

PRIMO PIANO

Lemonade, soluzione auto

Lemonade si appresta a fare il suo ingresso nel mercato delle polizze auto. L'insurtech ha annunciato ieri, attraverso una nota stampa, che entro la fine dell'anno presenterà ufficialmente la sua nuova soluzione auto, battezzata Lemonade Car. "Vediamo una crescente domanda di polizze auto targate Lemonade dai nostri clienti", ha commentato Shai Wininger, coo e co-fondatore della società. "Così, dallo scorso anno una grossa fetta del nostro team sta lavorando a quella che crediamo possa diventare una delle migliori polizze auto sul mercato: Lemonade Car – ha concluso – farà ricorso alle nuove tecnologie per gestire le emergenze e liquidare rapidamente i sinistri, offrirà tariffe molto vantaggiose ai guidatori prudenti e sarà particolarmente attrattiva per i possessori di veicoli elettrici e di vetture a basso impatto ambientale". La società ha aperto un portale web per fornire tutti gli aggiornamenti sul prodotto.

L'annuncio di ieri segna l'ennesimo ingresso di Lemonade in un mercato assicurativo di massa. Nel 2020, solo per restare agli ultimi dodici mesi, la società ha presentato una soluzione dedicata ai possessori di casa e lanciato un prodotto pensato per gli animali da compagnia. Più recentemente, due mesi fa, ha messo a disposizione della clientela una polizza temporanea caso morte.

Giacomo Corvi

RICERCHE

Un'Italia più preoccupata, pessimista e consapevole

Un'ampia ricerca condotta da Bnp Paribas Cardif con Ipsos evidenzia l'incertezza e la paura dei cittadini italiani nel confronto internazionale. Aumenta la volontà di proteggersi ma pesa la crisi economica. Isabella Fumagalli: nuovo patto tra persone e assicurazioni

Solo il 3% degli italiani pensa che a fine anno si tornerà ad avere una vita normale, mentre il 59% crede che ci vorranno più di tre anni e il 24% pensa che ce ne vorranno cinque. È la fotografia di un Paese preoccupato e pessimista, quella scattata dalla ricerca internazionale condotta da **Bnp Paribas Cardif** durante lo scorso mese di gennaio e che è stata presentata ieri, con un focus particolare sull'Italia.

Si tratta della seconda edizione, la prima realizzata nel 2019, dello studio che Bnp Paribas Cardif, in collaborazione con **Ipsos**, dedica alle preoccupazioni, alle aspettative e alle esigenze delle persone nel mondo.

All'epoca, gli italiani avevano mostrato quella cosiddetta resilienza che, nonostante le difficoltà economiche e un senso di mancata protezione, caratterizzava lo spirito della popolazione. Ora le cose sono un po' diverse, e in un mondo ancora nel pieno dello shock pandemico da Covid-19, gli italiani sono più preoccupati e più pessimisti sia rispetto al 2019, sia rispetto alla media dei concittadini europei.

Perdita di lavoro e di reddito dominano la classifica delle paure, ma ora si teme anche molto per la propria salute, in particolare per il rischio di un'ospedalizzazione o della perdita di autonomia, risultato evidentemente influenzato dalla pandemia. Dall'altro lato cresce il desiderio di maggior protezione sotto tutti i punti di vista e quindi la consapevolezza verso i rischi.

UN MERCATO ASSICURATIVO PIÙ ACCESSIBILE

È in parte già un mondo nuovo quello disegnato dalla ricerca, e in parte un mondo che sta cambiando inconsapevolmente sulla scia del "timore subliminale" che il modello di sviluppo finora conosciuto sia arrivato al capolinea, come ha sottolineato **Isabella Fumagalli**, ceo di Bnp Paribas Cardif, a commento della presentazione dello studio. "Occorre pensare che la crescita non sarà infinita – ha continuato – probabilmente vivremo in modo più sobrio, consumeremo di meno e produrremo di meno, ma nella differenza le imprese devono cercare di generare valore e reddito. (continua a pag. 2)



**INSURANCE CONNECT
È SU LINKEDIN**

Iscriviti al gruppo Segui la pagina

**Insurance
Connect**

in

(continua da pag. 1)

È essenziale pensare alla sostenibilità del Paese e le assicurazioni dovranno calibrarsi per questa nuova normalità”.

Secondo Fumagalli bisogna scrivere ora un “patto per una rinnovata fiducia”, giacché le persone non sono mai state così pronte ad “affidarsi agli assicuratori come in questo periodo”. Ecco perché ci vuole “un nuovo patto tra assicuratore e cliente”, realizzando un mercato assicurativo “più accessibile con un chiaro mandato positivo e sociale”.

LA PERCEZIONE DELL'INELUTTABILE

Queste riflessioni generali sono confermate, come si diceva, dalle evidenze della ricerca, che mette salute e lavoro in cima alle preoccupazioni. Il 75% del campione di quelli che si dicono preoccupati teme la riduzione delle entrate (+2% sul 2019; contro il 70% del dato europeo); seguono la paura di una malattia grave (71%; +1% sul 2019) e della perdita della propria indipendenza (68%; -2%; 60% in Europa). Con il Covid-19, sono aumentati di quattro punti percentuali rispetto al 2019 sia il timore di perdere il lavoro (65% contro il 58% in Europa), sia quello dell'ospedalizzazione (65%): come dire che le due cose vanno insieme.

Aumenta anche la paura dell'imprevedibilità dei disastri naturali (56%, +7% sul 2019) proprio per una maggiore percezione dell'ineluttabilità delle cose che accadono. Di segno opposto, invece, la preoccupazione di un attacco terroristico è percepita dal 34% degli italiani (-7%), dato molto più basso che negli altri grandi Paesi europei.

TRA I 25 E I 34 ANNI FA PAURA LA DEPRESSIONE

È interessante, poi, come si distribuiscono le paure tra i cluster d'età e di genere. Le donne, che hanno una maggiore propensione a guardare a lungo termine, a pianificare e non si preoccupano di apparire fintamente forti (come invece la cultura machista suggerisce di essere agli uomini, che mentono di più), sono molto più preoccupate: sorprende notare quanto questo sia evidente in tutte le classi d'età.

Il cluster meno preoccupato per le condizioni economiche, senza differenze di genere, è quello degli over 55, che è però più focalizzato su malattia e perdita di autonomia; speculare è invece l'atteggiamento del gruppo 25-34 anni, più preoccupato dalla perdita di reddito e di lavoro (78%). Da notare che il 64% delle persone in quella fascia d'età teme la depressione, +13% rispetto alla media, segno della forte paura di perdere qualcosa, come la stabilità economica o quella familiare, appena raggiunta. Infine, curioso il caso dei giovani tra i 18 e i 24: si tratta del cluster che, in media, si preoccupa di più del tema del divorzio, forse perché scottati dalla convivenza forzata tra partner ancora poco affiatati o dai prolungati lockdown in famiglia.

LA CRISI ECONOMICA È PEGGIORE IN ITALIA

In questo contesto, l'impatto del Covid-19 sulle finanze degli italiani è già molto evidente e giustifica le preoccupazioni e il pessimismo sul futuro. Il 64% degli intervistati ha subito o pensa che subirà una riduzione delle entrate: una percentuale ben superiore rispetto alla media europea, ferma al 58%, e a Paesi come Germania (45%) e Francia (48%). Il 35% teme una temporanea riduzione del salario e il 21% la perdita del lavoro.

A causa dell'emergenza, più della metà degli italiani (il 56% contro il 53% a livello europeo e il 33% in Germania) ha dovuto o dovrà posticipare o rinunciare del tutto a un acquisto importante. Solo il 16%, invece, ha avuto o si aspetta di avere difficoltà nel saldare le bollette, un dato sotto la media europea (20%).

IL RUOLO DELLE POLIZZE

Il mondo delle polizze entra in campo quando si parla dell'importanza di tutelarsi da eventi imprevisti. Il 62% degli italiani ritiene positivo il fatto di poter disporre della protezione di una polizza: un dato in netta crescita rispetto al 55% del 2019. Solo il 7% del campione (contro l'11% europeo) si definisce “molto ben protetto”, ma aumenta la percentuale di chi si sente “abbastanza protetto” (55%; +6% rispetto al 2019), mentre diminuisce chi si sente “non molto protetto” (30%; -7% sul 2019). “La pandemia – si legge nella ricerca – ha accentuato il desiderio di protezione degli italiani in particolare su alcuni ambiti ritenuti più impattanti”. Cioè la malattia grave, il 40% (+7% sul 2019) vorrebbe essere più protetto (in Germania è solo il 26%), seguita dalla perdita del lavoro (36%, +7%; 19% in Germania) e dalle perdite finanziarie/riduzioni delle entrate (35%, +6%). In forte aumento anche le risposte relative alla malattia cronica (32%; +8%), alla perdita di indipendenza (31%; +7%), all'incidente (26%, +6%) e alla morte (23%, +7%).

Tra le misure di protezione più conosciute dagli italiani, infine, c'è quella sul credito: il 69% conosce questa soluzione, una percentuale superiore di 10 punti rispetto al 2019, mentre il 16% (+2%) ne ha già attivata una.



Isabella Fumagalli, ceo di Bnp Paribas Cardif

RICERCHE

Più difficile per le imprese il rinnovo assicurativo

L'81% dei risk manager ritiene che il mercato espresso dal ciclo dei rinnovi di fine 2020 presenti condizioni di copertura più difficili per le proprie aziende, in particolare nelle D&O, nelle Property e nel rischio credito

Continua il trend di appesantimento delle condizioni assicurative e per le aziende italiane si apre il terzo anno di hard market. Lo rileva una survey condotta da **Anra**, l'associazione nazionale dei risk e insurance manager, su un campione di risk manager, assicuratori e intermediari riguardo all'esito dei programmi assicurativi al 31 dicembre 2020.

Il mercato che esce dal rinnovo è stato giudicato più difficile dall'81% dei risk manager, dal 75,9 degli assicuratori e dall'80,2 degli intermediari, percentuali in notevole crescita rispetto al 65% di media registrato dall'analoga indagine svolta un anno fa.

Gli intervistati hanno rilevato un aumento in particolare delle polizze D&O, confermato da circa l'84% del campione, delle coperture per danni ai beni e business interruption (62% circa) e di quelle per il rischio credito (55% circa).

In particolare sulle coperture D&O, il 90% dei risk manager segnala una netta riduzione della capacità di sottoscrizione disponibile, rigidità delle condizioni offerte e costi di assicurazione in rialzo, che in alcuni casi sono più che raddoppiati; un 30% circa afferma di aver dovuto accettare condizioni di assicurazione meno ampie, con limiti di polizza inferiori e un aumento del livello di ritenzione con franchigie e scoperti.

Il mercato sulle linee property damage & business interruption si caratterizza in questo 2021 prevalentemente per l'aumento dei premi, mentre guardando alle risposte raccolte rimangono sostanzialmente stabili le condizioni di assicurazione e la capacità di sottoscrizione dell'offerta, salvo per i limiti da catastrofi naturali. Nel commento alla survey, Anra fa notare che in questo caso le imprese meglio provviste di piani di loss prevention e attive nel risk management hanno potuto compensare l'aumento dei costi assicurativi attraverso un aumento della ritenzione.

Riguardo al rischio credito, i risk manager intervistati registrano un aumento dei costi di trasferimento del rischio e una diffusa diminuzione dei fidi assicurati, esito possibile di una concentrazione del mercato sui tre principali player internazionali **Atradius**, **Coface** e **Euler Hermes**. Sembrano essere invece meno toccate dagli aumenti dei costi le altre linee analizzate: Responsabilità civile e Trasporti (comunque segnalate in aumento dal 35% dei rispondenti), Malattia e Infortuni.



Poche estensioni cyber, crescono le esclusioni per pandemia

La survey si è soffermata anche sull'analisi delle estensioni cyber e delle esclusioni per pandemia, rilevando come sia ancora bassa la percentuale di polizze che prevedono una specifica estensione per il rischio tecnologico: è considerato "non presente" nelle coperture dei rami property e liability da oltre il 50% dei rispondenti, nei rami D&O e Trasporti da oltre il 60%.

La novità riguarda l'inserimento di una clausola di esclusione rischio pandemia nelle polizze property, Rc, Trasporti e D&O, che è stato richiesto a oltre la metà dei risk manager.

Per **Alessandro De Felice**, presidente onorario di Anra dopo la recente nomina alla principale carica di **Carlo Cosimi**, le conseguenze delle misure legate all'emergenza sanitaria si sono fatte sentire nel ciclo di rinnovi di fine 2020: "è auspicabile che il mercato assicurativo tenga maggior conto, nelle proprie quotazioni, degli elementi qualitativi e quantitativi del rischio sottoscritto che il risk manager può fornire, anziché operare in una logica di portafoglio. Ci attendiamo che in futuro le performance di sostenibilità delle aziende possano avere ricadute positive nel costo della capacità di sottoscrizione richiesta".

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

INSURANCE CONNECT TV

Arte e assicurazioni



Nicola Ronchetti

CEO di Finer

Nicola Ronchetti, founder di Finer.

Dai collezionisti d'arte in Italia alle prospettive future nell'ambito delle strategie wealth & protection.

GUARDA IL VIDEO
SU WWW.INSURANCECONNECT.TV

