

PRIMO PIANO

Sandbox, ammessa Sara

È di Sara Assicurazioni il primo progetto di sperimentazione fintech/insurtech ammesso nella sandbox da Ivass. La prima finestra per presentare le richieste di ammissione alla sandbox regolamentare è stata aperta dal 15 novembre 2021 al 15 gennaio 2022. Non erano previste limitazioni in termini di numero massimo e area tematica dei progetti ammissibili, e ne è stato accettato solo uno, cioè il registro digitale e della proprietà dei velocipedi (biciclette, e-bike, monopattini elettrici) di Sara, basato su tecnologia blockchain.

Lo strumento della sandbox è realizzato dal Mef in collaborazione con Bankitalia, Ivass e Consob: è un ambiente controllato nel quale gli operatori possono testare prodotti e servizi tecnologicamente innovativi, beneficiando di un regime semplificato transitorio e vigilato.

L'Ivass valuta i progetti e attua gli interventi normativi necessari per agevolarne lo sviluppo tecnologico e digitale. Per l'ammissione, le iniziative devono essere in uno stato sufficientemente avanzato per la sperimentazione e finanziariamente sostenibili: chi le presenta potrà chiedere deroghe ai regolamenti, purché sia preservato il rispetto della disciplina comunitaria e della normativa di legge nazionale.

F.A.

RICERCHE

La cinque stelle dell'innovazione secondo McKinsey

Secondo il nuovo report della società di consulenza, gli executive del settore assicurativo stanno prendendo atto del ruolo chiave che la disponibilità al cambiamento svolgerà nel fornire valore a lungo termine

“L'assicurazione non è generalmente considerata un bastione dell'innovazione, nonostante la lunga esperienza nella creazione di nuovi mercati attorno ai rischi emergenti”. L'incipit dell'ultimo report di McKinsey dedicato all'innovazione nel settore assicurativo non è certo dei più lusinghieri per il mercato dei rischi. Lo sappiamo, e da tempo, che compagnie, broker, intermediari sono, tra gli attori del settore finanziario, quelli accusati di essere i meno innovativi, i meno pronti al cambiamento.

Eppure, alcuni numeri e alcune recenti dimostrazioni di vitalità fanno pensare che le cose stiano cambiando. Secondo la società di ricerca IndustryArc, il mercato delle assicurazioni informatiche supererà i 22,4 miliardi di dollari entro il 2026, con un tasso di crescita annuale di oltre il 25% nei prossimi cinque anni.

E ancora, durante la pandemia di Covid-19, molti assicuratori hanno rapidamente digitalizzato l'esperienza di clienti e agenti, allontanandosi in modo netto da un modello di servizio tradizionale. Altri player stanno rispondendo alla domanda dei consumatori per interazioni più significative, con programmi di fidelizzazione che promuovono il coinvolgimento dei clienti.

L'INNOVAZIONE INTEGRATA NELL'ORGANIZZAZIONE

Secondo il nuovo report di McKinsey (*Five steps to improve innovation in the insurance industry*), gli executive del settore stanno già prendendo atto del ruolo chiave che l'innovazione svolgerà nel fornire valore a lungo termine. I dati di una precedente indagine (del 2020) mostravano che i team dirigenziali si erano concentrati sulla gestione della liquidità a breve termine e sul benessere della propria forza lavoro, soprattutto al culmine del pandemia, mentre oggi l'innovazione è una delle loro priorità.

(continua a pag. 2)



INSURANCE REVIEW
È SU LINKEDIN

Segui la pagina

INSURANCE
REVIEW

in

(continua da pag. 1)

Mentre l'industry nel suo insieme ha, in realtà, rallentato, solo poche compagnie stanno portando avanti l'innovazione in modo sistematico. "Oggi – si legge nel report – le nuove aspettative dei clienti, i bassi tassi d'interesse e le nuove fonti di concorrenza (come le maggiori società tecnologiche, le insurtech e i capitali di terze parti) stanno esercitando pressioni sui player tradizionali affinché adottino un approccio più sistematico". Gli analisti sono convinti che l'innovazione fornisca una crescita sostenibile a patto che questa sia incorporata nel modello di sviluppo dell'azienda integrata in tutta l'organizzazione, attraverso "team interfunzionali per affrontare le sfide in modi nuovi".

RIALLOCARE LE RISORSE SU ATTIVITÀ A LUNGO TERMINE

Ma non è affatto facile: trarre profitto dall'innovazione è un'impresa complessa. Un'indagine del 2017 della **Society of Actuaries** statunitense ha rivelato che solo il 12% degli executive crede di avere processi adeguati all'innovazione di prodotto, meno del 30% dei dirigenti dei servizi finanziari afferma di avere "l'esperienza, le risorse e l'impegno per avere successo nel ricercare nuove fonti di crescita". Tuttavia, ci sono modi per stabilire pratiche e processi trasversali per strutturare, organizzare e incoraggiare l'innovazione per una crescita sostenibile: secondo McKinsey, la formula si può riassumere in cinque punti.

Il primo è semplice, quasi banale: spostare le risorse dalle attività aziendali core alle iniziative fortemente innovative. Riallocando le risorse necessarie dalle attività aziendali principali alle iniziative potenzialmente dirompenti, gli assicuratori possono riequilibrare i loro portafogli, non limitarsi a miglioramenti di breve termine, ma puntare a nuovi modelli di business, forme d'innovazione che spesso hanno un potenziale maggiore di crescita e rendimenti.

UN'ESPERIENZA SEMPRE PIÙ PERSONALE

Il secondo punto riguarda i prodotti e i processi: secondo gli analisti, è essenziale per le compagnie sviluppare percorsi e processi di sviluppo separati, giacché diverse iniziative d'innovazione richiedono approcci diversi.

La creazione di processi di sviluppo distinti ha consentito alle compagnie che hanno adottato questo metodo di mantenere la quota di mercato, modificando i prodotti esistenti, aumentando contemporaneamente la capacità di sottoscrizione per nuovi prodotti, sbloccando così nuovi mercati.

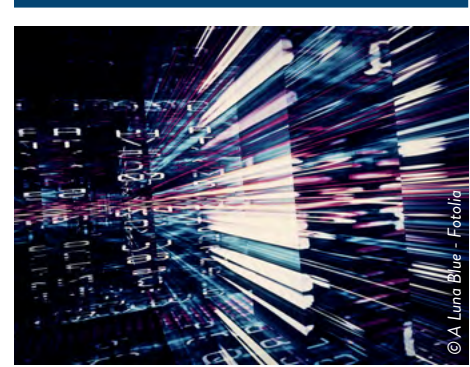
La terza strategia proposta da McKinsey prende in considerazione la *value proposition*, predisponendo nuovi approcci per il coinvolgimento dei clienti e la distribuzione. Anche dopo la pandemia, i clienti continueranno a incoraggiare i player a offrire un'esperienza più personalizzata. Ciò significa pensare in base alle esigenze uniche dei clienti, personalizzare le offerte e i messaggi, anche per i segmenti di clientela più piccoli.

ACCELERARE E SPERIMENTARE

La quarta regola è garantire che l'innovazione sia un processo continuo e integrato. Una delle cause più comuni del fallimento di un progetto aziendale è la creazione di un laboratorio o di un team d'innovazione separato dal ciclo di pianificazione aziendale. L'obiettivo è avere una pipeline solida, sempre alimentata da nuove idee che esercitino una pressione costante e produttiva sulle iniziative della compagnia in fase di sviluppo. Questa pressione incoraggia i leader e i team a valutare il valore relativo di un investimento rispetto a un altro.

Il quinto e ultimo consiglio invita le compagnie a farsi aiutare da un acceleratore per identificare le innovazioni di prodotto più significative. Tale unità deve essere collegata ai centri nevralgici dell'organizzazione, mantenendo però la libertà per esplorare opportunità più ambiziose e, perfino, più incerte.

Per chiudere con un esempio pratico, McKinsey cita un assicuratore americano che, dopo quasi un decennio senza lanciare un prodotto veramente nuovo, grazie a un acceleratore ha creato rapidamente un nuovo portafoglio partendo dai prodotti esistenti, dalla capacità di sottoscrizione e dalle competenze digitali dell'organizzazione. L'impresa ha progettato e sviluppato in meno di un anno una nuova *value proposition* per un segmento di clientela emergente.



© A Luna Blue - Fotolia

Fabrizio Aurilia

Follow the fortunes

Si tratta del principio in base al quale un riassicuratore accetta per contratto “i destini” delle polizze cedute dalla compagnia, accettando implicitamente il rischio potenziale, sia tecnico sia contrattuale

Follow the fortunes è il principio su cui si basa il rapporto contrattuale tra riassicuratore e compagnia riassicurata (o cedente).

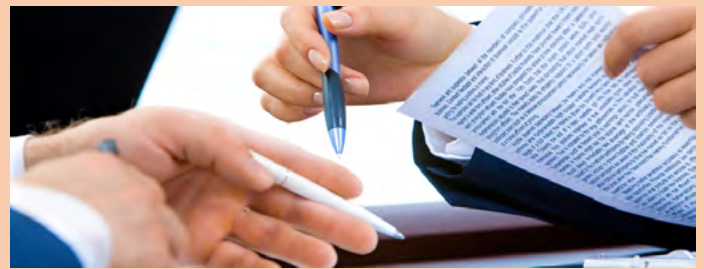
Com'è noto, il contratto riassicurativo si inquadra come un patto tra società, stipulato esclusivamente tra assicuratore e riassicuratore. L'assicurato (ovvero il beneficiario della polizza) non è in alcun modo coinvolto nella riassicurazione, e il riassicuratore non ha alcun rapporto né alcuna obbligazione nei suoi confronti.

Nella maggior parte dei casi, anzi, l'assicurato è totalmente all'oscuro dell'esistenza di una riassicurazione sul suo rischio, il che spiega anche la poca familiarità dei non addetti, nei confronti delle questioni riassicurative.

Inoltre, se da una parte esiste un buon numero di riferimenti al quadro normativo istituzionale per l'attività dell'assicurazione, i riferimenti normativi per l'attività del riassicuratore sono piuttosto scarsi e spesso interpretati come una semplice estensione delle norme previste per l'assicurazione diretta. A esclusione di quanto espressamente indicato dagli articoli 1928, 1929, 1930 e 1931 del Codice civile, alla Sezione IV (dedicata appunto alla riassicurazione) si applicano solitamente le norme generali sui contratti.

Tale prassi viene utilizzata anche nei testi contrattuali, col frequente ricorso alle cosiddette *clausole d'uso*, utilizzate quale fonte normativa ausiliaria e strumento d'interpretazione della volontà negoziale tra le parti. Tali clausole sono assai comuni a livello internazionale e standardizzate nel loro contenuto, specifico del meccanismo riassicurativo.

Tra queste, la clausola nota come *Follow the fortunes* prevede l'obbligo del riassicuratore di seguire le decisioni prese dalla cedente nella gestione delle polizze oggetto



della cessione. Tali decisioni possono essere messe in discussione solo se contrarie ai principi di una corretta amministrazione degli affari o nel caso in cui dovessero manifestamente danneggiare l'interesse del riassicuratore.

Quest'ultimo segue dunque “il destino” (*the fortune*) del riassicurato, sia dal punto di vista tecnico (*technical fortune*), sia sul piano contrattuale (*contractual fortune*), essendo egli obbligato a corrispondere alla cedente ogni sinistro risarcibile a termini di polizza e rientrante nell'accordo riassicurativo.

Il riassicuratore, tuttavia, non segue mai il destino della compagnia cedente nelle sue decisioni di carattere squisitamente commerciale (a volte definite come *commercial fortune*). Nelle clausole *Follow the fortunes*, restano quindi sempre esclusi i cosiddetti pagamenti *ex gratia*, ovvero quei casi in cui l'assicuratore decide di venire incontro all'assicurato, contribuendo per motivi di opportunità al pagamento di un sinistro che non sarebbe altrimenti risarcibile sulla sola base delle condizioni prestate dalla polizza.

Cinzia Altomare



INSURANCE CONNECT
È SU TWITTER

Seguici cliccando qui



#92
marzo 2022

INSURANCE REVIEW

Strategie e innovazione per
il settore assicurativo

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



ESG, LA STR

L'INTERVISTA 28 ATTUA

Strategie
in percorso
uscita graduale
Lecciso,
Gruppo Helvetia Italia

Zurich e Ga
le prossime

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

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