

Il posizionamento strategico di un riassicuratore leader nella catena del valore della bancassicurazione: soluzioni integrate di prodotti finanziari ed assicurativi retail

DOTT.SSA DANIELA D'ANDREA
DIRECTOR - SWISS RE EUROPE S.A. RAPPRESENTANZA PER L'ITALIA, ROMA

Alla luce degli ultimi avvicendamenti della crisi dei mercati finanziari abbiamo riadattato in parte la presentazione cercando anche di soffermarci su quali opportunità questa crisi può fornire al mercato della bancassicurazione. Nel proseguo dell'intervento entreremo sempre più nello specifico della bancassicurazione: il modello distributivo, la segmentazione dei mercati sia in termini di prodotti che di clientela, alcuni dati del mercato dal punto di vista dei volumi e infine ci soffermeremo su potenziali aree di sviluppo.

Swiss Re è leader nelle insurance-linked securities, abbiamo effettivamente trovato il modo di unire al prodotto puramente assicurativo anche il trasferimento nel rischio dei mercati di capitali. Oggi non è, a causa della crisi in atto, una soluzione di facile applicazione, ma crediamo fortemente che una buona sottoscrizione di rischio e la capacità di trasferirlo anche ad altri mercati sia l'unico modo di poter accedere al mercato e coprire rischi ad oggi ritenuti non-assicurabili.

Swiss Re è in grado, e lo ha dimostrato nel corso di questi anni, di identificare i rischi, rischi che spesso non sono ancora percepiti dal mercato, di selezionarli, di assumerli e "prezzarli". Lì dove necessario, SwissRe è in grado di trasformare questi rischi in modo tale che siano assicurabili ed eventualmente trasferirli altrove.

Oggi Swiss Re ha puntato l'occhio sulla bancassicurazione. La bancassicurazione di domani, più che quella di oggi, ha un grosso potenziale e l'outlook su questo nuovo canale distributivo è decisamente positivo. Pensiamo che la sinergia che si potrà creare tra Banca e Assicurazione ci porterà un domani anche a poter vendere, presso gli sportelli bancari, dei prodotti complessi che siano veramente consulenziali nei confronti dell'assicurato.



IL PUNTO SULLA CRISI DEI MERCATI FINANZIARI: CRISI E/O OPPORTUNITÀ

È inutile soffermarci sui motivi che hanno generato questa crisi, se ne è parlato già tanto sui giornali. È sorprendente, per non dire inquietante, pensare che da un rischio relativamente ridotto come i mutui immobiliari venduti in America e nella fattispecie i subprime - che rappresentano una percentuale minima nel complesso di tutti i mutui immobiliari - si è generato un effetto domino di tale



impatto. Questi rischi sono stati cartolarizzati, trasformati e ritrasformati facendo sì che l'esposizione finanziaria sia praticamente diventata un multiplo del rischio reale.

I principali attori li conosciamo tutti anche perché sono stati sulle prime pagine di tutti i giornali (Lehman Brothers, AIG, Fortis), ma ad oggi la crisi non è finita e quindi ne potrebbero emergere anche altri.

Che impatto ha questa crisi finanziaria sulle banche? Sicuramente ha un impatto sui mezzi di finanziamento. Nell'ordine l'hedging, il funding e qualsiasi cartolarizzazione oggi è estremamente onerosa. Le banche devono trovare approvvigionamenti diversi per il capitale. Il capitale proprio è molto oneroso da utilizzare e nel tempo verrà assorbito sempre di più nella copertura della volatilità dei rischi.

È chiaro che la banca dovrà cercare delle fonti alternative di finanziamento e di revenues proprio per bilanciare la parte di capitale.

La bancassicurazione, in tutto questo, può svolgere un ruolo di forte aiuto, sostenendo la crescita e offrendo nuovi prodotti. Non è tanto aumentando le commissioni sui prodotti esistenti, quanto diversificando il paniere di prodotti, che si troveranno nuove e stabili fonti di revenues.

Per quanto riguarda il rischio di recupero sui finanziamenti già effettuati dalle banche, è chiaro che tale rischio permane e presumibilmente aumenterà a seguito della recessione economica. Tutti i mutui, i prestiti, i finanziamenti che sono stati erogati in questi anni saranno più difficili da recuperare. Aumenta anche la "percezione del rischio" all'interno della banca, anche rischi che prima si ritenevano poco probabili, o che proprio non venivano considerati, diventeranno potenziali pericoli per il patrimonio della banca. La bancassicurazione potrà avere bisogno di un ruolo di protezione e di risk management.

Due fattori: "mezzi di finanziamento" e "rischio" avranno sicuramente un impatto sul ciclo della bancassicurazione: emergerà un bisogno di partnership, forse si tornerà al modello captive – attualmente molto sviluppato in Spagna e in Italia fino ad

Leading nell'originare, assumere, trasformare e nel trading dei rischi assicurabili

Swiss Re

Esempi

SR identifica e valuta i rischi	Controllare i rischi sono stati identificati come rischi emergenti da almeno 20 anni	
SR seleziona e assume i rischi	R-Assicurazione di spazi tutti i rischi industriali e retail	
SR trasforma i rischi	Decomposizione di rendite in espositivi a tassi di interesse e rischio di credito	
SR trade back il trading dei rischi	Cartolarizzazione di rischi Oragani nel Nord Atlantico sul mercato del capitale	
SR educa e fornisce consulenza sui rischi	Oltre 50 pubblicazioni collegate ai rischi nel corso degli ultimi 12 mesi	

Highlights dal Sigma n. 5/07

Swiss Re

- *“La Bancassurance è una strategia adottata da banche e assicurazioni intesa a permettere una operatività nei mercati finanziari con un livello di integrazione più o meno accentuato” o “è uno sforzo comune di banche e assicurazioni al fine di fornire servizi assicurativi alla clientela della banca”*
- La Bancassurance ha recentemente mostrato forti segnali di crescita soprattutto nei mercati emergenti
- Outlook positivo:
 - prodotti più complessi nel settore vita e sviluppo della Bancassurance danni nei mercati maturi
 - integrazione tra banking e assicurazione comporterà una riduzione dei costi e ottimizzazione delle sinergie
- La Bancassurance è divenuto un canale distributivo chiave in molti mercati assicurativi, specialmente del Sud Europa

alcuni anni fa. Crescerà la tendenza ad aumentare il paniere dei prodotti e alla segmentazione sia della clientela che dei prodotti. Tra i prodotti che possono essere venduti all'interno degli sportelli bancari o delle filiali nasceranno prodotti cosiddetti di nuova generazione, più innovativi.

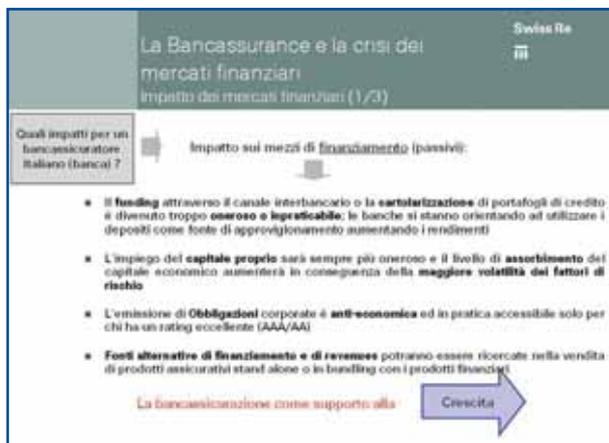
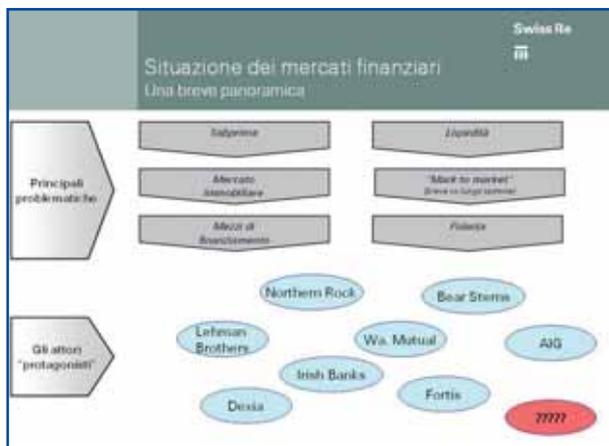
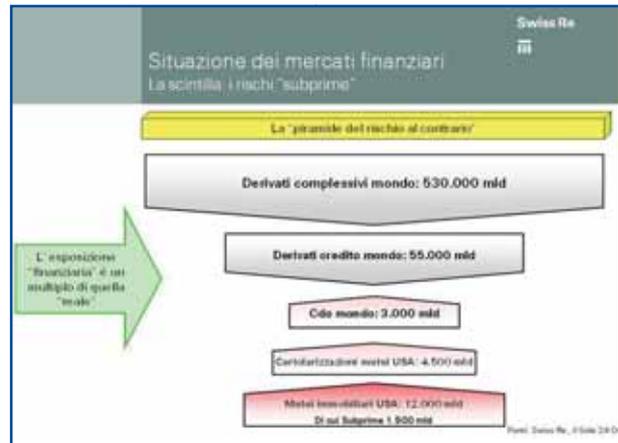
Il ruolo che dovrà svolgere la bancassicurazione in tutto questo sarà un ruolo chiave. Alla sinergia tra banche e assicurazioni sarà destinata la missione di sviluppare sia il comparto finanziario sia il comparto assicurativo per andare incontro alle nuove esigenze.

LA BANCASSURANCE

La prima cosa su cui dobbiamo soffermarci, nel momento in cui analizziamo il modello distributivo, è sicuramente la forza del canale distributivo bancario.

La banca controlla l'intera catena del valore.

Controlla come i profitti sono ripartiti all'interno dell'asse di distribuzione del valore. Inoltre, la banca solitamente non ritiene alcun rischio. Le captive in Italia non sono ormai più presenti, al contrario ci sono delle forti partnership commerciali tra Banca e Assicurazione. Sempre più spesso, la banca impone la struttura del prodotto e non ritiene alcun rischio assicurativo; questo le consente di poter imporre un design di prodotto unicamen-



te orientato agli aspetti commerciali senza contabilizzarlo nell'ottica di una maggiore stabilità in termini assicurativi.

Questo è, ad oggi, il modello con cui dobbiamo convivere e ci auguriamo di poter in qualche modo trasformare questo sistema in qualcosa di più tecnico, di più stabile.

Questo modello assicurativo è quello che ci aspettiamo ed è quello che si è sviluppato all'interno di bancassicurazione in Italia.

Fino a ieri i clienti appartenevano ad un unico blocco ed erano trattati alla stessa maniera: gli venivano più o meno offerte le stesse tipologie di prodotto, l'unico canale distributivo era la filiale.

Oggi vediamo una prima segmentazione: cliente corporate, cliente individuale e cliente standard. Il canale distributivo non è più solo la filiale, ma ci sono i centri di competenza, i salottini di consulenza, i produttori finanziari e il direct banking. Si sta creando, quindi, una segmentazione sia dal punto di vista del cliente che del canale di vendita.

Quello che ci aspettiamo per un domani, guardando anche agli altri mercati europei, è sicuramente una maggiore segmentazione sia in termini di clientela sia di canale distributivo.

La segmentazione che può essere effettuata nel mercato in termini di prodotto è più o meno quella che risponde alle tre domande classiche.

La prima: hai comprato questo prodotto quindi "Hai bisogno anche di questo prodotto", l'annex (letteralmente l'annesso).

La seconda "Questo prodotto è ottimale per te" sono le vendite transazionali in cui si studiano dei prodotti semplici facili da vendere tramite lo sportello bancario e che possono andare incontro a più esigenze della clientela. In questo caso la relazione che si instaura tra la banca e il cliente finale riesce ad identificare quale prodotto è ottimale per il cliente stesso.

La Bancassurance e la crisi dei mercati finanziari
Impatto dei mercati finanziari (2/3)

Quali impatti per un bancassicuratore italiano (banca)?

Volatilità sui rischi (attività e passività):

- Aumenteranno i rischi legati alla capacità dei clienti (retail e aziende) di restituzione dei prestiti erogati
- Saranno maggiormente percepiti rischi prima trasferiti ad altri soggetti e.g. rischi catastrofici in capo agli asset collateralizzati a fronte dei mutui erogati
- Sarà più difficile trovare controparti finanziariamente affidabili nel fornire protezioni di hedging sugli attivi o integrate con garanzie assicurative su prodotti retail

La bancassicurazione come supporto alla Protezione / Risk Management

La Bancassurance e la crisi dei mercati finanziari
Impatto dei mercati finanziari (3/3)

Quali impatti per un bancassicuratore italiano (banca)?

Impatto sul ciclo bancassicurativo:

- Emergerà da parte delle banche un bisogno di partnership forte nei confronti delle compagnie di assicurazione che corra la capacità di sviluppare soluzioni assicurative tarate sui prodotti della banca che siano nel contempo "generatori di revenues" e "risk mitigants"
- Una caratteristica distintiva dell'offerta di tali soluzioni assicurative sarà la segmentazione che dovrà necessariamente seguire l'evoluzione dei processi di segmentazione delle banche (terza età, studenti, PMI, professionisti, affari, VIP etc)
- I prodotti di nuova generazione della bancassurance saranno caratterizzati da una forte personalizzazione, da un elevato grado di sofisticazione e da semplici processi di sottoscrizione e vendita

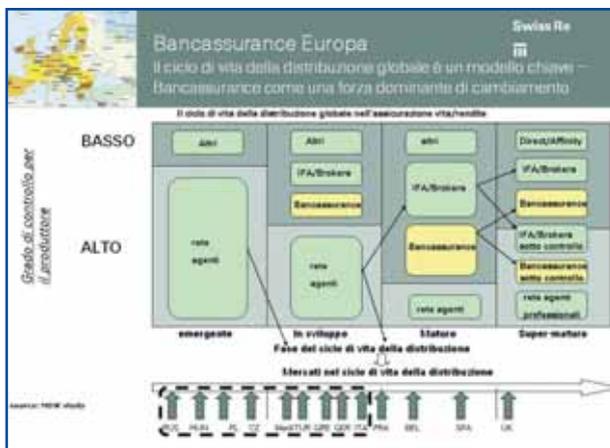
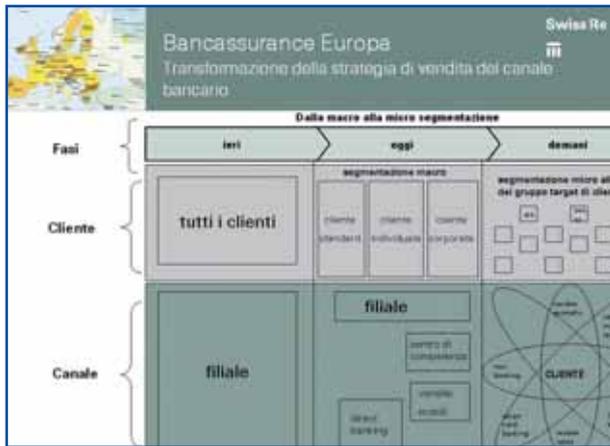
La bancassicurazione come supporto a Protezione / Risk management → Crescita

La terza: "Ci occupiamo dei tuoi bisogni" sono le vendite consulenziali in cui ci si mette a tavolino, si studiano i bisogni del cliente e si trovano delle soluzioni ad hoc. Chiaramente quest'ultime sono soluzioni che non possono essere vendute allo sportello ma hanno bisogno di una certa formazione del canale distributivo.

Bancassurance: la forza del canale distributivo

- La Banca/distributore controlla la catena del valore
 - e come i profitti sono ripartiti
 - la banca richiede commissioni upfront e, in alcuni casi, delle partecipazioni agli utili
 - preferisce la facilità dei processi amministrativi, gestionali e documentali (importanza del TPA)
 - non ritiene alcun rischio (salvo il modello Captive)
 - ha un basso livello di influenza sul product design
 - utilizza diversi modelli distributivi (captive, JV, accordo commerciale)
 - attribuisce un valore primario alla customer care

Alcuni fattori di successo sono abbastanza evidenti: le vendite collegate (Annex) chiaramente sono il pane quotidiano della banca. La banca vende prodotti finanziari e deve trovare quindi il modo di abbinare facilmente il prodotto assicurativo rendendo facile la vendita e la proposizione per chi è allo sportello bancario.



Le vendite transazionali invece, per avere successo, devono essere semplici (tipico approccio del mass marketing), di ammontare ridotto, devono essere prodotti "chiavi-in-mano" che possono essere venduti direttamente allo sportello. Le vendite consultive richiedono sicuramente un'attenzione diversa: la banca come consulente finanziario e, con la giusta formazione, come consulente assicurativo.

Oggi siamo particolarmente concentrati sulla prima parte del diagramma, quello che vediamo per il futuro è sicuramente uno spostamento sempre di più verso le vendite di consulenza. Chiaramente intensificando i prodotti si deve puntare a bundled

product: la mission principale della banca è quella di vendere prodotti finanziari e abbinare a questi il prodotto assicurativo è sicuramente la scelta vincente.

Per quanto riguarda invece la segmentazione degli individui vediamo alcuni spaccati per età.

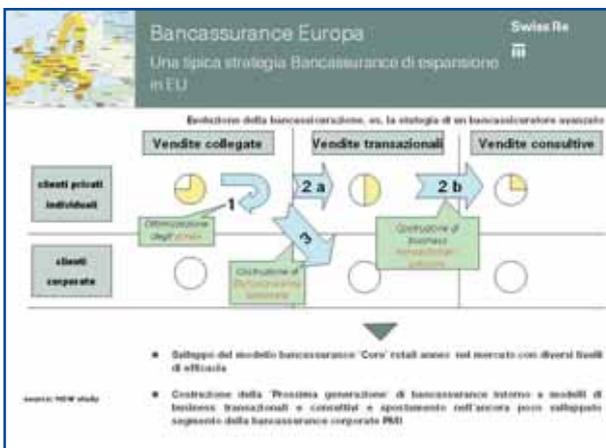
Gli individui più giovani, al di sotto dei 45 anni, solitamente dispongono di un flusso diretto (lavoro a tempo interminato), hanno come obiettivo principale l'acquisto della prima casa (soprattutto in Italia) e hanno poco patrimonio liquido, quindi i bisogni primari - alcuni percepiti altri no - sono sicuramente la richiesta di finanziamento per l'acquisto della prima casa, la rendita integrativa e una protezione per la famiglia.

Gli individui nella fascia centrale, quindi tra i 45 e i 65 anni, solitamente hanno flussi significativi, hanno un patrimonio liquido, hanno già acquistato la prima casa e quindi devono finire di pagare il mutuo e qualcuno, più facoltoso, è in previsione di acquistare una seconda casa. Questi individui hanno bisogno che il loro patrimonio liquido e flussi di reddito vengano investiti in maniera ottimale e che ci sia un rendimento adeguato, hanno bisogno di una pensione integrativa e di un eventuale finanziamento in caso dell'acquisto della seconda casa.

Gli individui over 65, pensionati, solitamente hanno già

Bancassurance Europa		Bancassurance deve essere compresa come tre diversi business...		
	Vendite collegate	Vendite transazionali	Vendite consultive	
	"Hai bisogno anche di questo prodotto?"	"Questo prodotto è utile per te?"	"Ci occupiamo del tuo bisogno?"	
Logica di Business	• Aggiunta di prodotti collegati al prodotto core banking	• Prodotti semplici con una forte propensione di vendita	• Complesse assicurazione su misura, soluzioni finanziarie	
Approccio distributivo	• Solo complessità del consumatore, vendite non obiettivo • Impiegato di banca, over the counter • Insegni singoli	• Generazione obiettivo • Principale Impiegato di banca / over the counter (risorsa singola)	• Soluzione specifica di consumo • Consulenti specializzati • Investimenti in relazioni e servizi tecniche	
Prodotti tipici	• Assicurazione del creditore (incluso ramo vita) • Assicurazione del proprietario di casa protezione polizze	• Prodotti a medio termine, facilmente efficienti • Regime come obiettivo emittitore e premio unico	• Pensioni / risparmi a lungo termine • Piano finanziario / consumo risparmio • Protezione vita e reddito • Variabile Rendite / Real Mortgage	

Fonte: NBB study



una pensione, hanno una casa di proprietà e hanno patrimonio liquido. Questi individui hanno bisogno sicuramente della protezione sugli investimenti, hanno bisogno di assistenza e la possibilità di trasformare il loro patrimonio (la casa) in liquidi che possano aiutarli a mantenere un livello di vita adeguato alle loro esigenze.

Si percepiscono, quindi obiettivi a livello pensionistico per tutte e tre le tipologie. Tipologie di individui su cui l'assicurazione deve lavorare e crediamo che, poiché la componente principale deve essere una buona gestione finanziaria, l'unione assicurazione e banca sia la strada vincente.

I bisogni da collegare

sono pertanto: il livello finanziario (ottimizzazione degli investimenti in sicurezza) e il livello assicurativo (protezione per la famiglia, e nei periodi di difficoltà).

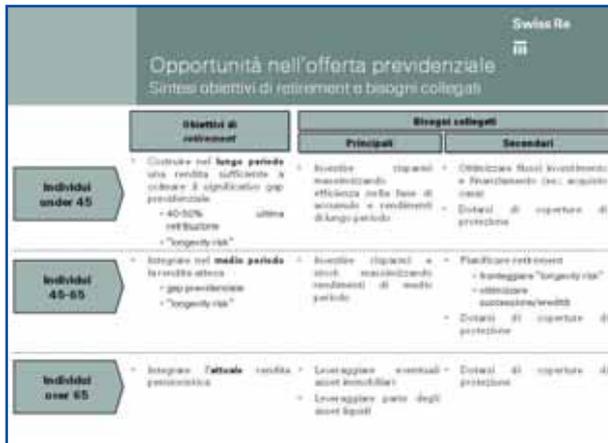
Ad oggi il mercato della bancassicurazione copre circa i 41,6 billion euro di produzione. Una parte dei prodotti vengono venduti, talvolta, come assicurativi, ma in realtà hanno una componente prevalentemente di risparmio, quindi prodotti assolutamente bancari e la componente di composizione del rischio è praticamente inesistente.

Qual è la visione del futuro? sicuramente la crescita dei bundle product e la possibilità di ampliare il paniere verso prodotti più innovativi e previdenziali.

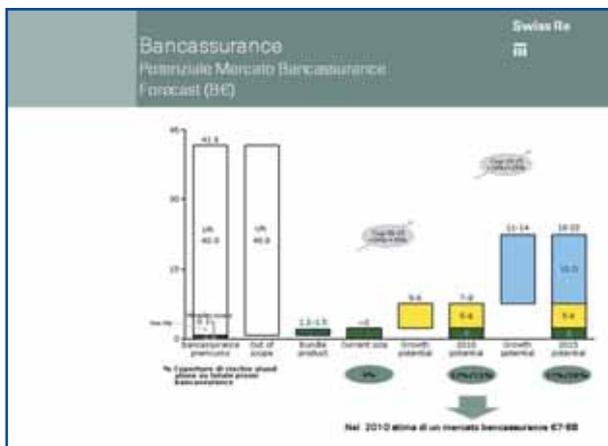
Il nostro obiettivo è quello di trasformare le attuali CPI (Creditor Protection Insurance) per venire sempre più incontro alle esigenze del cliente: legarle alle piccole e medie imprese, a prestiti diversi, sviluppare il payment protection insurance (anziché coprire solo il debito che si ha nei confronti della banca, si protegge il pagamento di bollette e i normali pagamenti che ognuno di noi fa nella vita quotidiana).

Il tasso di fertilità è diminuito fortemente negli ultimi anni e i trend non mostrano ancora un miglioramento. D'altra parte, la speranza di vita alla nascita è cresciuta. La vita si è allungata e i trend mostrano un continuo





allungamento previsto per i prossimi anni. Pochi figli, pochi giovani e tanti anziani, il tasso di dipendenza della popolazione anziana rispetto al resto della popolazione sta crescendo in maniera esponenziale. Questo è un problema enorme della società e riteniamo che il comparto assicurativo debba intervenire e assumersi l'onere di offrire una protezione reale a questa fascia di popolazione.



Ad oggi la situazione finanziaria dei pensionati è la seguente: tra gli asset principali hanno la pensione base, chi è più fortunato ha una pensione integrativa che ha concordato con il datore di lavoro o con contratti integrativi, ha una componente assicurativa,

una casa di proprietà e alcuni risparmi. Le principali spese sono le tasse, le spese di sostentamento della vita e soprattutto le spese di assistenza.

Quindi abbiamo pochi attivi per finanziare i pensionati, questo è inoltre il motivo principale per cui siamo passati da un sistema a prestazione definita a un sistema pensionistico a contribuzione definita.

La partecipazione delle donne nel mercato del lavoro è in crescita e questo ha degli impatti importanti nell'assetto della società: un tempo la donna dava la sua assistenza all'interno del nucleo familiare mentre oggi non sarà più possibile, l'assistenza agli anziani sarà a intero carico della società senza il "cuscinetto" della famiglia.

La spesa pensionistica italiana in percentuale al PIL ha avuto la stessa crescita della Francia. È totalmente a carico dello Stato ed è assolutamente insostenibile. Nel futuro dovrà assolutamente crescere la parte legata all'assicurazione privata, già lo Stato con i fondi pensione sta cercando di trasferire parte di questo rischio alla previdenza complementare proprio perché non è più in grado di garantire alcun equilibrio.

Il crescente costo dell'invecchiamento della popolazione offrirà grandi opportunità nel settore assicurativo: la pensione pubblica, le coperture sanitarie per le spese mediche e tutti gli altri

Potenziale Mercato Italia
Breakdown per linea prodotto (BIC)

	Corrente	Potenziale 2010	Potenziale 2015
Stand alone			
• Non life	0.3	0.8 - 1.0	2.2 - 2.6
• Motor	0.4	1.2 - 1.4	3.2 - 4.0
• Non Motor	0.1	0.5 - 0.6	0.6 - 0.8
• Life (mortality covered)	0.8	2.5 - 3.0	6.0 - 7.4
Bundled	1.2 - 1.4	3.1 - 3.6	5.5 - 6.7
• CFI	-	-0.2	0.6 - 0.8
• Payment protection	-	-0.4	2.3 - 2.9
• CFI (BE)	-	-0.3	1.0 - 1.1
• Guarantees embedded in investments	<0.1	-0.1	-0.2
• Small policies embedded in cards and bank accounts	1.2 - 1.4	4.1 - 4.6	9.6 - 11.7
Innovative products			
• Reverse mortgage	-	-0.1	0.8 - 0.9
• Variable annuity	-	-0.3	1.6 - 2.0
• Total	-2	7 - 8	18 - 22



benefit che dovremo riservare alla popolazione in visione dell'invecchiamento in generale.

Siamo in linea con i mercati più vicini a noi, quindi con la Francia e con la Spagna; la parte riservata allo Stato salirà leggermente, mentre la parte legata al privato dovrà crescere più repentinamente.

Questo offrirà una grande opportunità nel campo delle rendite. È sorprendente vedere l'Italia all'ultimissimo posto in quanto a utilizzo della rendita, sino ad oggi siamo stati abituati a ricevere tale garanzia dallo Stato e tutti al momento di maturazione della polizza assicurativa abbiamo scelto di optare per il capitale. Fino a ieri avevamo la certezza di una pensione, oggi non è

più così. Chi andrà in pensione con il solo contributivo, riceverà circa il 40% dell'ultimo stipendio e quindi avrà indiscutibilmente bisogno di una rendita integrativa.

Come mantenere inalterata la qualità della vita dell'individuo pensionato? È necessario trovare delle soluzioni che si concentrano sia nella fase di accumulo, quindi durante la fase lavorativa, che di decumulo, cioè nella fase di distribuzione dei benefit (età pensionabile). Tali prodotti devono essere flessibili, con una buona diversificazione nella Asset Allocation, che siano in grado di garantire in sicurezza dei buoni rendimenti.

L'Asset Allocation è sicuramente una delle mansioni che la banca può svolgere facilmente. Il lavoro principale di un istituto bancario è quello di trovare prodotti finanziari che possano bilanciare sicurezza e rendimenti. La compagnia di assicurazione può e deve aiutarle a costruire dei prodotti che aggiungano alla componente di risparmio una forte copertura assicurativa e che proteggano l'intera filiera dei rischi dell'individuo.

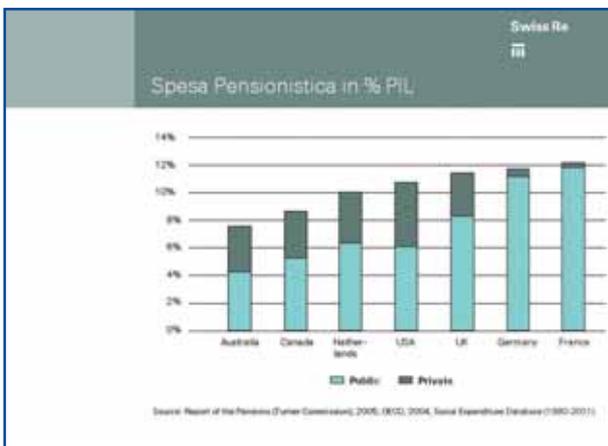
Si potrebbero ad esempio proporre delle unit linked, unit linked diverse da quelle attualmente presenti del mercato, delle vere polizze assicurative che abbiano garanzie di protezione (in caso di morte, in caso di invalidità permanente, in caso di perdita di autosufficienza, ...). Tali garanzie non dovranno pertanto essere riservati a piccoli ammontari,



Swiss Re

Bisogno di "Private Solution" per il rischio longevità

- **Pochi attivi per finanziare i pensionati**
 - il sistema pensionistico è diventato insostenibile. Ai pochi attivi rispetto ai pensionati, si è aggiunto un allungamento della vita media
 - Siamo passati da schema a prestazione definita a contribuzione definita
 - pensione base per i futuri pensionati sempre più incerta
 - passaggio dallo schema statale ai fondi pensione/assicurazioni
- **Partecipazione delle donne al mercato del lavoro in crescita**
 - la popolazione anziana riceve meno aiuto all'interno del nucleo familiare



ma dovranno proteggere il piano di accumulo previsto.

Nella fase di decumulo c'è il problema della gestione della rendita. L'individuo si aspetta di ricevere una rendita per tutta la sua vita, una rendita adeguata che mantiene inalterata la qualità di vita dell'individuo. Una rendita fortemente legata all'assistenza.

Questo obiettivo congiunto può essere raggiunto dalla bancassicurazione: alla gestione finanziaria di una rendita vitalizia si può aggiungere una copertura long term care e un rimborso per le spese mediche.

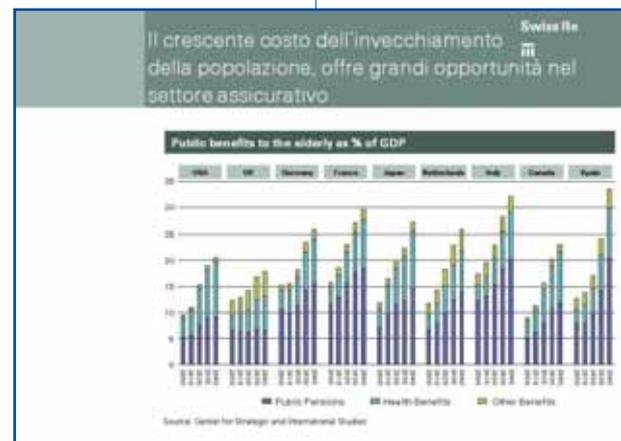
Nella slide sono elencati alcuni esempi di prodotti nella fase di accumulo e decumulo. Nella prima

troviamo prodotti vita tradizionali (assicurazione di invalidità/malattie gravi) o le variable annuities, (prodotti combinati Vita, rendite, LTC e unit linked). Nella seconda abbiamo rendite, variable annuities, prodotti combinati (Vita, rendite, LTC), long-term care insurance e reverse mortgages.

Abbiamo parlato finora di rendite, ma il rischio longevity è assicurabile?

Tutti i rischi sono in qualche modo assicurabili. È solo una questione di prezzo e di sottoscrizione del rischio. È ormai chiaro che lo Stato non può più tenere questo rischio, lo Stato deve trasferire questo rischio nel mercato. Le compagnie di assicurazione, a differenza dello Stato, possono offrire un prezzo corretto, un prodotto tailor-made per l'individuo e garantire la protezione dal rischio.

Per poter assorbire un rischio, come il longevity, è necessario che il rischio sia ben diversificato, che ci si protegga da rischi di punta e da una sopravvivenza superiore alle aspettative. Per far questo è indispensabile la presenza di un riassicuratore che sia in grado di dare supporti sottoscrittivi e che abbia una visione pan-europea. Pertanto, come si può vedere nella slide, è importante che nella catena della gestione del rischio ci sia un operatore in grado di accogliere i rischi, diversificarli e eventualmente trasferirli al mercato dei capitali.





CONCLUSIONI

La proposta di valore di Swiss Re, che non ha un brand nel mercato diretto, è quella di lavorare "con" le Compagnie di assicurazione e le banche, offrendo un modello di vera partnership. Swiss Re vuole sostenere la crescita e l'innovazione di questo mercato senza bisogno di essere in prima linea, ma contribuendo sostanzialmente allo sviluppo.

Un riassicuratore con esperienza internazionale ha inoltre la grande forza di poter replicare modelli di successo in altri paesi. La possibilità di anticipare il mercato locale. Swiss Re offre inoltre un grosso supporto soprattutto nella parte sottoscrittiva e di pricing in totale trasparenza, nella completa condivisione del rischio assicurativo.



Se vediamo l'evoluzione della catena del valore della bancassicurazione, Swiss Re ha dei punti di forza esclusivamente legati alla prima parte del processo. Nella fase della valutazione dei rischi, come ho detto all'inizio, Swiss Re identifica i rischi spesso non ancora percepiti dal mercato semplicemente perché il mercato vicino a noi li ha già evidenziati oppure, attraverso un'analisi più globale, riusciamo ad identificare quelli che possono essere i bisogni della clientela. E qui Swiss Re o l'assicuratore legato alla banca riesce a identificare i rischi attraverso un market resource o con un questionario alla clientela. Quello che non riesce a fare la banca, ma che può fare la compagnia di assicurazione, è quello di creare una segmentazione della clientela relativa ai diversi prodotti assicurativi. Quindi la prima fase è fortemente di lavoro di banca e assicurazione, mentre nella fase di sviluppo del prodotto l'assicuratore può fare un assessment del rischio e può determinare il prezzo, può sviluppare il prodotto nel futuro con modelli attuariali. Insieme alla banca deve definire il prodotto affinché sia effettivamente rispondente alle esigenze sia della banca che della clientela e infine deve testarne il consenso. Dal momento in cui si sono delineate un po' le file del prodotto è prevalentemente un lavoro per le compagnie di assicurazione che



devono sviluppare il prodotto in sé determinandone il prezzo e i costi, facendo la selezione dei rischi all'origine e devono in qualche modo rendere pronto il mercato alla distribuzione. Dal momento della distribuzione in poi tutta la parte è prevalentemente legata alla banca e al service, nel momento in cui si prepara la polizza e la si lascia alla banca è lei che la vende e la gestisce magari insieme al third party amministrazione.

Quindi la prima parte è quella, se vogliamo clou, in cui già si determinano i profitti e le eventuali perdite del prodotto e il successo o meno di questo prodotto nella vendita di quest'ultimo sul mercato.

