



AGENTI NEL FUTURO

PRIMO PIANO

Zurich, i nuovi target al 2027

Zurich ha presentato un nuovo piano triennale in occasione dell'Investor Day, con obiettivi importanti e definiti dalla compagnia "i più ambiziosi di sempre". Per il periodo 2025-2027, il gruppo guidato dal ceo Mario Greco prevede di centrare l'obiettivo di un roe core superiore al 23%; una crescita composta media annua dell'utile per azione superiore al 9% e cash remittance cumulative alla casamadre superiori a 19 miliardi di dollari. L'utile operativo supererà i 4,2 miliardi di dollari nel 2027 e i premi lordi sottoscritti del middle market supereranno i 10 miliardi.

Per raggiungere questi target, Zurich si impegnerà a rafforzare ulteriormente il segmento commercial; migliorare la redditività e la fidelizzazione dei clienti retail, trasformare il ramo life e protection in un "business globale per accelerare la crescita" e supportare la trasformazione di Farmers, puntando a una crescita sostenibile delle polizze. I premi lordi sottoscritti nel settore della protezione aumenteranno con un tasso di crescita annuo dell'8% con un ulteriore sviluppo nel business unit-linked a basso assorbimento di capitale. Il business protezione, che rappresenta quasi il 60% dell'utile operativo di tutti i rami vita, sarà consolidato in un'unica unità globale. Per un approfondimento, clicca qui.

Fabrizio Aurilia

Il digital e la concentrazione nel mercato minano la mutualità

La spinta all'estrema personalizzazione delle polizze, la tecnologia usata male e la razionalizzazione dei player stanno contribuendo a mettere a serio rischio i principi di equità del sistema assicurativo

L'iniziativa economica privata è libera. Non può svolgersi in contrasto con l'utilità sociale o in modo da recare danno alla salute, all'ambiente, alla sicurezza, alla libertà, alla dignità umana. La legge determina i programmi e i controlli opportuni perché l'attività economica pubblica e privata possa essere indirizzata e coordinata a fini sociali e ambientali.

Dispositivo dell'articolo 41 della Costituzione

La progressiva digitalizzazione dei servizi assicurativi e la crescente concentrazione del mercato nelle mani di grandi gruppi stanno rapidamente trasformando il settore. Sebbene questi cambiamenti tendano dichiaratamente a migliorare l'efficienza e l'efficacia di alcuni processi, sia nelle fasi di sottoscrizione della polizza sia per ciò che attiene la gestione e la definizione dei sinistri, rischiano tuttavia di mettere a repentaglio uno dei principi fondamentali delle assicurazioni: la mutualità. Come sappiamo, questo principio si basa sulla condivisione dei rischi tra tutti gli assicurati in modo che ciascuno contribuisca in misura equa al fondo comune dei rischi. Tuttavia, oggi assistiamo a una crescente erosione di tale principio.

È per molti evidente che la digitalizzazione ha reso possibile una segmentazione più ampia e precisa dei clienti, basata su una quantità di dati senza precedenti. Le compagnie assicurative, pur utilizzando gli strumenti più avanzati, paiono applicare con crescente frequenza premi differenti a consumatori che pure presentano gli stessi fattori di rischio. Questo fenomeno rappresenta una effettiva rottura della logica mutualistica: mentre in passato i rischi venivano distribuiti in modo più uniforme, oggi i clienti vengono sempre più spesso classificati con logiche non sempre chiare e non sempre comprensibili dagli stessi operatori. È solo un esempio di come la tecnologia possa accentuare le disparità anziché ridurle.

L'EVOLUZIONE DEL CONCETTO DI MUTUALITÀ

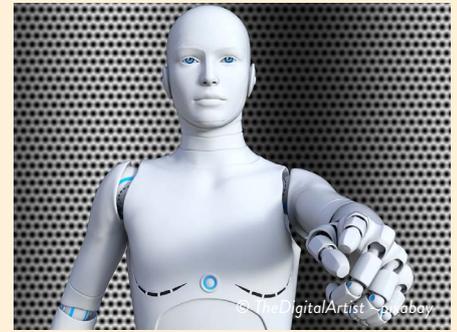
Lo stesso presidente dell'Ivass, **Luigi Federico Signorini**, ha evidenziato i rischi connessi per esempio all'uso di algoritmi e di intelligenza artificiale nel settore assicurativo. Così peraltro si esprimeva anche **Stefano De Polis**, segretario generale dell'Ivass, nell'intervento di Torino del 4 giugno 2022 al convegno organizzato da **Reale Mutua** dal titolo *La mutualità assicurativa nel contesto in evoluzione*: "la mutualità è alla base dell'attività assicurativa ed è per questo che fare leva su di essa è vitale per il settore".

(continua a pagina 2)



Giuseppe Villa, consigliere di Uea

(continua da pagina 1) "Rispetto alla mutualità delle origini, quella odierna si inserisce in un concetto più articolato, in grado di realizzare sempre più ampie forme di assunzione e distribuzione di rischi a vantaggio dei singoli ma anche del più generale sviluppo sociale, economico e tecnologico. L'evoluzione del contesto ha progressivamente plasmato e modificato il concetto di mutualità; oggi un rilevante punto di attenzione è posto dal crescente fenomeno della digitalizzazione. L'utilizzo di big data e dell'intelligenza artificiale può arricchire i prodotti ma può spingere anche verso una eccessiva personalizzazione dei premi e dei servizi. La personalizzazione spinta di prodotto e tariffe può accrescere l'esclusione, e financo la discriminazione, di alcune fasce di popolazione dal mercato assicurativo, oltre a rendere difficile il confronto tra prodotti. In sintesi, possono essere messi a rischio i meccanismi di solidarietà sociale (ovvero il principio di mutualità) che fondano il metodo assicurativo di gestione dei rischi, il quale va, invece, preservato. C'è diffusa consapevolezza di questo rischio e ciò è un primo passo fondamentale per gestirlo al meglio".



LE PRATICHE DI AI VIETATE

Vi è dunque coscienza da tempo fra gli operatori di come la concentrazione del mercato e la personalizzazione spinta delle polizze stiano contribuendo a mettere a serio rischio i principi di equità del sistema assicurativo. È ancora a livello europeo allora che si rende urgente un intervento che garantisca una diversa tutela dei consumatori? Consumatori che dovrebbero essere garantiti per ciò che attiene le modalità di determinazione del premio di polizza secondo i principi di effettiva condivisione tra assicurati dei rischi sottostanti. Perché allora non approfondire le precise disposizioni dell'ultima direttiva interpretandole meglio in tal senso?

In tale direzione ci viene incontro anche il recente AI Act, il regolamento europeo sulla intelligenza artificiale, regolamento che al capo II, *Pratiche di AI vietate*, dispone una serie di norme che richiederebbero precise riflessioni atte a verificare la necessità o meno di stabilire altrettanto precise prescrizioni di dettaglio volte a garantire preventivamente non solo il rispetto assoluto della mutualità ma anche, più in generale, i diritti già sanciti a favore del consumatore.

Ad esempio, sono vietate le pratiche di AI seguenti:

- l'immissione sul mercato, la messa in servizio o l'uso di sistemi di AI ai fini della valutazione o della classificazione delle persone fisiche o di gruppi di persone per un determinato periodo di tempo sulla base del loro comportamento sociale o di caratteristiche personali o della personalità note, inferite o previste, in cui il punteggio sociale così ottenuto comporti il verificarsi di uno o di entrambi i seguenti scenari: (continua a pagina 3)

Allianz 

SIAMO ALLIANZ COMMERCIAL

Dalle grandi aziende
alle piccole imprese

[Scopri di più](#)

(continua da pagina 2)

i) un trattamento pregiudizievole o sfavorevole di determinate persone fisiche o di interi gruppi di persone in contesti sociali che non sono collegati ai contesti in cui i dati sono stati originariamente generati o raccolti;

ii) un trattamento pregiudizievole o sfavorevole di determinate persone fisiche o di gruppi di persone che sia ingiustificato o sproporzionato rispetto al loro comportamento sociale o alla sua gravità.

L'INTERMEDIARIO SUPERA LE BARRIERE

Allora perché non porre sotto controllo con obbligo di certificazione le logiche algoritmiche e gli stessi algoritmi al fine di prevenire possibili discriminazioni o possibili pregiudizi, non solo verso i consumatori ma anche e più in generale nei confronti di un modello di sistema che si vuole competitivo e virtuoso. Le asimmetrie informative rappresentano un ulteriore elemento di distorsione nel mercato. Le compagnie dispongono di un accesso privilegiato a normative e prassi di settore, oltre a poter analizzare dati dettagliati sui consumatori, cosa che questi ultimi non possono fare con lo stesso grado di precisione.

In questo contesto, gli intermediari professionali svolgono un ruolo essenziale. Questi intermediari possono offrire libera consulenza ai consumatori nonché favorire l'orientamento del cliente a una più ampia gamma di polizze e aiutare a confrontarne i prezzi e le condizioni di copertura.

Il sociologo **Peter Marsden** aveva teorizzato come il ruolo degli intermediari fosse fondamentale nel facilitare transazioni tra attori che non hanno accesso o fiducia reciproca. Gli intermediari, in questo caso, agiscono come ponti di collegamento, superando le barriere di informazione e fiducia che ostacolano un mercato che per sua stessa natura è complesso e difficilmente interpretabile. Questo

vale in particolar modo nel settore assicurativo, dove la consulenza obbligatoria e personalizzata di un intermediario indipendente può colmare le asimmetrie informative e tutelare il consumatore.

Tuttavia, la spinta verso la digitalizzazione diretta delle polizze e la standardizzazione dei servizi rischia di marginalizzare questi attori, riducendo ulteriormente la possibilità per i consumatori di fare scelte consapevoli e convenienti.

UN APPELLO ALLE REGOLE

Infine, la digitalizzazione e la concentrazione del mercato non solo rischiano di aumentare i costi per i consumatori, ma possono generare anche una serie di disservizi e contenziosi relativi alla diminuzione delle competenze e dell'esperienza esercitate normalmente e direttamente dall'uomo.

In conclusione, la trasformazione digitale e la concentrazione del mercato assicurativo stanno modificando profondamente il funzionamento di un settore strategico, con più che possibili ripercussioni sulla mutualità e sull'equità dei premi.

La personalizzazione estrema, se da un lato rappresenta un'opportunità per migliorare i servizi, dall'altro rischia di approfondire disuguaglianze e discriminazioni. Per affrontare queste sfide, è necessaria una regolamentazione che miri a preservare e rafforzare la mutualità, contrastare le pratiche distorsive e/o collusive e certamente tutelare gli intermediari indipendenti, affinché il mercato resti competitivo e accessibile per tutti.

Giuseppe Villa,
consigliere di Uea



XL Insurance

Your global partner for progress

Le aziende hanno bisogno di un partner assicurativo che le aiuti a prevenire e a proteggersi dai rischi informatici.

Con AXA XL avrai il supporto necessario in ogni fase del tuo percorso.

PROTEZIONE
CONTRO IL
RISCHIO CYBER
SCOPRI DI PIÙ

NORMATIVA

Codice della strada, ok alla riforma

Via libera del Senato al testo che introduce, fra le diverse novità della legge, anche l'obbligo di assicurazione per i monopattini elettrici

È arrivato ieri, con 83 voti favorevoli, 47 contrari e un solo astenuto, il via libera definitivo del Senato alla riforma del codice della strada. "Il nuovo codice della strada è finalmente legge. Più sicurezza e prevenzione, contrasto ad abusi e comportamenti scorretti, norme aggiornate ed educazione stradale vera", ha commentato sui social network **Matteo Salvini**, ministro delle infrastrutture e dei trasporti, nonché promotore del provvedimento. Bocciati gli oltre 350 emendamenti che erano stati presentati dalle opposizioni.

Molte le novità inserite all'interno del testo. Fra queste trova spazio anche l'introduzione dell'obbligo di targa, casco e assicurazione per la responsabilità civile verso terzi per i monopattini elettrici. Sempre in materia di micromobilità elettrica, divieto di viaggiare contromano e di percorrere strade pensate per lo scorrimento veloce: per i veicoli offerti in sharing, a tal proposito, sarà inibito l'utilizzo in aree extraurbane.

Tra le altre novità, multe tra 250 e 1.000 euro per chi usa il cellulare alla guida, con la sospensione automatica della patente per una settimana per chi ha almeno 10 punti e per 15 giorni per chi ha meno di 10 punti. Per i recidivi previsto un innalzamento delle sanzioni fino a 1.400 euro, con la sospensione della patente fino a tre mesi e decurtazione di 8-10 punti.

Inasprite anche le pene per la guida in stato di ebbrezza. Con un tasso alcolemico compreso tra 0,5 e 0,8 g/l, la multa spazia tra 573 e 2.170 euro, con sospensione della patente da tre a sei mesi. Per tassi tra 0,8 e 1,5 g/l, si rischia l'arresto fino a sei mesi, un'ammenda da 800 a 3.200 euro e sospensione da sei mesi a un anno. Superati i 1,5 g/l, la pena prevede arresto da sei mesi a un anno, ammenda tra 1.500 e 6.000 euro e sospensione da uno a due anni.

Giacomo Corvi



INNOVIABILITY

**INNOVATIVE
SOLUTIONS
FOR TRANSPORT**

INFO@INNOVIABILITY.IT
WWW.INNOVIABILITY.IT

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