

PRIMO PIANO

Neri dice no al cda di Generali

Non si è ancora trovata la quadra sul nuovo componente di minoranza del cda di Generali che andrà a sostituire Francesco Gaetano Caltagiorno, dimessosi il mese scorso. Il comitato nomine del cda, riunitosi ieri sotto la guida del presidente Andrea Sironi, aveva nominato per cooptazione Roberta Neri, prima dei non eletti della lista di Caltagiorno, ma la ex ad di Enav "ha declinato di accettare l'incarico", spiega una nota di Generali. Alla luce di questa scelta, secondo alcune ricostruzioni, ci sarebbe il voto contrario al nome della Neri proprio degli altri due consiglieri di minoranza, Flavio Cattaneo e Marina Brogi. A questo punto il nome successivo in lista è quello di Claudio Costamagna, ma se questi, come si vocifera, dovesse rendersi indisponibile si passerebbe a Luciano Cirinà, ex responsabile di Generali per l'Europa centro-orientale, il quale ha un contenzioso aperto con la compagnia dopo essere stato licenziato. La questione, insomma, resta intricata. L'accordo tra maggioranza e minoranza è stato invece trovato sui comitati endoconsiliari che sono i seguenti: controllo e rischi; remunerazioni e le risorse umane; nomine e corporate governance; operazioni con le parti correlate; innovazione e sostenibilità; comitato per gli investimenti.

Beniamino Musto

MERCATO

La ripresa dei tassi d'interesse colpisce gli assicuratori dell'area euro

Secondo un'analisi di Dbrs Morningstar, è sempre più probabile che le compagnie si trovino ad affrontare un contesto di bassa crescita in un ambiente d'inflazione più elevata, nonché un peggioramento della performance creditizia, con un aumento dei sinistri e delle spese

Il conflitto in Ucraina ha creato incertezza rispetto alle prospettive, altrimenti favorevoli, dei tassi di interesse per gli assicuratori dell'area euro. È la premessa dell'analisi di **Dbrs Morningstar**, società di rating del credito attiva a livello globale, che analizza ogni giorno più di 3.000 emittenti e quasi 60mila titoli in tutto il mondo.

Analizzando il contesto finanziario attuale, con un occhio di riguardo sui riflessi delle ultime tendenze sul settore assicurativo, la società ha evidenziato come i rendimenti obbligazionari stiano aumentando nella maggior parte delle giurisdizioni, come riflesso delle preoccupazioni per l'aumento dell'inflazione e la rivalutazione dei rischi da parte degli investitori. Anche se questa dinamica dovrebbe essere positiva per la maggior parte degli assicuratori, quelli attivi nell'area euro "non vedranno molti benefici", dicono gli analisti, "perché l'invasione russa dell'Ucraina sta aggiungendo venti contrari alle prospettive di crescita economica". È sempre più probabile, pertanto, che gli assicuratori dell'area euro si trovino ad affrontare un contesto di bassa crescita in un ambiente d'inflazione più elevata, nonché un peggioramento della performance creditizia, con un aumento dei sinistri e delle spese.



LE MOSSE DELLE COMPAGNIE NEGLI ULTIMI DIECI ANNI

Per molti anni, quelli definiti del *new normal*, gli assicuratori dell'area euro sono stati sottoposti a pressioni significative per generare rendimenti sugli investimenti, con i tassi dei bond tedeschi a dieci anni che sono rimasti al di sotto dell'1% dal 2014.

I bassi rendimenti, argomentano gli analisti, hanno rappresentato una grande sfida per gli assicuratori, giacché investono principalmente in titoli a reddito fisso per coprire il costo delle passività degli assicurati e degli altri sinistri. (continua a pag. 2)



**INSURANCE REVIEW
È SU FACEBOOK**

Segui la nostra pagina



(continua da pag. 1)

Dal lato del settore vita, le compagnie hanno risposto sostituendo gradualmente i prodotti a tasso fisso con prodotti indicizzati (soprattutto *unit-linked*). Nel frattempo, i rami danni hanno dovuto fare sempre più affidamento sulla sottoscrizione, anziché sui redditi da investimenti, per mantenere i margini di profitto. Nella loro ricerca di rendimenti aggiuntivi, gli assicuratori hanno anche aumentato i loro investimenti in attività alternative come *real estate*, *hedge fund* e *private equity*, che introducono rischi aggiuntivi.

BASSA CRESCITA, FINE DEL QE, RIALZO ANTICIPATO DEI TASSI

Queste azioni hanno consentito agli assicuratori dell'area euro di mantenere rendimenti costanti durante tutto questo lungo periodo di tassi d'interesse bassi o negativi. Gli analisti sono convinti, però, che sebbene i tassi di interesse più elevati avranno un impatto negativo immediato sul valore dei portafogli a reddito fisso, a lungo termine, l'aumento dei rendimenti sosterrà la redditività del settore, poiché rendimenti più elevati creano margini aggiuntivi per compensare le pressioni inflazionistiche e sostenere le passività dei vecchi prodotti vita tradizionali, presenti da anni nei portafogli.

Ma quali sono, quindi, le criticità a breve termine? Dbrs Morningstar prevede una crescita lenta nell'area euro, influenzata negativamente dall'invasione russa dell'Ucraina, dall'inflazione più elevata e dal calo del livello di fiducia. Negli ultimi mesi, il tasso di inflazione è aumentato rapidamente, raggiungendo il 7,5% anno su anno ad aprile, il più alto mai registrato. Ciò potrebbe portare a un inasprimento della politica monetaria, prima del previsto. La **Banca centrale europea** ha programmato di terminare il *quantitative easing* nel terzo trimestre di quest'anno, ma in considerazione di un'inflazione ben superiore alle attese, alcuni economisti si aspettano un primo aumento del tasso ufficiale già a luglio.

DALLA STAGFLAZIONE AL DECLASSAMENTO DEI DEBITI SOVRANI

Per l'area dell'euro è quindi plausibile uno scenario di stagflazione, paventano gli analisti. Il peggioramento della performance creditizia minaccerebbe anche i rendimenti degli investimenti degli assicuratori, poiché i creditori sono schiacciati dall'aumento del costo della vita e dei tassi d'interesse stessi. "In termini reali – spiegano gli analisti – i rendimenti obbligazionari potrebbero scendere ancora e di più in territorio negativo, il che renderebbe più difficile per gli assicuratori compensare i costi più elevati dei tassi più alti".

Poiché gli assicuratori sono grandi investitori nel debito pubblico e sono interconnessi con il sistema finanziario dei Paesi in cui operano, ricorda la società autrice dell'analisi, la loro performance finanziaria potrà essere influenzata dalle variazioni dei rating del credito sovrano. I rating degli assicuratori con un'ampia esposizione ai titoli di Stato, infine, potrebbero risentirne se si verificassero declassamenti dei rating sovrani durante questo periodo di accresciute tensioni geopolitiche.

Fabrizio Aurilia



ARAG
Tutela legale.
Vivi pienamente.

La nuova polizza
ARAG Tutela Legale Famiglia #Next!
E Per Te Donna,
una serie di servizi dedicati.

www.arag.it

MARKETING

Come passare da mercato di offerta a mercato di domanda

La trasformazione è iniziata: il consumatore di oggi è interessato a partecipare alla propria esperienza d'acquisto e ad avere un ruolo proattivo nella scelta, anche quando si parla di prodotti assicurativi. Il ruolo della tecnologia può essere quello di raccogliere e incanalare le esigenze del cliente

Per la prima volta nella sua storia, il mercato assicurativo, da mercato di offerta o *supply push*, sta diventando mercato di domanda o *demand pull*.

Alla base dello sviluppo del mercato assicurativo vi sono i consumatori. Il rapporto cliente-fornitore assicurativo diventa il core di tutta la dinamica del mercato, come auspicato dalle guidelines di Idd.

Il consumatore sta diventando *prosumer*, esige di poter partecipare attivamente e co-creativamente alla definizione del prodotto-servizio. Esige una *customer experience* memorabile attraverso un processo a 360° che coinvolga la sua parte emotiva e quella razionale in un *continuum* omogeneo e indivisibile.

La compagnia deve avvolgere e permeare il cliente con un marketing proattivo e uno *smart engagement*, e non soffocarlo con l'*information overload*. Una compagnia di assicurazioni non si misurerà più solo con il fatturato, ma con la sua attrattività, sulla capacità di creare relazioni e sulla persistenza nel tempo delle stesse. Il *customer engagement* sarà il *Roi* del futuro.

La *customer experience* non è istantanea, ma è rappresentabile come un viaggio, e necessita di spazio e tempo per essere valutata. Prendersi cura del cliente come *amico*, porterà a una *customer experience* tanto memorabile da incrementare il *Roi* e servirà a prevedere le esigenze future, tramite un *social caring* proattivo.

La rivoluzione digitale nel mercato assicurativo

Un'ulteriore accelerazione del cambiamento è quella imposta dalla *rivoluzione digitale*. Le compagnie devono essere consapevoli che il numero dei *touch point* con i clienti si sta costantemente incrementando. È di primaria importanza che vi siano coerenza, armonia, sincretismo tra i vari canali che raggiungono il cliente, e questo può rappresentare un problema, paradossalmente, più per le grandi società che per le piccole.

Le compagnie devono evitare che il cliente sia obnubilato dall'*information overload*: ad esempio, un errore da evitare è quello di proporre alla stessa persona la stessa polizza da parte della compagnia, della banca e dalla piattaforma digitale dello stesso gruppo.

Tutto ciò implica che la compagnia faccia arrivare al consu-

mattore finale solo ciò che può essere percepito dallo stesso come importante e utile, filtrando per lui il rumore di fondo creato dalle informazioni ridondanti e inutili.

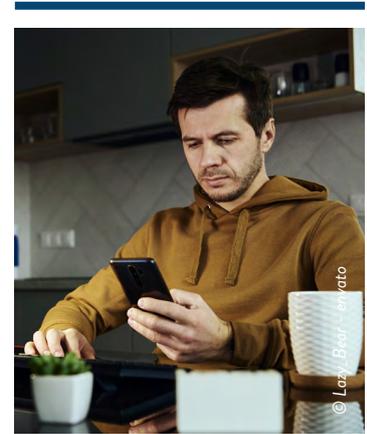
L'uso ragionato dei *big data* ci permette di conoscere il cliente

Per fare ciò è necessario che la compagnia conosca e riduca la distanza percepita dal cliente. Attraverso l'uso ragionato dei *big data*, è possibile targhettizzare e suddividere i clienti in gruppi sempre più piccoli, ponendosi, come obiettivo ideale, di arrivare a soluzioni personalizzate sul singolo soggetto.

Arrivare a differenziare l'offerta cliente per cliente, con una *strategy by design* che è anche il fine della già citata Idd.

La stessa migliore conoscenza del cliente porterà, come già dimostrato dalla teoria economica, a ridurre i rischi e di conseguenza i premi delle singole polizze. Per fare ciò è necessario porsi in ascolto del mercato, cosa che in questa epoca si può fare sfruttando la rete digitale e comprendendo le *community*, attraverso l'operato degli analisti digitali, e con strumenti di indagine non banali, in quanto, a partire dai nativi digitali, gli stessi mal digeriscono gli obsoleti questionari e le risposte chiuse, ma vanno, come dicevamo prima, attratti e sedotti con specifici tool e app. Queste app saranno in grado di prevedere non tanto i comportamenti funzionali (come rispetto ai prezzi), ma etici e valoriali; ad esempio, come si comporterebbe davanti a un semaforo giallo un conducente di un veicolo.

La compagnia di successo del futuro sarà quella che riuscirà a far sentire il suo interlocutore permeato e protetto da una soluzione coerente e quella in grado di far durare nel tempo la relazione, rendendo possibile e piacevole per lo stesso cliente il periodico ritorno in una situazione appagante, cardine della nascente economia esperienziale.



Gianluca Zanini,
partner di Excellence Consulting



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

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