

PRIMO PIANO

Servono prodotti più semplici

Per rispondere all'incertezza della pandemia, bisogna dare ai clienti maggiori certezze. Per questo i Lloyd's richiamano tutta l'industry assicurativa alla costruzione di prodotti più semplici per rispondere alle sfide del Covid-19. In un report, la corporation con base a Londra definisce una serie di modi in cui il settore potrebbe rimuovere la complessità e fornire maggiore chiarezza di copertura ai propri clienti. La pandemia, scrivono i Lloyd's, ha messo in moto un cambiamento sociale irreversibile in tutto il mondo, richiedendo nuove soluzioni assicurative e una maggiore protezione per le esigenze dei clienti a breve, medio e lungo termine. "Nel momento in cui Paesi e le imprese iniziano a riaprire con cautela e a riprendersi dagli impatti economici e sociali immediati, il settore assicurativo deve cogliere questa opportunità per migliorare il modo in cui protegge i propri clienti", spiegano i Lloyd's.

Ma se la risposta dell'industry assicurativa globale e gli sforzi di ripresa del settore proseguono attraverso pagamenti di indennizzi, donazioni di beneficenza e innovazioni di prodotto, "ci sono state complicazioni distinte derivanti dall'incertezza della copertura assicurativa pandemica e dalle conseguenti controversie giudiziarie tra assicuratori e clienti".

Per leggere la news completa, clicca qui.

Beniamino Musto

MERCATO

Superbonus: una riflessione industriale sul settore assicurativo

L'iniziativa del Governo offre alle compagnie numerose opportunità, dal rilancio dell'ecosistema property al consolidamento delle relazioni imprenditoriale, passando per la valorizzazione delle reti. Per coglierle, tuttavia, è necessario un adeguamento del modello di business tradizionale

PRIMA PARTE

Tra le iniziative messe in campo dal Governo per sostenere la ripresa del Paese, a seguito dell'emergenza sanitaria da Covid-19, il Superbonus rappresenta indubbiamente una delle misure più rilevanti a livello sistemico. L'iniziativa, inclusa nel decreto Rilancio emanato a maggio 2020, è inoltre uno degli ambiti prioritari con cui il Governo intende utilizzare le risorse messe a disposizione dal Recovery Fund, che per l'Italia contano complessivamente più di 200 miliardi di euro. Il 37% di questi fondi, ossia circa 75 miliardi, potrà essere destinato a misure green, di cui una quota consistente sarà dedicata al Superbonus, con l'obiettivo di estendere questo strumento oltre il 2021, secondo quanto previsto dalle linee guida preliminari del Recovery Plan nazionale.

L'importanza strategica di questa iniziativa ha catturato da subito l'attenzione di alcuni settori industriali (banking, energy, edilizia) già attivi da tempo sui temi della riqualificazione energetica e del recupero del patrimonio edilizio con offerte dedicate come prestiti e mutui green, ristrutturazioni in ambito eco-bonus e sisma bonus.

Nel nuovo scenario generato dal Superbonus, gli operatori industriali hanno quindi capitalizzato le proprie competenze e i propri asset per lo sviluppo di offerte dedicate, gestendo internamente le attività core e avvalendosi di partnership con operatori terzi per estendere il presidio su più punti della value chain, come nel caso di intese con società di professionisti o imprese edili per la realizzazione degli interventi, accordi con società di consulenza per l'implementazione di strumenti e piattaforme dedicate alla gestione amministrativa e agli aspetti fiscali del processo.

(continua a pag. 2)



INSURANCE CONNECT È SU LINKEDIN

Iscriviti al gruppo Segui la pagina

Insurance Connect

(continua da pag. 1)

LE OPPORTUNITÀ PER IL MERCATO ASSICURATIVO

Anche il settore assicurativo sta dimostrando un forte interesse verso il Superbonus, tanto che i principali player sono già scesi in campo con delle offerte dedicate.

Al di là dell'opportunità generata dalla rilevazione dei crediti fiscali, ceduti da privati o condomini e dalle imprese edili che ristruttureranno gli immobili, e dall'offerta di prodotti assicurativi come la polizza a copertura degli eventi calamitosi e quella per la responsabilità civile dedicata agli asseveratori, il Superbonus rappresenta per il settore assicurativo un'occasione da cogliere per almeno quattro ragioni.

a) Rilancio dell'ecosistema property

In primo luogo, il Superbonus rappresenta per le compagnie una vera e propria porta d'ingresso e acceleratore per lo sviluppo di un'offerta di prodotti e servizi dedicata all'ecosistema property.

Il settore assicurativo ha già iniziato a ripensare la propria offerta in logica di ecosistemi di servizi (property, mobility, health, pmi) che abbracciano sempre più proposition e tendono a convergere tra loro, anche grazie ai dati e allo sviluppo di nuove tecnologie, che permettono agli operatori di gestire bisogni diversi e più ampi rispetto al proprio core business.

Tuttavia, fino a oggi, i maggiori sforzi del settore si sono focalizzati sullo sviluppo degli ecosistemi health e mobility, mentre sull'ecosistema property il mercato assicurativo non ha ancora definito un posizionamento forte, rispetto ad altri settori industriali con offerte già consolidate nell'ambito della casa: tech giant e operatori telco, per esempio, offrono prodotti e servizi dedicati al mondo della smart home e gli operatori energy affiancano alle utenze luce e gas anche l'offerta di soluzioni Internet per la casa e rete mobile.

L'ecosistema property detiene quindi un ruolo sempre più centrale, anche alla luce del cambio di abitudini imposto dal Covid-19, ed è particolarmente sentito da:

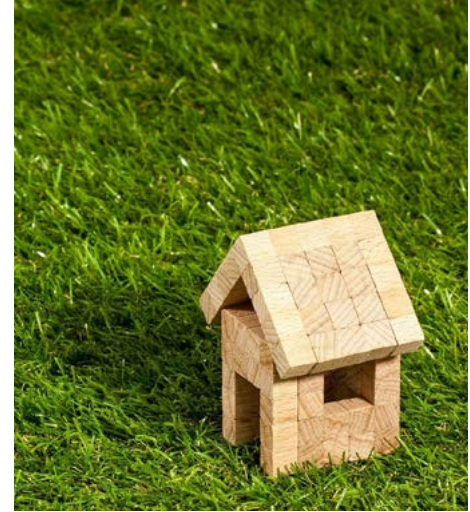
- **Cittadini:** considerano la casa il proprio quartier generale e, allo stesso tempo, l'hub all'interno del quale trovano origine e si sviluppano tutti i principali bisogni e ne sorgono di nuovi. Basti pensare alla profonda trasformazione digitale che ha sperimentato il nostro Paese durante la pandemia da Covid-19, che ha avuto come palcoscenico proprio le nostre case. Secondo una ricerca condotta da **Swg**, durante il lockdown circa 13,5 milioni di italiani hanno utilizzato le videochiamate per la prima volta, circa 12 milioni hanno ordinato la spesa a domicilio e circa 11 milioni hanno utilizzato il food delivery, sempre per la prima volta. La casa inoltre, a seguito dell'emergenza, è diventata un'estensione naturale dei network di assistenza, ossia il luogo dove gestire in prima battuta le necessità di accesso ai servizi sanitari attraverso la telemedicina, andando oltre l'offerta di servizi di assistenza strettamente legati all'ambiente domestico come gli interventi di idraulici e elettricisti;
- **Imprese:** un numero crescente di operatori, tradizionali e non, sta investendo ingenti risorse economiche in ambito property e, grazie all'utilizzo di nuove tecnologie e alla valorizzazione dei dati, i player stanno sviluppando un'offerta destinata al mondo della casa sempre più eterogenea e cross-industry. Se guardiamo al mercato della smart home, in Italia sta crescendo a ritmi sostenuti e nel 2019 ha raggiunto un valore di 530 milioni di euro (+40% sul 2018, secondo l'Osservatorio Internet of Things del **Politecnico di Milano**), trainato da soluzioni per la sicurezza, smart speaker ed elettrodomestici (oltre il 60% del mercato a livello complessivo), ma anche da un'offerta di servizi complementare, come ad esempio il monitoraggio e il supporto per la riduzione dei consumi, la tele-medicina e la tele-assistenza e i servizi concierge;
- **Istituzioni:** la casa rappresenta per le istituzioni un tema prioritario ed elemento centrale sul quale impostare le politiche di sostenibilità ambientale. Oltre al più recente decreto Rilancio che ha introdotto la normativa Superbonus, è stato un ambito primario all'interno di tutte le leggi di Bilancio degli ultimi anni, con diverse disposizioni che prevedono l'introduzione di incentivi e agevolazioni fiscali dedicate ad interventi di riqualificazione e ammodernamento degli edifici in ottica innovativa e sostenibile.

Il Superbonus rappresenta, quindi, un acceleratore per riposizionare il settore assicurativo agli occhi del cliente, trasformando le compagnie in un partner in grado di gestire tutti i bisogni legati alla casa e all'ecosistema property, alla stregua di quanto già avviato per gli ecosistemi health e mobility.

b) Consolidamento delle relazioni con le imprese

Un'altra opportunità generata dal Superbonus è relativa al consolidamento delle relazioni con le imprese del sistema casa, un mercato rilevante se si pensa che conta circa un milione di aziende (circa 500mila nelle costruzioni, circa 238mila nelle attività immobiliari e circa 196mila studi di architettura, di ingegneria e tecnici), come stimato da **Confartigianato**.

(continua a pag. 3)





(continua da pag. 2)

Le compagnie hanno l'opportunità di rivolgersi a questi target non solo attraverso una soluzione dedicata al Superbonus (acquisto del credito dalle imprese edili, polizze RcC per asseveratori), ma anche sviluppando un modello di offerta per la gestione dei bisogni delle imprese a 360 gradi, che includa coperture assicurative come la protezione key man (responsabilità civile, tutela legale, salute, ecc.), la protezione impresa (incendio, furto, guasti ai macchinari, cyber risk) e la protezione dei dipendenti, nonché servizi a valore legati a bisogni di liquidità (servizi di consulenza per accesso a credito e finanziamenti), di gestione del rischio (servizi di risk management, orientamento e consulenza su crisis management), alla gestione della business continuity (servizi di consulenza per la remotizzazione delle attività) e alla gestione dei lavoratori (advisory per la gestione delle risorse umane, in termini di policy interne e welfare aziendale).

c) Valorizzazione della rete distributiva

In terzo luogo, il settore assicurativo ha la possibilità di valorizzare la capillarità e le competenze della propria rete distributiva, che in Italia conta più di 200mila soggetti tra agenti, subagenti e produttori. Questi assumono un ruolo chiave lungo tutto il processo legato all'offerta Superbonus, diventando il potenziale focal point per il cliente, privato, condominio o impresa che sia, e supportandolo lungo tutto l'iter amministrativo.

In un contesto in cui la normativa è in fase di consolidamento e il cliente si troverebbe a gestire autonomamente un processo amministrativo molto articolato, con la produzione e verifica della documentazione richiesta, la ricerca dell'impresa edile o dei professionisti per l'adempimento di tutte le certificazioni necessarie e molto altro ancora, è chiave quindi avere un punto di riferimento unico per il cliente, e la rete agenziale dispone di tutte le caratteristiche per poter giocare questo ruolo.

d) Gestione patrimoniale dei crediti

Non da ultimo, l'opportunità relativa all'acquisto dei crediti d'imposta che possono essere utilizzati dalle compagnie come potenziali attivi a copertura delle riserve tecniche.

Luigi Onorato,

insurance sector leader e Fsi innovation leader di Deloitte Italia

(La seconda parte dell'articolo sarà pubblicata su Insurance Daily di giovedì 15 ottobre)



SOCIETÀ E RISCHIO
L'INFORMAZIONE PER UN MONDO CHE CAMBIA

RIVISTA ON LINE DI CULTURA
DEL RISCHIO E CULTURA ASSICURATIVA

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

www.societaerischio.it



Sono i rischi globali a preoccupare le imprese

Secondo il Regional Risks for Doing Business 2020, i business aziendali temono l'impatto della crisi economica post-covid, le malattie infettive e le conseguenze dei cambiamenti climatici

Cambia la percezione dei business leader verso il rischio, con una maggiore attenzione sugli effetti che i grandi cambiamenti possono avere sui risultati delle proprie imprese. Più che un singolo rischio, sono quelli derivati da minacce su ampia scala a preoccupare, anche in virtù della difficoltà di prevenirle e controllarle. Oltre a ciò, emerge un diverso senso di responsabilità, con la possibilità di agire per migliorare l'ambito e la società in cui si opera.

Rientrano tra questi macro-rischi l'aumento della disoccupazione a causa della pandemia, la gestione dei progressi dell'automazione, i cambiamenti climatici e la transizione verso economie più verdi.

Uno sguardo sulle principali preoccupazioni delle principali aziende mondiali emerge dalla mappa interattiva *Regional Risks for Doing Business 2020*, realizzata dal **World Economic Forum** e sviluppata in collaborazione con **Marsh & McLennan Companies**, **Zurich Insurance Group** e **SK Group**. L'analisi si basa sulle risposte fornite da 12mila business leader di 128 Paesi a cui è stato sottoposto un elenco di 30 rischi globali e chiesto di selezionare i cinque che ritengono più impattanti sullo svolgimento delle loro attività nei prossimi 10 anni.

Le regioni oggetto di indagine sono Eurasia, Europa, America Latina e Caraibi, Medio Oriente e Nord Africa, America del Nord, Asia meridionale, Africa subsahariana.

La disoccupazione è il principale timore dei business leader



a livello globale, con la crisi finanziaria che da prima preoccupazione del 2019 scende invece al terzo posto.

Prevedibilmente, le malattie infettive sono risalite di 28 posizioni fino a diventare il secondo rischio più ricorrente nella top 10 di tutte le regioni a esclusione dell'Asia meridionale, l'Asia orientale e il Pacifico.

Nelle prime posizioni si rilevano soprattutto i rischi legati all'economia, ma rispetto allo scorso anno salgono i rischi climatici, in particolare le catastrofi naturali (risalite di sette posizioni), gli eventi meteorologici estremi (+5), la perdita della biodiversità e il collasso degli ecosistemi (+8) e il mancato adattamento ai cambiamenti climatici (+2). Scende la preoccupazione per altri rischi come le catastrofi ambientali attribuibili all'uomo (scese di sei posizioni), il fallimento della pianificazione urbana (-7) e gli attacchi terroristici (-9).

Con un focus sull'Italia, emerge la preoccupazione per le conseguenze economiche della pandemia, con il 42% delle 50 principali società quotate del Paese che ha indicato il Covid-19 nella sezione rischi dei propri bilanci.

Nella nota congiunta dei redattori, si afferma che i repentini cambiamenti di questo 2020 hanno reso evidente la necessità delle imprese di adottare modelli di resilienza organizzativa, così da potersi adattare più facilmente alle situazioni di rapido cambiamento.

Maria Moro



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

XVIII CONVEGNO Benpower

Venerdì 16 ottobre in diretta web

IL CAMBIAMENTO

Pianificare e reagire alle emergenze.

- 10.00** **Introduzione**
Ben Isufaj, Amministratore e Fondatore di Benpower
- 10.10 - 11.20** **Tavola rotonda: Preparati all'imprevedibile**
Daniele Barini, Presidente Anpre
Claudio Gava, Responsabile Divisione Sinistri Itas
Paolo Iurasek, Vice Presidente Anapa Rete ImpresAgenzia
Massimo Lordi, Placement Officer Wholesale Insurtech Network
Lorenzo Spagna, Presidente CdA Rda Servizi e Direttivo Assiprovider
Anna Vaglietti, Presidente Women in Insurance Network e socio Aipai
Luigi Viganotti, Presidente Acb Associazione Categoria Brokers
modera **Maria Carolina Balbusso**,
Responsabile Marketing e Comunicazione Benpower
- 11.20 - 11.30** **Nuovi paradigmi**
Massimo Michaud, Presidente Cineas
- 11.30 - 12.30** **Interviste di Maria Rosa Alaggio**,
Direttore Responsabile Insurance Review
- **I contenuti di una strategia per la gestione delle emergenze**
Lorenzo Bizio, Responsabile Sinistri Property Generali Italia
- **L'innovazione nel processo di conduzione dei sinistri property**
Sergio Ginocchietti, Dirigente Liquidazione Property UnipolSai
- **Sinistri e servizio, un binomio in evoluzione**
Luca Nava, Head of Claims Allianz Global Corporate & Specialty
- 12.30** **Conclusione**
Renato Vecchio, Direttore Network Assicurativo Benpower

CLICCA QUI PER REGISTRARTI
GRATUITAMENTE AL CONVEGNO ONLINE