

PRIMO PIANO

Allianz va oltre le aspettative

Il gruppo Allianz ha realizzato nel terzo trimestre dell'anno un utile netto di 2,1 miliardi di euro, mettendo a segno un'inaspettata crescita del 6%: il consensus di mercato non andava oltre gli 1,6 miliardi di euro. Alla base del risultato, come spiega una nota, ci sono "gli effetti di investimenti non operativi", solo in parte appesantiti da maggiori spese di ristrutturazione e integrazione e da più bassi profitti operativi. "Abbiamo raggiunto risultati solidi - ha commentato il group ceo Oliver Baete - in un contesto di mercato particolarmente sfidante. Crediamo non solo di poter superare bene la crisi del Covid-19, ma anche di poter costruire una società più forte". Proprio a causa dell'emergenza coronavirus Allianz non ha voluto fornire previsioni sui risultati alla fine dell'anno. Il cfo Giulio Terzariol ha inoltre sottolineato, come riportato dalla Reuters, che l'esito delle elezioni presidenziali negli Stati Uniti potrà incrementare ulteriormente la volatilità dei mercati finanziari. L'indice di solvibilità si è attestato al 192%, in crescita rispetto al 187% del secondo trimestre dell'anno. Il profitto operativo del ramo danni è rimasto sostanzialmente inalterato a 1,3 miliardi di euro nel terzo trimestre, mentre quello del vita è risultato in crescita grazie all'aumento del margine di investimento negli Usa e in Asia.

G.C.

CONVEGNO

Rc auto, il valore della trasparenza in un anno in chiaroscuro

Mentre la pandemia di Covid-19 non dà tregua, il 2020 è stato comunque ricco di novità per il settore assicurativo. Il convegno di Insurance Connect sul comparto motor ha affrontato, grazie ai suoi autorevoli relatori, tutti i temi principali, cercando di guardare al futuro con un po' più di ottimismo

Oltre 350 persone hanno assistito in diretta streaming all'annuale convegno di **Insurance Connect**, editore di questo quotidiano, sull'Rca, intitolato *Rc auto, l'evoluzione della trasparenza*. Quest'anno il filo conduttore dell'evento, che ha ospitato molti confronti tra autorevoli relatori, esperti e addetti ai lavori, è stato proprio la trasparenza. Un termine che accostato al settore motor vuol dire tante cose: in primis, come ha detto nella sua introduzione **Maria Rosa Alaggio**, direttrice delle testate di Insurance Connect e coordinatrice del convegno, è necessario che il settore assicurativo imposti la relazione con il cliente nel modo più trasparente possibile. Alcuni presidi possono aiutare questo rapporto: ad esempio il contratto base, cui è stato dedicato un intero panel durante la giornata. Ma sono essenziali anche processi più fluidi e interventi sui sistemi, sulla filiera liquidativa, iniziative concrete verso i canali distributivi, che devono esprimere un'elevata capacità di servizio. Tutte tematiche approfondite nel corso della giornata.

In tutto questo, la tecnologia si è dimostrata fondamentale e al centro dell'importante riflessione sull'ecosistema della mobilità. Il convegno è stato aperto da due interessanti interventi che hanno fatto il punto sui cambiamenti della mobilità, individuando le peculiarità del mercato italiano e delineando gli scenari futuri.

LA NUOVA MOBILITÀ CHIAVI IN MANO

Lorenzo Tavazzi, partner di **The European House Ambrosetti**, ha evidenziato alcune criticità storiche che sconta il sistema italiano dei trasporti, come i costi esorbitanti pagati per esternalità negative prodotte sul trasporto su strada (traffico, incidentalità, emissioni, congestione). (continua a pag. 2)



INSURANCE REVIEW È SU LINKEDIN

Segui la pagina

INSURANCE
REVIEW

in

(continua da pag. 1)

Inoltre, nel trasporto urbano collettivo si registra un gap infrastrutturale rispetto ai maggiori Paesi europei. Il primo punto da cui partire secondo Tavazzi, è quello di ribilanciare il trasporto pubblico-privato, investendo in infrastrutture in modo integrato, facendo evolvere il paradigma della mobilità verso sistemi più sostenibili. Occorre reinventare la mobilità pensandola come servizio (*mobility as a service*), il che significa andare oltre la mobilità individuale e di proprietà e pianificare la propria mobilità attraverso l'integrazione di diversi servizi.

Luigi Onorato, insurance sector leader e Fsi innovation leader di **Deloitte Italia**, ha invece inquadrato lo scenario a proposito delle implicazioni per gli assicuratori. Secondo Onorato, la mobilità è al centro delle strategie di diversi operatori che offrono servizi oltre il proprio core business, dando vita a un'offerta ricca e cross-industry. In questo ecosistema l'assicurazione ha un grande vantaggio competitivo, e grazie all'esperienza acquisita con la telematica, i player sono grado di comprendere e interpretare al meglio i dati provenienti dalle black box. Onorato ha osservato anche che per evolvere il proprio modello di business in una logica di ecosistema, le assicurazioni devono partire dalle proprie caratteristiche industriali facendo leva su asset distintivi, adottando un approccio selettivo e aperto all'esterno.

DAL SINISTRO ALLA LIQUIDAZIONE

La panoramica e le prospettive della mobilità illustrate da Tavazzi e Onorato hanno aperto le porte a una riflessione sul ruolo delle nuove tecnologie nell'automotive. In particolare **William Marenaci**, research manager di **Cetif**, ha focalizzato il proprio intervento sul ruolo della telematica e dell'intelligenza artificiale nella Rc auto. I dati prodotti dai veicoli, uniti alle informazioni interne ed esterne che le compagnie possono essere in grado di raccogliere sul cliente, rappresentano un bacino informativo attorno al quale poter adattare il processo di gestione del sinistro in tutte le sue fasi in maniera integrata, dall'evento dannoso fino alla liquidazione.

Già ora alcune compagnie si servono di sensori per rilevare il crash, inviare un soccorso in caso di necessità e aprire il sinistro con le prime informazioni raccolte, la documentazione relativa al sinistro può risultare precompilata per via digitale così da accelerare il processo, sistemi tecnologici integrati permettono di effettuare una video perizia in collaborazione con il perito, e infine la conoscenza del profilo del cliente e la sua esperienza con la compagnia può preludere a una liquidazione del sinistro in pochi minuti.

CONTRATTO BASE, FUORI TEMPO MASSIMO?

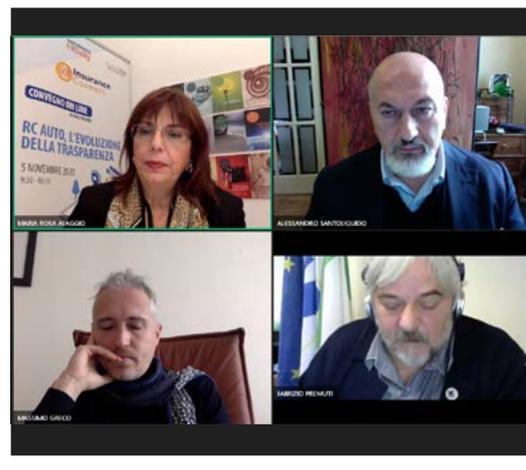
Anche l'evoluzione normativa porta con sé una dose d'innovazione. È il caso del contratto base Rc auto, strumento introdotto nel 2012 che soltanto lo scorso giugno ha visto le sue condizioni minime pubblicate in Gazzetta Ufficiale. Il tema è stato al centro di un confronto fra **Massimo Greco**, dirigente della Divisione promozione della concorrenza, semplificazione per le imprese e servizi assicurativi del ministero dello Sviluppo economico, **Fabrizio Premuti**, presidente di **Konsumer**, e **Alessandro Santoliquido**, amministratore delegato di **Amissima**.

Il tema ha sostanzialmente diviso in due il tavolo dei relatori. Da una parte, Premuti e Santoliquido hanno sottolineato come quella del contratto base sia una novità arrivata fuori tempo massimo: pensato in un contesto di mercato completamente diverso da quello attuale, lo strumento comporterà nuovi oneri per gli addetti ai lavori e nessun vantaggio tangibile per i consumatori. Dall'altra, Greco ha invece evidenziato che il contratto base costituisce un importante punto di inizio per un più ampio insieme d'iniziative che il Mise, di concerto con l'Ivass, sta adottando per favorire la diffusione della cultura assicurativa fra la popolazione.

COMPETITIVITÀ, MERCATO E RISTORI AGLI ASSICURATI

L'Rca, come si è visto finora, da sempre è caratterizzata da questioni di sistema, di mercato, ma anche di sostenibilità. Per questo, i player chiedono importanti revisioni e riforme, come si è visto nella tavola rotonda Rc auto: problematiche, capacità concorrenziali e nuove soluzioni per la tutela degli italiani, che ha coinvolto **Antonio De Pascalis**, capo del servizio studi e gestione dati di Ivass; **Umberto Guidoni**, responsabile della direzione business di Ania e segretario generale della **Fondazione Ania**; **Flavio Menichetti**, responsabile auto di **UnipolSai**; **Roberto Serena**, responsabile flotte auto di **Generali Italia**; **Alberto Tosti**, direttore generale di **Sara Assicurazioni**; con il contributo delle riflessioni di **Maurizio Hazan**, giurista e avvocato dello studio legale Taurini-Hazan.

(continua a pag. 3)





(continua da pag. 2)

I relatori si sono confrontati, anche in modo acceso: da un intervento sul meccanismo del bonus/malus, giudicato ormai inefficace, al preventivatore, fino a tutti quegli aspetti che possono introdurre nel mercato nuova concorrenza e competitività. Tra le posizioni di Ania e Ivass è emersa una certa distanza, soprattutto riguardo al famoso tesoretto che hanno accumulato le compagnie durante il primo lockdown della scorsa primavera: come noto, Ivass ha inviato una lettera al mercato per capire come il sistema intende redistribuire i risparmi condividendoli con gli assicurati. Questione complessa, però, che le compagnie hanno gestito in ordine sparso e che è difficile condensare in un eventuale provvedimento con carattere di generalità.

ECOSISTEMI DELL'RC AUTO

La sessione pomeridiana si è aperta con una tavola rotonda sul fenomeno delle partnership a valore aggiunto, cui hanno partecipato **Marco Buccigrossi**, direttore business di **Verti**, **Alberto Busetto**, responsabile connected business di **Generali Jeniot**, **Michele Lomazzi**, head of protection di **Ing Italia**, e **Ivan Pivrotto**, head of business & operations di **Quixa Assicurazioni**.

Le testimonianze dei relatori hanno fatto ben comprendere l'ampia diffusione che il fenomeno delle partnership ha avuto negli ultimi anni: ormai l'assicuratore non si pone più come un semplice venditore di polizze a quattro ruote, ma ha l'ambizione di diventare un fornitore di servizi in grado, grazie al contributo di terze parti, di rispondere a tutte le esigenze di guida del cliente. Ecco allora che, accanto alla semplice copertura, fioriscono offerte che includono servizi di assistenza in caso di incidente o sistemi di pagamento per tutte le spese legate alla gestione della propria vettura. Il tutto reso ancora più accessibile grazie all'utilizzo di app e device tecnologici che consentono al cliente di avere un ecosistema dei servizi auto a portata di smartphone. Un modello di business innovativo, ormai divenuto parte integrante di tutte le strategie di impresa del settore.

COME MIGLIORARE LA GESTIONE SINISTRI

Come da consuetudine, il convegno si è concluso con un confronto di esperienze relative alla gestione sinistri. **Mauri-**



zio Rainò, direttore claims di **Axa Italia**, ha parlato di come la compagnia abbia ridefinito le fasi della catena di gestione del sinistro attraverso la tecnologia, intervenendo sui processi e sui sistemi, ma anche sulla relazione con i clienti, la cui aspettativa è fortemente aumentata. Questo spinge a ridisegnare la customer journey verso una maggiore trasparenza. Un lavoro che all'interno di **Reale Group** ha portato a una stretta collaborazione tra **Reale Lab** e **Reale Mutua**, i cui risultati sono stati illustrati da **Gianluca Lorenzi**, head of Reale Lab 1828 e **Luigi Barone**, direttore sinistri di Reale Mutua, che hanno spinto verso un approccio nuovo alla gestione dei claims, da un lato automatizzando talune attività ricorrenti, dall'altro puntando su specializzazione e antifrode.

Un lavoro che è stato portato avanti anche da **Groupama Assicurazioni** che con il contributo di **G-Evolution** sta ridisegnando il processo di gestione dei sinistri, abbandonando la logica generalista al fine di garantire quell'efficienza che produce un vantaggio per il cliente, come ha sottolineato il direttore sinistri della compagnia, **Massimo Toselli**. **Ferdinando Scoja**, direttore sinistri di **Assimoco**, ha invece portato il punto di vista del cliente bancario, rispetto al quale è necessario puntare su un servizio personalizzato, uscendo dalla logica del sinistro automatizzato.

La conclusione della discussione, affidata a **Sergio Tusa**, sales director di **Cambridge Mobile Telematics**, ha analizzato in che modo la tecnologia, nel più ampio senso del termine, può essere utile in prospettiva, partendo dal ruolo che i dati in fase assuntiva, ma anche in un'ottica antifrode. Secondo Tusa, la migliore conoscenza del cliente passa dai dati e dall'engagement, che non deve limitarsi al momento del sinistro o del rinnovo della polizza.

Tutti i video del convegno saranno disponibili a breve sul sito, mentre nel prossimo numero di **Insurance Review** saranno presenti i resoconti puntuali degli interventi e delle tavole rotonde.

Fabrizio Aurilia,
Giacomo Corvi,
Maria Moro
e **Beniamino Musto**



VETRO AUTO
ROTTO?
NON ASPETTARE



GLASSDRIVE
Un marchio Saint-Gobain



Insurance Review

Strategie e innovazione per il settore assicurativo

La rivista che rende l'informazione specialistica
dinamica e immediata.
Uno strumento di aggiornamento e approfondimento
dedicato ai professionisti del settore.

Abbonati su www.insurancereview.it
Abbonamento annuale € 80,00 (10 numeri)

oppure scarica l'app Insurance Review



Puoi sottoscrivere l'abbonamento annuale nelle seguenti modalità:

- Compilando il form on line all'indirizzo www.insurancetrade.it/abbonamenti
- Inviando un'email a abbonamenti@insuranceconnect.it

Modalità di pagamento:

- On line con Carta di Credito all'indirizzo www.insurancetrade.it/abbonamenti
- Bonifico bancario Antonveneta IBAN IT 94 U 01030 12301 0000 0158 0865

FUTURO DE
RA SOSTENI

NORMATIVA 14 ATTUALI

ribuzione
ativa
ale bancario

La sfida di An
per il rilancio
del Paese

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