

PRIMO PIANO

Il macigno sugli assicuratori

Si teme la tempesta perfetta: affrontare il violento impatto combinato di ingenti richieste di risarcimento e grandi perdite dagli investimenti. Soltanto tre settimane fa gli assicuratori globali ostentavano calma: dal momento che le epidemie sono escluse da molte polizze assicurative, una valutazione preventiva stimava bassi livelli di sinistri. Ma adesso lo spettro della recessione minaccia l'economia di tutto il pianeta, portandosi dietro una tetra prospettiva di un aumento delle insolvenze per un'ampia gamma di aziende: dalle compagnie aeree ai rivenditori. Senza dimenticare che, nel frattempo, anche gli investimenti degli assicuratori stanno subendo pressioni. Secondo un'analisi dell'agenzia Reuters, le grandi partecipazioni delle compagnie in titoli di Stato stanno diventando problematiche perché il rischio recessione cresce e i tagli dei tassi di interesse delle banche centrali hanno fatto precipitare i rendimenti. La prospettiva di una recessione globale si è riflessa in un indice delle azioni assicurative europee che dal 19 febbraio ha perso il 30% del valore.

Lo stress potrebbe aumentare man mano che i governi bloccheranno regioni o interi Paesi, e se molti grandi eventi, come le Olimpiadi di Tokio, verranno posticipati. Per leggere la news completa, clicca qui.

Beniamino Musto

INTERMEDIARI

Covid-19: la priorità delle compagnie sarà salvare gli agenti

Come per tutti i settori, la pandemia avrà un impatto al momento non calcolabile anche sulle agenzie, impegnate da anni in un percorso di rinnovamento per contrastare la riduzione dei margini. È necessario pensare da subito ad azioni di sostegno

Nessuno può prevedere quando si concluderà l'emergenza Covid-19, né come il Paese, le famiglie e le imprese ne usciranno. La crisi globale in cui siamo improvvisamente precipitati porta con sé tante incertezze a cui nessuno al momento può dare risposta.

Ci sono e ci saranno, senza dubbio, impatti rilevanti per il mercato assicurativo. Fin da subito le compagnie, così come le aziende leader dei principali settori, sono state protagoniste di iniziative a favore dei propri clienti: da sospensioni, dilazioni e proroghe dei pagamenti delle

polizze all'estensione delle coperture sanitarie e di quelle dedicate alle imprese. Altri interventi verranno, se non altro per arginare la probabile contrazione della capacità di spesa delle famiglie e le forti difficoltà che dovrà affrontare un sistema imprenditoriale che, proprio perché caratterizzato da piccole e medie imprese, è più a rischio rispetto ad altre economie.

Ma la prima priorità sarà salvare gli agenti, che tuttora rappresentano il canale principale nel motor (81,8% di quota di mercato) e nei danni non auto (62,4%) e mantengono seppur a fatica una certa rilevanza nel vita.

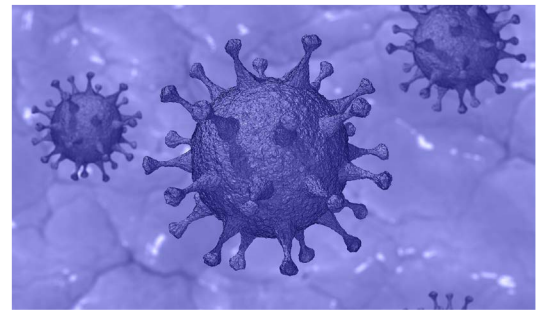
Soprattutto, quella degli agenti è una categoria a forte rischio perché reduce da una lunga crisi di sostenibilità, che pareva essersi arrestata solo recentemente.

UN CONTESTO CARATTERIZZATO DA RIDUZIONE DEI MARGINI

Da anni **Innovation Team** monitora l'evoluzione del sistema distributivo, che ha visto ridursi significativamente il numero di agenzie (da 15.474 nel 2008 a 10.989 a fine 2019) a fronte di una sensibile riduzione della quota di mercato (-8 punti sia nell'auto sia nei danni non auto) e un incremento della dimensione media di agenzia del 16,4% (gli incassi danni sono passati da 2.057 a 2.394 milioni di euro). I processi di efficientamento messi in atto dalle principali compagnie hanno arginato la crisi di redditività in corso: dal 2013, in cui il 64% delle agenzie denunciava un calo di redditività, la quota di agenzie con marginalità in decremento si è ridotta fino al 25,1% del 2019. Abbiamo utilizzato con cognizione il termine efficientamento, perché gli anni recenti non sono stati certo all'insegna della crescita per il canale: in dieci anni infatti gli agenti hanno perso cinque miliardi di premi nell'auto e mantenuto a fatica gli stessi premi nei danni non auto, business la cui crescita di questi ultimi anni è stata trainata soprattutto dalle banche.

Come può reagire il canale agenziale alla crisi appena esplosa? Senza addentrarsi in previsioni che risulterebbero soprattutto poco serie, vista l'incertezza che ci circonda (e in attesa dei necessari interventi pubblici), il primo passo è quello di analizzare in profondità gli economics di agenzia. Dall'indagine *Il cambiamento dell'intermediazione assicurativa e il punto di vista degli agenti*, che abbiamo svolto nell'autunno 2019 con la partecipazione di 3.250 agenzie, emerge un contesto tutt'altro che tranquillizzante: poco meno del 30% delle agenzie ha vissuto un biennio di riduzione dei margini, che a loro volta sono piuttosto bassi, se è vero che il 31% delle agenzie dichiara un margine inferiore al 5% dei ricavi e il 60% inferiore al 10%.

(continua a pag. 2)

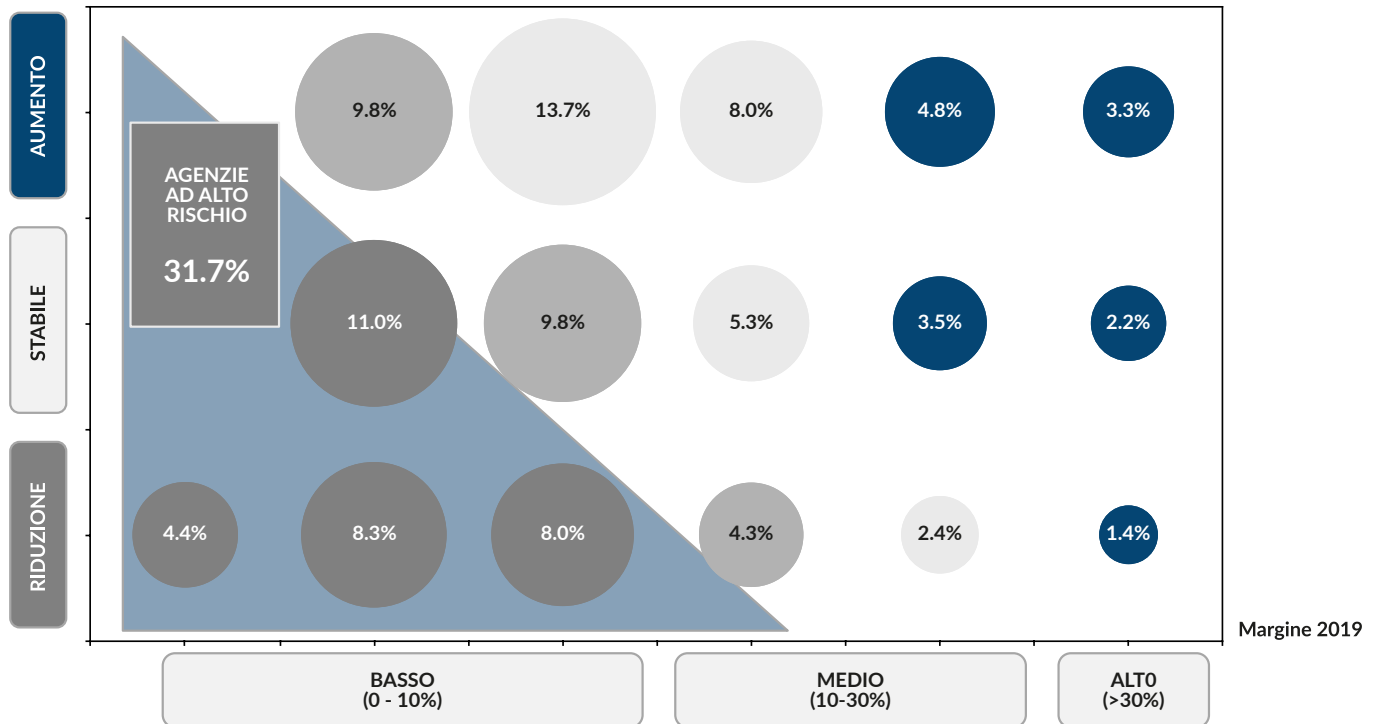


(continua da pag. 1)

MAGGIORI RISCHI A SUD E PER CHI FA SOLO AUTO

Considerando simultaneamente il trend recente e la marginalità dichiarata, come si vede dal grafico, il 31,7% delle agenzie appare a forte rischio nell'attuale contesto, e un ulteriore 28,9% presenta comunque elementi di rischiosità. Più a rischio appaiono le agenzie del Sud, quelle con una quota significativa di motor e quelle con incassi inferiori al milione di euro. Dati che inquietano se consideriamo che, anche una volta che sarà concluso l'attuale momento di stallo, è facilmente prevedibile che le famiglie avranno una ridotta capacità di spesa e che le imprese che sopravviveranno si troveranno comunque a fronteggiare forti complessità economiche. Senza parlare dei possibili impatti sui comportamenti dei clienti, che in queste settimane di ridotta mobilità si sono avvicinati ancora di più all'online. È quindi prevedibile una fase di contrazione dei ricavi, che può generare effetti devastanti su un sistema di business che tradizionalmente si caratterizza per un'elevata incidenza dei costi fissi rispetto ai costi complessivi (e che potrebbe dover assorbire ulteriori incombenze normative a seguito delle possibili modifiche al regolamento 40) e che riguarda, oltre ai circa 17.300 agenti operativi, anche circa 140mila persone fra dipendenti di agenzia, subagenti e produttori.

Trend redditività 18-19



Fonte: "Il cambiamento dell'intermediazione assicurativa e il punto di vista degli agenti", Innovation Team 2019

PREVEDERE AZIONI DI SOSTEGNO E RILANCIO

I timori sono confermati dagli agenti stessi, che in queste settimane hanno segnalato forti preoccupazioni per la tenuta del business, impossibilità di sviluppare nuovi affari e grandi difficoltà gestionali a causa della necessità di mantenere aperte le agenzie con personale ridotto. Nota positiva, le agenzie stanno riuscendo a gestire le operazioni con i clienti da remoto, sfruttando la digitalizzazione, ma senza fare mancare il proprio supporto alla clientela.

È quindi prioritario, per le compagnie, focalizzare l'attenzione sulle reti agenziali:

- nell'immediato, con interventi urgenti per arginare le complessità gestionali del momento e mirati a sostenere gli economics delle realtà maggiormente in difficoltà (anticipo degli incentivi, sospensione delle rate della rivalsa, contributi economici, ...), integrativi rispetto a quanto sarà previsto dalle misure del Governo;
- nel medio periodo, con un vasto piano di rilancio con il coinvolgimento degli agenti finalizzato a riorganizzare e trasformare i modelli distributivi in vista del contesto rivoluzionato che ci troveremo ad affrontare.

Fabio Orsi,
partner Innovation Team – Cerved Company

MERCATO

Goldman Sachs, l'allarme sulle riserve sinistri

Mancano dai 100 ai 200 miliardi di dollari a livello globale, secondo le stime degli analisti. Il settore assicurativo sta soffrendo sui mercati azionari, e non è solo per colpa del nuovo coronavirus. Ecco le strategie per rassicurare gli azionisti

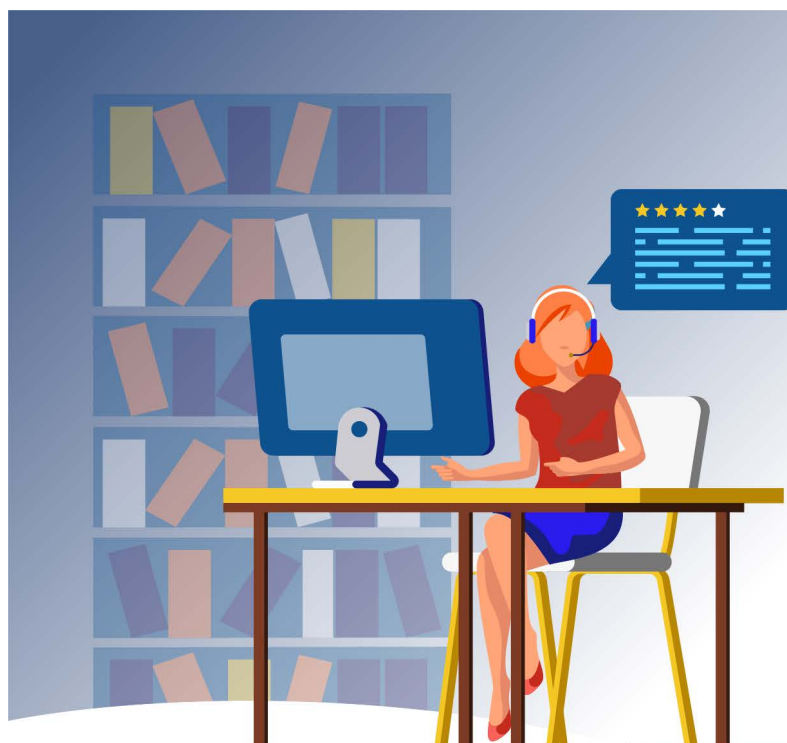
Alla fine dell'anno scorso, molti analisti avevano segnalato il rischio di un buco tra i 100 e i 200 miliardi di dollari nelle riserve sinistri del settore assicurativo. Un recente report di **Goldman Sachs**, intitolato *Addressing reserve uncertainty – a shareholder perspective* ha affrontato la questione dal punto di vista degli azionisti. Ai mercati, dicono dalla casa americana, non piacciono le incertezze, come dimostra il fatto che **Swiss Re** a inizio marzo ha perso in due giorni circa 3 miliardi di dollari di capitalizzazione dopo che ha riportato un andamento sfavorevole di circa 1,5 miliardi di dollari nel 2019. Già **Munich Re** aveva sottoperformato in borsa del 20% nei sei mesi precedenti in parte a causa delle preoccupazioni sull'incertezza delle riserve sinistri, ha precisato Goldman Sachs.

Coronavirus, ma non solo

Dall'inizio dell'anno il settore assicurativo europeo è sceso dell'11,5%, sottoperformando lo Stoxx 600 europeo di 3,1 punti percentuali ma sovraperformando il settore bancario del 6,4%.

È evidente che il recente sell-off sul mercato è stato trainato principalmente dalle notizie relative alla diffusione del coronavirus. I rendimenti decennali dei titoli di stato tedeschi e statunitensi sono diminuiti rispettivamente di 49 bp e 99 bp dall'inizio dell'emergenza, mentre gli spread del credito si sono ampliati. Gli indici azionari sono diminuiti mentre la volatilità è aumentata. Secondo gli analisti, l'aumento implicito del costo del capitale è guidato da una minore fiducia nei valori delle passività e dei profitti futuri dichiarati. Pertanto, l'incertezza sulle riserve introduce costi che sono reali per gli azionisti e pertanto meritano di essere affrontati, dice la banca d'affari, "anche se questi potrebbero non essere riflessi dai modelli di capitale utilizzati per il governo interno". (continua a pag. 4)

© Daniel Berkemann - Fotolia



SCENDIAMO IN CAMPO INSIEME
**PER TUTELARE
GLI INTERESSI**
DEGLI AGENTI DI ASSICURAZIONE

ISCRIVITI

RINNOVA



© Naypong - iStock

(continua da pag. 3)

Come ridurre l'incertezza

Uno dei modi più comuni per gestire l'incertezza legata alle riserve è istituire una *pre-empitive reserve charge* che riduca l'insicurezza associata alla passività. Ciò avvantaggia gli investitori, riducendo il rischio di potenziali cattive notizie, consentendo al mercato di spostare l'attenzione su altri aspetti dell'azienda. Il rovescio della medaglia, però, è che gli oneri di riserva non garantiscono la risoluzione del problema, mentre gran parte del vantaggio è spesso riservato ai futuri team di gestione e agli azionisti.

Il trasferimento del rischio è un'altra opzione per contenere i problemi di riservazione, con l'utilizzo di strumenti di copertura delle perdite in portafoglio. Il vantaggio della copertura è che limita l'esposizione all'area problematica, fornisce una verifica esterna delle valutazioni delle passività della società e può sbloccare il capitale. Tuttavia, il trasferimento del rischio può essere costoso, con premi che coprono gli andamenti sfavorevoli che spesso però rappresentano un valore percentuale medio basso del valore reale delle passività, sebbene ciò vari sostanzialmente in base alla struttura e alla natura delle passività stesse.

La strategia dell'attesa

Ma c'è anche un altro metodo per affrontare il rischio di riservazione: attendere e vedere cosa succede. Gli assicuratori danni con bilanci solidi hanno la possibilità di aspettare semplicemente che lo sviluppo negativo si stabilizzi. Una strategia di questo tipo può essere giustificata sulla base del fatto che il gruppo non è interessato dal punto di vista operativo fintanto che la solidità finanziaria è garantita; si tratta di un approccio che consente di risparmiare sui costi di trasferimento del rischio e protegge la trasparenza.

Tuttavia, questa strategia lascia nell'incertezza gli azionisti per un tempo indeterminato, in particolare poiché l'inazione suggerisce implicitamente che altre opzioni potrebbero essere state considerate troppo costose da perseguire. In effetti, ragionano gli analisti, "se una strategia improntata all'attendimento non funziona correttamente, non è raro che seguano cambiamenti strategici e operativi più ampi". Non esiste un modo giusto per porre rimedio a un problema di riservazione, ma i mercati azionari spesso preferiscono la scelta rispetto all'inazione.

Fabrizio Aurilia

COMPAGNIE

Allianz, pronti 75 milioni per gli agenti

Approvato con le rappresentanze aziendali un pacchetto di misure per sostenere la rete distributiva di fronte alla pandemia di coronavirus

Allianz Italia mette sul piatto 75 milioni di euro per sostenere economicamente la propria rete agenziale di fronte alla pandemia di coronavirus. Nei giorni scorsi, come ha reso noto un comunicato stampa, l'impresa assicurativa ha infatti concordato con le rappresentanze aziendali un pacchetto di misure eccezionali volte a sostenere, in un momento difficile per l'intero mercato, un canale distributivo che viene definito "centrale nelle strategie della compagnia". Complessivamente, le iniziative approvate valgono appunto 75 milioni di euro.

"In questi giorni difficili Allianz rafforza i legami con i propri agenti e per loro tramite con i propri clienti", ha commentato **Giacomo Campora**, amministratore delegato di Allianz Italia. "Con 75 milioni di euro di cassa a loro disposizione – ha aggiunto – le agenzie potranno lavorare con maggiore tranquillità e servire al meglio i clienti, consentendo al tempo stesso al proprio personale di agenzia di lavorare nelle migliori condizioni possibili di protezione della propria salute, garantendo i servizi indispensabili alla clientela".

Parole di soddisfazione per i vertici delle rappresentanze aziendali: **Umberto D'Andrea** per **Aaa**, **Dario Piana** per **Gama** e **Paolo Sacchi** per **Magap** hanno voluto commentare in maniera congiunta l'accordo, sottolineando che la compagnia "ha dimostrato attenzione alle esigenze della propria rete agenziale, recependo anche le nostre proposte, ed è scesa in campo con vigore e con un ventaglio di iniziative atte ad affrontare con maggiori risorse una situazione davvero complessa e per metterci nelle condizioni di essere a supporto della clientela. Anche l'attenzione espressa dal dottor Giacomo Campora per tutto il personale delle nostre agenzie e per la priorità assoluta della nostra salute – hanno concluso – è stata molto apprezzata".

Giacomo Corvi

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 17 marzo di www.insurancetrade.it – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577