.

Concorde sulla necessità di spingere sulle Ltc, anche **Paolo De Angelis**, professore ordinario all'Università di Roma La Sapienza, che auspica un ricorso a prodotti maggiormente assicurativi e con riduzione della clausola di garanzia.

IL PESO DELLA REGOLAMENTAZIONE

A sostegno dell'innovazione, viene invocata un'azione meno stringente della vigilanza. "Regole che assorbono troppo capitale - sottolinea Cerchiai - sopprimono il rischio rendendo l'innovazione del prodotto antieconomica".

Un maggiore sforzo viene richiesto, però, anche alle compagnie, proprio dal regolatore, il quale evidenzia come la modifica dell'asset allocation sia una strada ancora poco percorsa dalle imprese assicurative: "lo sforzo normativo - sottolinea **Riccardo Cesari**, consigliere **Ivass** - ha prodotto poco o nulla e c'è ancora qualcosa che trattiene le compagnie dal diversificare".

VERSO L'AZIONARIO, CON UN ORIZZONTE PIÙ LUNGO

Sull'importanza di optare per scelte alternative, concorda l'Ania seppur con i dovuti distinguo. Quello delle infrastrutture, ammette **Dario Focarelli**, direttore generale, è "un tema importante, a condizione che il sistema di capital charge di Solvency II funzioni bene". Più cauto sul *private placement*, che definisce ancora "poco trasparente", ma su cui le compagnie stanno già investendo seppur "con risultati non eccezionali"; appare interessante, seppur non facile, anche il *longevity risk*.

Secondo il dg Ania - che si dice convinto che i tassi piano piano risaliranno - in futuro, bisognerà investire nell'azionario, una scelta che il regolatore non deve demonizzare laddove rappresenta "un danno per il mercato e per i consumatori".

Ed è al vigilante che Focarelli rivolge l'ultima istanza, quella di favorire l'allungamento delle scadenze: avere regole, come Solvency II, che valutano i rischi e gli investimenti nell'orizzonte di un anno è un problema serio, mentre, conclude, "il rischio si dimezza se l'orizzonte temporale è quinquennale".

Telematica e sicurezza: un binomio vincente

In occasione del trentennale di Viasat, una rinnovata attenzione verso insurance telematics, auto connesse, big data e IoT. Come è emerso alla presentazione della speciale Guida alla Sicurezza 2017, che ha riunito gli attori del sistema

Viasat compie trent'anni. Prima ad aver progettato e diffuso un sistema satellitare per il mercato consumer, in grado di comunicare con un autoveicolo e inviare segnali di allarme a una centrale operativa in caso di incidente o furto, la società – nata da una joint venture tra **Seat** e **Magneti Marelli** – ha ideato una serie di iniziative, tra cui un video contest per premiare il talento giovanile, sconti per i nuovi clienti consumer e una speciale edizione della *Guida alla Sicurezza 2017*, dedicata a insurance telematics, connected car, big data e domotica.

Per festeggiare una storia di successo tutta italiana, il suo fondatore e presidente, **Domenico Petrone**, ha riunito nei giorni scorsi, a Roma, aziende, compagnie e quanti operano nel settore della telematica e dei servizi applicati alla sicurezza sulle strade. “Nessuno credeva che con l'elettronica si potesse fare l'automazione industriale, e invece oggi è realtà”, esordisce Petrone, rievocando una scommessa fatta oltre trent'anni fa, basata su un'idea rivoluzionaria: creare il primo sistema satellitare e i primi protocolli di comunicazione e di centrale operativa.

Dopo il successo, la decisione è stata quella di non delocalizzare, ma di continuare a produrre in Italia: “un'altra scommessa vinta, in un Paese dove abbiamo la brutta abitudine di inventare le cose per poi farcele scippare dagli altri”. E così, nonostante la scarsa attenzione della politica allo sviluppo industriale, il gruppo non ha abbandonato la convinzione “che in Italia si può produrre”, realizzando, al contempo, sinergie con realtà estere: negli ultimi 36 mesi, Viasat ha messo a punto numerose acquisizioni, utilizzando le capacità locali e divenendo una delle più solide realtà economiche italiane, all'interno di un gruppo, presente in oltre 50 Paesi tra Europa, Africa, Medio Oriente e America Latina, con oltre 600 dipendenti.

Aprirsi all'estero: una scelta obbligata

Il processo di internazionalizzazione è partito da una ragione di contesto. “Mentre tanti competitor diventavano globali – racconta **Marco Petrone**, ceo di **Viasat Telematics**, – noi eravamo riconosciuti solo riguardo a una singola applicazione. Viceversa, oggi, all'estero Viasat è percepita come un'azienda che ha numerose soluzioni”.

L'internazionalizzazione diventa una scelta obbligata anche per non essere facogitati da operatori esteri. “Sarebbe più comodo farsi comprare, ma noi abbiamo voluto uscire dalla zona di comfort e cogliere la sfida di aprirci all'estero”, spiega il ceo. Realizzando acquisizioni con l'intento di mettere insieme i migliori talenti: da un lato, imparando dagli altri; dall'altro, trasmettendo le proprie capacità.



Prevenire è meglio

Molto forti gli investimenti di Viasat in tecnologia: oltre due milioni di euro l'anno, in innovazione. Tra i progetti in sperimentazione, un dispositivo che previene il sinistro. Se ad oggi le scatole nere aiutano nella fase post sinistro, questo nuovo strumento mira a prevenire l'evento utilizzando 4 differenti big data: i black point, i red point (punti che possono diventare pericolosi in base allo stile di guida), i dati sul traffico locale e le previsioni meteo. “Questi quattro big data – spiega il fondatore Viasat – uniti allo stile di guida, aiutano a prevenire l'incidente in tempo reale”.

La tecnologia, ormai è assodato, può incidere in modo significativo sulla riduzione degli incidenti. Ben consapevole di questo, la **Fondazione Ania** ha investito, dalla sua nascita, 300 milioni di euro in educazione ai giovani, sicurezza stradale e tecnologie per il controllo dei comportamenti alla guida e la prevenzione di incidenti.

Protezione ad ampio spettro

Ma non solo. La Fondazione ha cambiato pelle, focalizzandosi sulla protezione dei rischi a tutto tondo. “Dal 2005, quando siamo partiti con le scatole nere, ad oggi – racconta **Sandro Vedovi**, responsabile progetti **Fondazione Ania** – i vantaggi sono stati evidenti nelle frodi, soprattutto nelle aree a maggior rischio, dove la situazione sta migliorando”.

In attesa di una modifica normativa, che vada di pari passo con l'evoluzione della tecnologia, la Fondazione continua il suo lavoro, con l'individuazione dei black point, l'attenzione all'immediato soccorso per il settore delle moto e l'estensione del concetto di protezione ad altri ambiti.

(continua a pag.4)

(continua da pag.3) Tra questi, quello delle catastrofi naturali (solo il 2% degli immobili è assicurato) dove le assicurazioni, in ottica di collaborazione con lo Stato, si propongono per attività di controllo degli edifici, nel post sisma, tramite scatole nere o di verifica delle condizioni di adeguamento e agibilità delle strutture; o ancora, con dispositivi telematici che forniscono alert in caso di alluvione o riducono il rischio per le abitazioni (sono 4 milioni gli incidenti domestici all'anno).

“La tecnologia, dunque, diventa l'elemento strategico, nell'auto, ma anche negli altri rami, per identificare lo stile di vita delle persone e creare non solo polizze di risposta ad un sinistro, ma una piattaforma di servizi”, spiega **Umberto Guidoni**, responsabile auto di **Ania**.

La certezza della sanzione

Se la tecnologia è di ausilio alla sicurezza, questa porta anche maggiori pericoli, come avviene nel caso dell'uso smodato di smartphone alla guida. Un fenomeno che ha innescato un'escalation di controlli e sanzioni (+30% per uso di telefono senza viva voce e auricolari), come conferma **Santo Puccia**, primo dirigente della **Polizia stradale**. Qui la svolta è stata il sistema di controllo da remoto della velocità media sulle strade di grande comunicazione, che “ha aiutato a modificare i comportamenti perchè consente la certezza della sanzione”. A dare man forte sarà anche il provvedimento che introduce l'immediato ritiro della patente di guida se si viene colti a usare smartphone alla guida.

Pronti alla sfida?

In definitiva, l'Italia è un mercato maturo in fatto di telematica e auto connesse. Nel 2016, si stima che la penetrazione italiana fosse la prima al mondo, con il 15% di polizze telematiche e un giro di affari di 3 miliardi, solo nell'auto, che si prevede raggiungerà i 5-6 miliardi nel 2020, dichiara **Amato Della Vecchia**, strategy insurance lead di **Accenture**.

Anche le assicurazioni stanno cambiando, aiutate dalla tecnologia. Secondo lo studio *Technology Vision for Insurance 2017*, il 79% degli executive del comparto ritiene che l'intelligenza artificiale e la Robotica aiuteranno le compagnie a ridurre i costi e a personalizzare il servizio sulle esigenze del cliente. “I tradizionali *insurer* hanno la grande opportunità di diventare *everyday insurer*, passando dall'essere semplici rivenditori di polizze e pagatori di indennizzo a partner della vita quotidiana attraverso l'offerta di servizi aggregati”, spiega Della Vecchia.

Resta solo da capire se l'Italia è pronta alla sfida telematica. “Che prevede – conclude **Pier Luigi Del Visco**, direttore centro studi **Fleet&Mobility** – l'innovazione della rete stradale ovvero la costruzione di autostrade digitali, capaci di dialogare con le tecnologie”.

L.S.

LIBRI

L'immaginazione dell'underwriter

Insurance Connect è media partner della presentazione del libro di **Ugo Serena**, “**Il mestiere d'immaginare**”: l'appuntamento è per giovedì 18 maggio, alle ore 18:00, a Milano, presso la sala conferenze di **Italiana Assicurazioni**

L'immaginazione non è solamente la miglior qualità che può sviluppare uno scrittore, uno sceneggiatore, un pittore, insomma qualcuno che abbia contatto con le profondità della propria sfera intellettuale ed emotiva. Anche chi si occupa di rischi può fare dell'immaginazione la propria miglior carta professionale: è quello che ha fatto in trent'anni di attività **Ugo Serena**, stimato underwriter che, partito da Londra nel 1988, ha lavorato per alcuni dei principali assicuratori italiani e riassicuratori internazionali.

La sua esperienza, i suoi consigli, anche molto pratici, si possono leggere ora nel libro *Underwriter - Il mestiere d'immaginare*, in cui Serena, con passo lieve e molta ironia, introduce chi, alle prime armi, vuole dotarsi delle conoscenze preliminari e necessarie per svolgere al meglio la professione di sottoscrittore, cioè di chi deve determinare ogni giorno forma e sostanza di un rischio. Il libro mira a essere semplice e intuitivo e a fornire elementi di base di analisi e *pricing*: i capitoli cui è rivolta più attenzione sono quelli dedicati al risk assessment, in cui l'autore spiega in modo semplice ma rigoroso il lavoro dell'underwriter, anche negli aspetti più tecnici.

Tuttavia, il libro contiene anche suggerimenti e spunti per sviluppare capacità accessorie e complementari alle conoscenze tecniche: come una comunicazione efficace, la capacità di negoziare, il parlare in pubblico, insomma tutti quegli aspetti che rientrano nella sfera professionale ma che sono chiamati *soft skill*.

Per parlare di questi temi direttamente con l'autore, Ugo Serena, e conoscere meglio il volume, l'appuntamento, di cui **Insurance Connect** è media partner, è per giovedì 18 maggio, alle ore 18, a Milano, presso la sala conferenze di **Italiana Assicurazioni**, in via Marco Ulpio Traiano, 18.

L'invito ai giovani underwriter è immaginare sempre nuove possibilità e non accontentarsi di fare il proprio compito ogni giorno, magari supportati da schemi già fissati che offrono poche possibilità di personalizzazione: non fate come le galline, dice Serena, non fermatevi a beccare sempre dalla stessa ciotola.

Fabrizio Aurilia

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

Convegno

24 MAGGIO 2017

MILANO | 9.00-14.00

Hotel Sheraton Diana Majestic, Viale Piave 42

COSÌ CRESCE IL RAMO VITA

Chairman Maria Rosa Alaggio*Direttore di Insurance Review e Insurance Trade*

- 09.00 - 09.30 - Registrazione
- 09.30 - 09.50 - **L'evoluzione del Ramo Vita**
Edoardo Palmisani, principal di The Boston Consulting Group
- 09.50 - 10.10 - **Polizze e consumatori: aspetti contrattuali**
avv. Maurizio Hazan, Studio Legale Taurini & Hazan
- 10.10 - 10.30 - **Il Ramo Vita tra nuovi prodotti e capacità distributive**
Alberto Vacca, chief executive officer of Life Entities & chief investment officer di Aviva Italia (video)
La distribuzione in agenzia. *Maurizio Tuttobello, responsabile distribuzione canale agenti e broker di Aviva Italia*
La distribuzione in banca. *Mario Guarnone, responsabile distribuzione canale banche e promotori finanziari di Aviva Italia*
- 10.30 - 10.50 - **Il ruolo della tecnologia**
Luigi Vassallo, direttore centrale Ict e organizzazione di Sara Assicurazioni
- 10.50 - 11.10 - **L'esperienza di Cattolica Assicurazioni**
Fabio Bastia, direttore vita e previdenza Gruppo Cattolica Assicurazioni
- 11.10 - 11.30 - Coffee break
- 11.30 - 11.50 - **Gli italiani e la previdenza**
Sergio Corbello, presidente di Assoprevidenza
- 11.50 - 13.00 - TAVOLA ROTONDA
Strategie di sviluppo del Ramo Vita: problematiche e opportunità
Fabio Bastia, direttore vita e previdenza Gruppo Cattolica Assicurazioni
Marco Brega, direttore vita di Vittoria Assicurazioni
Anna Deambrosis, direttore welfare di Reale Mutua
Pier Guido Durini, presidente del Gruppo Agenti Helvetia
Luca Lanzoni, chief information officer di Hdi
Alessandro Masatti, direttore finanziario di Assimoco
- 13.00 - 14.00 - Pranzo

Iscriviti su www.insurancetrade.it

Scarica il programma completo