

PRIMO PIANO

Bpm punta sulle polizze

Banco Bpm punta forte sulle polizze. L'istituto ha aperto oggi, in occasione della presentazione del nuovo piano industriale, alla possibilità di sviluppare "in-house" un business assicurativo che potrà generare, come si legge in una nota, "un contributo alle commissioni nette del gruppo che salirà da 450 milioni del 2019 a circa 740 milioni nel 2024".

Nel dettaglio, prosegue la nota, l'istituto ha ricordato di aver recentemente "ridefinito gli accordi di partnership bancassicurativi, con Cattolica Assicurazioni e con Covéa, attraverso i quali il gruppo si è garantito un'opzione di acquisto sulle quote delle compagnie detenute dai rispettivi partner, che consentiranno il raggiungimento di una partecipazione del 100%". L'internalizzazione del business assicurativo, si legge nel comunicato, "trova il suo razionale negli ampi spazi di crescita in termini di produttività nel comparto vita, considerando la capacità della rete commerciale del gruppo nel collocamento complessivo di prodotti d'investimento, e, nel comparto danni, sfruttando in particolare modo le opportunità di crescita del mercato italiano non ancora maturo". La prevista internalizzazione del business avrà inoltre un impatto contenuto sull'assorbimento patrimoniale grazie al trattamento prudenziale previsto dal cosiddetto "danish compromise".

G.C.

CONVEGNO

Rc auto: tutela del cliente, modernità per il mercato

Più di 150 persone hanno partecipato al convegno sul settore motor, svoltosi ieri a Milano presso il Palazzo delle Stelline. L'evento, organizzato da Insurance Connect e moderato dal direttore Maria Rosa Alaggio, ha coinvolto tutti gli stakeholder del comparto dei rischi, in un'intensa giornata di approfondimento

Pienone ieri (oltre 150 persone, secondo le disposizioni anti-Covid) al Palazzo delle Stelline di Milano, in occasione del tradizionale convegno di **Insurance Connect** sul mercato dell'Rc auto. Il caso ha voluto che l'evento si tenesse proprio nel giorno dell'approvazione dell'ennesimo dal **Concorrenza**, provvedimento che tocca anche il grande tema dell'Rc auto e che, nel dettaglio, estende l'obbligo del risarcimento diretto anche alle imprese con sede legale in uno Stato membro dell'Unione Europea. A testimonianza del fatto che quello delle polizze a quattro ruote, nonostante un anno e mezzo di pandemia e lunghi mesi di auto lasciate in garage per il lockdown, resta un tema di stretta attualità.

Certo, non basta però un provvedimento del genere a risolvere tutte le questioni aperte dell'Rc auto: dalla valorizzazione dell'offerta alla sempre più diffusa componente di servizio, dall'esigenza di maggior equilibrio tecnico alla dialettica fra personalizzazione e mutualità, passando per la creazione di ecosistemi di mobilità e per l'annosa questione del prezzo. Di tutto questo si è parlato ieri al convegno **Rc auto, tutela e modernità per il cliente**, tornato a svolgersi in presenza, e interamente moderato da **Maria Rosa Alaggio**, direttore delle testate di Insurance Connect.

L'EVOLUZIONE DEL RAMO AUTO

Il convegno si è aperto con un dibattito sul futuro del ramo auto, cui hanno partecipato **Giuseppe Franco**, partner di **Boston Consulting Group**; **Roberto Serena**, responsabile attuariato e sviluppo prodotto auto di **Generali Italia** e **Andrea Tracogna**, dean di **Mib Trieste School of Management**.

(continua a pag. 2)



Un momento della prima tavola rotonda



INSURANCE CONNECT È SU TWITTER

Seguici cliccando qui



(continua a pag. 1)

La considerazione di fondo è che il mercato dell'Rc auto sta cambiando rapidamente. A trend di lungo periodo, come il perdurante calo del premio medio, si sommano novità come le strategie distributive multicanale e un approccio alla mobilità che può prevedere nello stesso tragitto l'utilizzo di diversi mezzi di locomozione.

La pandemia di coronavirus ha solamente accentuato alcune di queste tendenze, mentre in futuro ci sarà spazio anche per l'auto a guida autonoma. In questo contesto, le compagnie sono chiamate a un cambio di passo: la vecchia polizza per l'auto di proprietà non basta più, servono soluzioni che possano proteggere il cliente in tutti i suoi spostamenti, a prescindere dal mezzo che vorrà utilizzare.

DECISIONI RAPIDE CON L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE

Un approccio sempre più tecnologico entra anche nella fase della gestione del sinistro.

Fernando Pernigo, regional vice president for Western Europe, the Middle East, North Africa and Turkey di **Solera**, ha illustrato come sia possibile integrare l'intelligenza artificiale nella stima dei danni auto, grazie all'apprendimento automatico e alla computer vision. La soluzione implementata da Solera consente alla compagnia e al riparatore di prendere decisioni più rapide, riducendo i tempi e la soggettività della stima.

Alle tecnologie è anche affidato il compito di supportare e abilitare la costruzione di ecosistemi, tema su cui si sono confrontati **Gian Franco Baldinotti**, direttore marketing e sviluppo danni di **Vittoria Assicurazioni**, e **Davide Cervellin**, chief insurance & data officer di **Telepass** e ceo di **Infoblu**. Ognuno dei due relatori è impegnato nella costruzione di ecosistemi in ambito mobilità, il primo guidato dall'assicurazione, il secondo in cui l'assicurazione ha un ruolo più ancillare. In entrambi i casi diventa fondamentale riuscire a ottimizzare al massimo i dati già in possesso per sviluppare soluzioni che vadano incontro alle esigenze del cliente, e in questo senso è necessario lavorare in una logica di Api, per mettere a punto un sistema efficace all'interno del quale scambiarsi informazioni.

UNA POLIZZA SCHIAVA DEGLI SCONTI

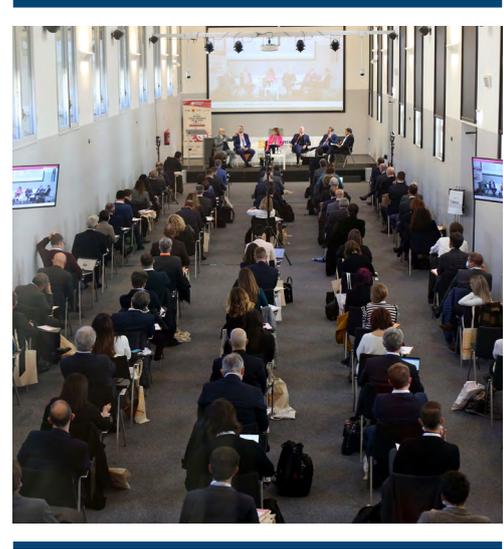
Momento clou della mattinata del convegno, la tavola rotonda, moderata da **Maria Rosa Alaggio**, dal titolo *Conciliare efficienza tecnica, innovazione, mutualità: quali cambiamenti vengono percepiti dalla clientela?* Attorno al tavolo si sono seduti **Antonio De Pascalis**, capo del servizio studi e gestione dati di **Ivass**; **Umberto Guidoni**, co-direttore generale di **Ania**; **Maurizio Hazan**, avvocato dello studio legale **Thmr**; **Massimo Fedeli**, direttore dell'area tecnica danni di **Helvetia Italia**, e **Alberto Tosti**, direttore generale di **Sara Assicurazioni**.

Quello andato in scena è stato un confronto serrato, soprattutto tra Ania e Ivass, che hanno dibattuto sulle norme che regolano l'Rca ma anche sulle prassi degli operatori, i quali, secondo il regolatore, potrebbero fare di più e meglio per far percepire ai clienti il valore di una polizza considerata ormai alla stregua di un prelievo fiscale. Gran parte del dibattito si è tuttavia concentrato sul premio, sulle ragioni delle disparità tra target diversi (giovani, territori, sinistri, ecc.). L'Ivass ha molto polemizzato sulla scontistica applicata dalle compagnie che, ha detto De Pascalis, sembra utilizzata a volte per aggirare le norme. Dal dibattito è emerso chiaramente, come sottolineato da Hazan, che l'assicurazione danni è ormai un'assicurazione di protezione, dove è più importante proteggere che risarcire.

IL CONTRIBUTO DELLE INSURTECH

La sessione pomeridiana si è aperta con un intervento di **Laura Grassi**, direttore dell'Osservatorio *Fintech & Insurtech* del **Politecnico di Milano**, sul contributo delle start up allo sviluppo del ramo auto. Punto di partenza della riflessione è stata la considerazione che l'esperienza della pandemia ha spinto l'utilizzo degli strumenti digitali per la gestione delle pratiche assicurative: mai come lo scorso anno, proprio nel pieno dell'emergenza sanitaria, si era avuto un uso così massiccio dei servizi digitali offerti dalle società del settore. E adesso tornare indietro sarà difficile. Anche perché i clienti sembrano essersi rapidamente abituati alla novità, e adesso chiedono di più: una maggiore velocità di liquidazione sinistri, una più spiccata capacità di risolvere i problemi dei clienti e procedure più semplici e trasparenti nella sottoscrizione delle polizze e nella presentazione di reclami. Le start up, in questo contesto, possono fornire un valido sostegno. Grassi, a tal proposito, ha portato l'esempio di una realtà che riscrive in un linguaggio più accessibile il testo dei contratti per i trial clinici: la società sta adesso pensando di entrare anche nel mercato delle polizze.

(continua a pag. 3)



(continua da pag. 2)

IL NODO DEL PRICING

Nella ricerca della personalizzazione vanno considerati anche fattori esterni a quelli comunemente utilizzati. Rispetto alle garanzie Cvt sui rischi naturali, come illustrato da **Filippo Sirotti**, senior director offering development – insurance market di **Crif**, la società ha sviluppato un indicatore climatico che, unendo dati meteo, urbanistici e sociali, migliora la capacità di previsione in relazione all'esposizione dell'area in cui si manifesta un evento meteo, valutando il rischio specifico e le possibilità che il veicolo possa essere protetto.

La questione del pricing è stata al centro del confronto fra **Mariangela Grieco**, head of actuary di **Axa Assicurazioni**, e **Roberto Landi**, direttore tecnico auto di **Sara Assicurazioni**. I due manager hanno sottolineato l'importanza della funzione per il mantenimento dell'equilibrio tecnico. Hanno quindi evidenziato le opportunità offerte dai nuovi strumenti tecnologici per la raccolta e l'elaborazione del dato. Dal dibattito è emersa la necessità di un'evoluzione verso quello che è stato ribattezzato un *attuariato 2.0*, in cui i professionisti sono chiamati a una maggiore collaborazione con le altre funzioni aziendali e garantire il rispetto della normativa su *Pog* e *target market*. Il rischio di un'eccessiva personalizzazione, a detta dei due manager, non si pone: la mutualità, nonostante la possibilità di definire tariffe sempre più tarate sul profilo di rischio del cliente, resterà alla base del meccanismo assicurativo.

COME FIDELIZZARE UN CLIENTE MULTIMODALE

Il sinistro rimane in ogni caso il momento della verità, anche nella relazione tra intermediario e cliente: l'offerta *Rc auto* si può distinguere per l'integrazione di servizi di qualità nell'assistenza stradale, che si affiancano alle garanzie di polizza.

In questa logica, **Claudio Calì**, direttore di produzione di **Infodrive**, ha presentato l'ecosistema di servizi *automotive*, sviluppati dall'azienda e basati su una rete capillare di centri di assistenza, che l'intermediario può offrire unendo valore per sé e fidelizzazione del cliente.

Prima della tavola rotonda finale c'è stato spazio per un interessante key-note speech di **Massimiliano Caradonna**, head of sales & marketing – Region Central East Europe & Middle East senior vice president di **Dekra Group**, che ha parlato del consumatore e di come questo sia sempre più orientato a fruire di servizi in mobilità che si allontanano dal concetto di proprietà del mezzo.

Questo approccio multimodale mette l'utente in relazione con una moltitudine di



Un momento della tavola rotonda conclusiva

player, un ecosistema in cui può avere ruolo una tecnologia che sia realmente pratica, intuitiva e che sintetizzi le sue esigenze e le esposizioni al rischio.

LE STRATEGIE DELLE COMPAGNIE ALLA PROVA DEL SINISTRO

Il tema della gestione sinistri è stato l'argomento conclusivo della giornata, sviluppato nel corso di una tavola rotonda a cui hanno partecipato **Giuliano Basile**, responsabile claims di **Generali Italia**, **Barbara Buralli**, responsabile sinistri e contenzioso di **Intesa Sanpaolo Assicura**, **Edoardo Cirelli**, head of mass & claims transformation di **ConTe.it**, e **Norberto Odorico** chief claims officer di **UnipolSai**.

Si è parlato di competitività nella gestione dei sinistri, e del ruolo che giocano le informazioni per quanto riguarda gli aspetti inerenti alla qualità, per compagnie e clienti. Un grande accento è stato posto sul contributo offerto dalla tecnologia nel supporto delle reti fisiche e nell'efficientamento dei processi, attività che sta liberando a poco a poco nuove risorse economiche per le compagnie. Ognuno degli intervenuti ha poi parlato delle iniziative messe in cantiere dalla propria compagnia: dall'impiego dell'intelligenza artificiale all'interno dei processi alla costruzione di un ecosistema di partnership, per arrivare alle app per la gestione dematerializzata del danno e la riorganizzazione dei processi in ottica di multicanalità.

UN RINGRAZIAMENTO AI NOSTRI SPONSOR

Come sempre, Insurance Connect desidera ringraziare gli sponsor e i partner, senza il cui supporto non sarebbe stato possibile organizzare l'evento. Un sentito grazie, dunque, a **Cambridge Mobile Telematics**, **Crif**, **Dekra**, **Infodrive**, **Solera**, **Facile Ripara** e **Genesys**.

Nei prossimi giorni, su Insuranceconnect.TV saranno pubblicati tutti i video degli interventi dei relatori e delle varie tavole rotonde. Un ampio resoconto, inoltre, sarà pubblicato sul numero di dicembre della nostra rivista *Insurance Review*.

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



MERCATO

Auto autonoma, l'impatto sulle assicurazioni

L'ultimo appuntamento del ciclo di webinar promosso da Qbe Italia ha indagato lo sviluppo delle auto in grado di guidarsi da sé: la prospettiva, sempre più concreta, inciderà pesantemente sul settore delle polizze

La prospettiva dell'auto autonoma si fa sempre più concreta. Non sarà una questione di anni, ma nemmeno di secoli. Alcuni prototipi circolano già per le vie della Silicon Valley. E secondo alcune previsioni le auto a guida autonoma potranno diventare realtà intorno al 2050.

L'auto autonoma è, insomma, una reale possibilità di innovazione. E porta con sé pure qualche incognita, anche nel settore assicurativo. Il tema è stato al centro dell'ultimo appuntamento del ciclo di webinar promosso da **Qbe Italia**. Intitolato *L'impatto dell'auto a guida autonoma sul settore assicurativo*, l'evento è partito dalla considerazione che, come già accennato, per le auto in grado di guidarsi da sé è ormai soltanto questione di tempo. "Se ne parla come una tecnologia futuribile, ma è un cambiamento che sta avvenendo adesso", ha esordito **Carlo La Rosa**, manager research & advisory di **CeTIF**. "È un cambiamento che, come già capitato in passato, sarà inizialmente limitato a certi segmenti di mercato, ma è presumibile – ha aggiunto – che arriverà alla fine a toccare l'intero settore".

Livelli di automazione

La letteratura accademica, com'è noto, identifica sei livelli di automazione. C'è il livello 0, quello che identifica l'assenza di automazione. E c'è il livello 5, che descrive invece il miraggio di un'auto completamente autonoma in cui il guidatore diventa un semplice passeggero. La stragrande maggioranza dell'industria automobilistica si trova al momento al livello 3, caratterizzato dalla possibilità di cedere parzialmente alla vettura il controllo della guida attraverso strumenti come il *lane control*. Non mancano tuttavia incursioni nel livello 4, quello che identifica la tecnologia al momento più avanzata: battezzata *autopilot* e disponibile solamente in certi segmenti di mercato, consente al pilota di lasciare la guida totalmente sotto il controllo della macchina.

Ambiti di applicazione

La ricerca sull'auto autonoma sta crescendo. Fra 2017 e 2030, secondo alcune previsioni citate da La Rosa, la spesa nei megatrend della mobilità (automazione, connettività ed elettrificazione) aumenterà a un tasso annuo di crescita

composto del 21% e arriverà a 623 miliardi di dollari a livello globale. "Connettività e automazione, fondamentali per lo sviluppo dell'auto autonoma, cresceranno rispettivamente del 53% e del 20%", ha commentato La Rosa.

Alla base di questo interesse ci sono soprattutto i numerosi ambiti in cui potrà essere utilizzata l'auto autonoma. Innanzitutto, chiaramente, il trasporto di persone e merci su strada. Poi anche settori più industriali, come l'agricoltura intensiva o di precisione e le procedure di raccolta e trasporto minerario. In quest'ultimo ambito La Rosa ha evidenziato la presenza di studi per "arrivare anche a un'attività di estrazione mineraria in ambito extra-terrestre".

L'impatto per il settore assicurativo

Tutto ciò, come prevedibile, avrà un grande impatto sulle nostre vite. E anche sul settore assicurativo, tema su cui si è soffermato **Massimo Pellegrino**, general liability portfolio manager di Qbe Italia. "La prospettiva di un'auto autonoma è stata alimentata anche dall'idea che sofisticati dispositivi di guida possano ridurre il rischio di incidenti", ha affermato. "Purtroppo – ha proseguito – le evidenze empiriche ci dicono che al momento non è così". Pertanto ci sarà bisogno di assicurazioni anche nell'epoca dell'auto autonoma.

Il problema è che la classica polizza, almeno per come l'abbiamo conosciuta, non sarà più sufficiente. "Non potrà essere considerato responsabile del sinistro il proprietario del mezzo, visto che si tratterà di un semplice passeggero", ha osservato Pellegrino. "È probabile – ha proseguito – che la classica Rc auto diventerà un retaggio del passato, visto che la responsabilità di un'eventuale incidente non potrà ricadere sul guidatore". Non è detto però che la polizza auto scompaia del tutto. "Credo – ha commentato in chiusura Pellegrino – che la vettura del futuro potrà essere paragonata al cavallo dei nostri giorni, ossia un mezzo di locomozione che utilizziamo non per necessità di spostamento ma per diletto". In quel caso ci sarà ancora un conducente che ha la responsabilità del mezzo che sta guidando. E allora ci sarà anche bisogno di polizze che coprano eventuali incidenti.

G.C.

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