

Evoluzione e possibili sviluppi dell'offerta di bancassicurazione

DOTT. GIANPAOLO CHINNI
DIRETTORE GENERALE - AVIVA ITALIA S.P.A., MILANO

Parlare dell'evoluzione della bancassicurazione, oggi, è sicuramente un tema avvincente e non facile.

Inizierò con il parlare brevemente di Aviva. Aviva è un nome nuovo, coniato pochi anni fa che ha sostituito il precedente brand Commercial Union. Aviva si occupa prevalentemente di bancassicurazione e nel giro di quindici anni è diventata, da operatore marginale del ramo assicurativo vita, uno dei principali player della bancassicurazione vita fino ad occupare, oggi, il sesto posto nella classifica italiana dei gruppi assicurativi operanti nell'ambito del settore vita.

La mia presentazione sarà un'analisi di quello che è successo nel passato e come si sono mossi altri paesi in Europa in modo da immaginare quale potrà essere il nuovo modello di business della bancassicurazione.

Il business della bancassicurazione si è sviluppato moltissimo in Italia nel corso degli ultimi undici anni, anche se il paese dal quale è partita la bancassicurazione è stato la Francia, ma i passi avanti, compiuti dal nostro Paese fino al 2006 sono sorprendenti. L'Italia nell'ambito della bancassicurazione vita è cresciuta con dei ritmi veramente notevoli, non ci sono altri settori dell'economia del nostro Paese che hanno realizzato crescite di queste dimensioni, ovviamente stiamo parlando del passato perché adesso ci troviamo in una situazione, che soprattutto in questi ultimi mesi, è leggermente diversa. Tuttavia credo sia interessante vedere la grande crescita di questo business che ci ha consentito di superare la Francia - paese leader e inventore della bancassicurazione - e di posizionarci ad un livello simile a quello della Spagna. In altri paesi come l'Inghilterra invece la bancassicurazione è un fenomeno che non ha avuto grandissimo successo.

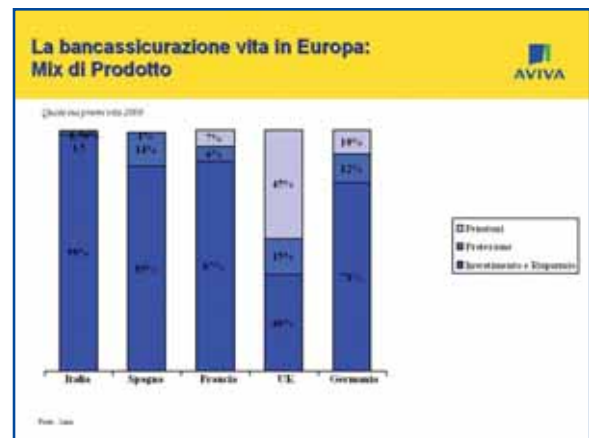
La bancassicurazione ha dei livelli di penetrazione che sono veramente importanti, in Italia rappresenta il 70% del business complessivo del Vita. Prima che nascesse la bancassicurazione vita il comparto Vita non esisteva in Italia o aveva dei volumi di produzione risibili, è proprio grazie alla bancassicurazione che si è venuto a formare un mercato che è cresciuto in maniera veramente tumultuosa arrivando a superare il business danni.

La bancassicurazione danni, in Italia, sta iniziando a muovere i primi passi e rappresenta il 2% del business totale, ma se guardiamo gli altri paesi ci rendiamo conto che abbiamo ampi margini di crescita e questo è qualcosa che ci fa guardare al futuro in una maniera più positiva. Io sono sicuro che per il futuro la bancassicurazione vita si dovrà completamente o significativamente rinnovare, mentre per quanto riguarda la bancassicurazione danni, bisognerà ricrearla perché oggi non c'è. Basta pensare che per quanto riguarda la bancassicurazione danni di altri paesi, come la Francia e



l'Olanda che sono più avanti di noi, si possono vedere quali sono i margini di manovra. Per margini di manovra non si intende necessariamente portare via business ad altri canali distributivi ma, come ad esempio fa già la bancassicurazione vita, trovare un metodo di distribuzione efficiente.

Un'altra cosa interessante è osservare come in Italia abbiamo venduto finanza, investimento e risparmio. Il 98% del business della bancassicurazione collocato nel nostro Paese è finanza, quindi noi non abbiamo fatto assicurazione ma abbiamo venduto finanza e solo una piccola parte di assicurazione. Altre aree come la protezione (+1,5%) e le pensioni (0,5%) del totale del business sono state trascurate nel nostro modello di offerta. Gli altri paesi si sono mossi in una maniera diversa - sicuramente con tempi diversi e ritmi di crescita diversi - in Inghilterra infatti le pensioni rappresentano il 45% del business di bancassicurazione, in Germania e in Francia si toccano livelli cinque volte superiori ai nostri. Non c'è dubbio che in futuro la bancassicurazione italiana dovrà volgere verso questo tipo di offerta. La protezione (+1,5%) in Italia non ha mercato mentre negli altri paesi ci sono dei livelli di consapevolezza sulla necessità di collocare e acquisire questi prodotti, forse questo è dovuto alla propensione al risparmio tipica dell'italiano. Io non escludo che sia una questione di marketing e di comunicazione. La polizza vita è l'unica dove la scommessa che fa, chi compra la polizza, è quella di perderla. Dobbiamo rivedere la modalità dell'offerta.



L'evoluzione della bancassicurazione vita in Italia è passata attraverso quattro fasi: la prima è quella a cavallo tra metà degli Anni '80 e i primi Anni '90 dove il mercato vita e la bancassicurazione non esistevano ancora, però si osservavano con grande attenzione i modelli degli altri paesi, soprattutto in Francia. In quegli anni si diceva che la bancassicurazione sarebbe dovuta partire solo che si riscontrarono diversi problemi sulla cultura che, a quel tempo, non era ancora preparata a gestire questo fenomeno, le banche iniziavano ad essere sensibili a questo tema e facevano tanti accordi di distribuzione ma non c'era il commitment, cioè le banche non avevano il reale intendimento di fare veramente bancassicurazione; accordi di distribuzione se ne sono fatti tanti in quegli anni ma business pochissimo. Dopodiché le banche hanno incominciato a sensibilizzarsi sull'opportunità di fare, sull'esperienza di altri paesi, questo tipo di business. Si è iniziato a discutere con maggiore profondità su questo tema e sulle opportunità, io credo che da una parte ci sia stato il commitment delle banche che ha voluto credere in questo tipo di



business, percependo grandissimi livelli di crescita, buone opportunità di redditività per la banca e buone opportunità per i clienti, i quali, grazie a questo business sono riusciti ad avere accesso a prodotti finanziari efficienti a prezzi ragionevoli. Questo era quello che succedeva alle banche ma dall'altra le compagnie di assicurazione hanno incominciato a modificare la loro offerta. Io credo che la cosa che ha fatto cambiare le regole di ingaggio sia stata proprio la comparsa sul mercato italiano delle polizze unit linked che hanno attirato l'attenzione delle banche. Nei primi

anni del 2000 le banche hanno continuato ad apprezzare i benefici di questo tipo di business anche sul loro conto economico e quindi hanno cominciato a riflettere sul fatto di farsi le loro compagnie di assicurazione, creare così delle bancassicurazioni possedute al 100% dalle banche stesse. Questo periodo è durato poco più di un anno perché poi nel 2001 e con l'11 settembre la crisi dei mercati finanziari ha avuto un ritorno a quella che era la logica della seconda metà degli Anni '90 ossia la costruzione di joint venture con soci paritetici: da una parte la banca e dall'altra la compagnia di assicurazione. In questa fase si è ritornato a rivalutare il ruolo della compagnia di assicurazione quale partner della joint venture banca/assicurativa. Poi fino al 2006/2007 ci sono stati casi molto eclatanti di bancassicurazione come la Monte Paschi che ha venduto il 50% delle compagnie vita e danni per 1,1 miliardi di euro.

Il modello di business della bancassicurazione è in realtà il modello del ciclo della vita. Noi abbiamo dei bisogni di risparmio e di protezione che si sviluppano in modo diverso nell'arco di durata della vita professionale di un individuo. L'individuo inizia a lavorare sempre più tardi e fa un po' di fatica a creare un'accumulazione di capitale, questa fase di accumulo viene a liberare capitali verso i 50/55 anni, a 60 anni si pensa che ci sia il momento di massima accumulazione al quale poi segue un processo di de-accumulazione nel momento in cui si passa alla fase pensionistica. Questo per quanto riguarda la componente risparmio mentre per quanto riguarda la componente protezione (stiamo parlando in modo teorico perché in Italia la protezione non esiste oppure esiste a dei livelli piuttosto bassi) il bisogno e l'esigenza cresce di più rispetto all'esigenza del risparmio, quindi con una linea che si posiziona sopra la linea del risparmio e cresce significativamente con gli impegni della famiglia, per i debiti e i mutui, fino ad arrivare ad un'età in cui nascono altre esigenze (che si stanno modificando) e alle quali l'assicuratore deve rispondere. Questo è il mondo teorico, la realtà è un'altra cosa. Infatti la bancassicurazione si è rivolta sempre ai clienti di fascia medio/alta e nel pieno della loro fase di maturità finanziaria, con un'età superiore ai 40/50 anni che



Bancassicurazione: Trend 2008

La congiuntura già registrata alla fine del 2007 è peggiorata agli inizi del 2008 soprattutto per la bancassicurazione:

Nuova produzione individuali (€ 100)

	30 Settembre 2007	30 Settembre 2008	Var. %
Ageriti	3.504	3.874	7,80
Diretto	1.492	930	-37,18
Promotori	1.582	2.057	30,10
Sportelli Bancari e postali	23.295	17.704	-24,00
Broker	25	21	-15,38
Totale	29.998	24.594	-18,00

investono con finalità di risparmio e rendono disponibili i loro stock di risparmio. Questo è un business di riciclo ed è interessante notare come la teoria e la pratica sono in contraddizione. Io penso che anche questo ci deve fare pensare che per il mondo bancassicurativo ci vorrà del tempo ma si arriverà ad una fase o ad un modello di penetrazione del business di protezione, cioè uno spostamento dalla componente finanziaria verso la componente protezione.

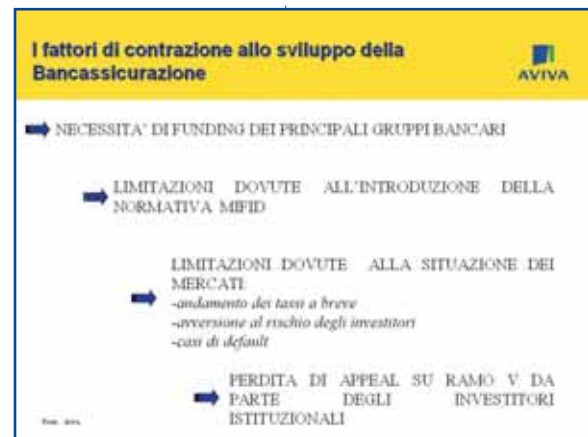
La bancassicurazione in Italia è cresciuta molto, stiamo parlando di volumi di raccolta che nel 2005 ha toccato il culmine superando 40 miliardi di euro di nuova produzione cioè il 70% del business vita. Nel 2006 si iniziano ad intravedere i primi segnali della crisi del mercato della bancassicurazione perdendo il 10% del business vita, nel 2007 continua questo trend perdendo -14% e nel 2008 gli ultimi dati disponibili indicano che si è toccato la percentuale del -24%, quindi la bancassicurazione in tre anni ha dimezzato il suo business. Per contro la bancassicurazione danni evidenzia dei grandi livelli di crescita però siamo su volumi assolutamente marginali. Stiamo parlando di una penetrazione che è 1,8% del totale tuttavia è talmente contrastante rispetto all'andamento della bancassicurazione vita che ci deve fare riflettere. È chiaro che il successo della bancassicurazione vita è dovuto anche al fatto che è un modello estremamente vicino a quello degli operatori bancari, la banca non ha fatto nessuno sforzo nella vendita della bancassicurazione vita perché si tratta di un business di tipo finanziario e quindi viene collocato con le stesse modalità. In futuro auspico ci si sposti verso una logica di tipo più protetto sia nel vita che nei danni. È chiaro che si dovranno rendere disponibili per le reti di distribuzione delle competenze e conoscenze diverse rispetto a quelle del passato. Credo che questa sarà la sfida dei prossimi anni, la capacità nostra come assicuratori di offrire protezione e dall'altra parte la capacità delle banche di interpretare in modo corretto questo tipo di esigenza e farla propria con un buon livello di commitment e avere la capacità di trasformare la propria rete.

Se guardiamo i numeri del 2008 ci accorgiamo che la bancassicurazione sta perdendo il 24%, il mercato vita complessivamente sta perdendo 4 miliardi di euro, questo vuol dire che è in una situazione di raccolta netta negativa e le liquidazioni ed i riscatti superano la nuova produzione di 4 miliardi, sicuramente un momento di grande tensione.

Quali possono essere i motivi che hanno creato questa contrazione nello sviluppo della bancassicurazione?

Il primo motivo è che le banche hanno un problema di liquidità ed è chiaro che oggi risulta molto difficile impiegare prodotti a lungo termine, qui si viene a creare una prima dicotomia tra la necessità di funding e le problematiche legate alla logica dell'assicurazione. Il secondo motivo è la normativa, basti pensare che noi siamo l'unico Paese in Europa che ha applicato la Mifid in campo assicurativo. Siamo un Paese molto più che regolato, abbiamo più Autorità di Vigilanza che sorvegliano sui rami e questa è una situazione complicata. Tutto questo, è innegabile, ha portato nell'ambito della distribuzione a dei momenti di grande incertezza e complicato i processi di collocamento.

Il terzo motivo è la crisi finanziaria internazionale, i nostri clienti hanno cominciato per la prima volta a preoccuparsi del futuro. Con i tassi a breve che sono attualmente remunerativi, diventa difficile offrire dei rendimenti competitivi salvo con una grossa componente di rischio. I recenti default come Lehman Brothers (il più grosso fallimento della storia 640



miliardi di dollari) e le banche islandesi che pure sono andate in default hanno provocato una diffusa sfiducia che potrebbe produrre nei prossimi mesi impatti sulla bancassicurazione. Il quarto motivo è che la bancassicurazione aveva sviluppato negli anni un business di tipo istituzionale dove gli investitori istituzionali comperavano garanzie e attraverso questo investimento delle gestioni separate era possibile, in una situazione di tassi calanti da parte dell'assicuratore, offrire degli investimenti migliori in virtù di un meccanismo di differenza temporale posticipata rispetto agli altri strumenti finanziari. Questo business e quello del Ramo V sono venuti completamente a cadere e le polizze di capitalizzazione hanno segnato dei cali del 50% per anno negli ultimi tre anni. È chiaro che l'insieme di questi fattori è all'origine di quella che è la crisi della bancassicurazione.

I possibili driver per lo sviluppo di questo mercato sono la convergenza tra banche e assicurazioni che già esistono e che diventeranno sempre più forti. Questa situazione attuale di crisi è temporanea e verrà superata con il tempo. Evidentemente noi assicuratori e banchieri dovremo mettere al centro del nostro modello di business il cliente, inteso come bene e motore di tutte quante le fabbriche. Il cliente vuole la protezione del suo risparmio, la previdenza - che può essere data da un assicuratore privato - la protezione per sé e la famiglia. Questo lo potrà trovare rivolgendosi alle compagnie di assicurazione che gli danno le risposte con dei prodotti virtuosi e finanziariamente efficienti con un'assistenza continua al cliente e attraverso la segmentazione dell'offerta dovremo offrire dei prodotti che rispondano alle esigenze dei vari segmenti.

Come risposte alle esigenze attuali di protezione dei nostri clienti possiamo pensare a strumenti come le gestioni separate che sono la risposta adeguata al bisogno di protezione della gestione del risparmio per il nostro cliente. Questi sono prodotti che offrono delle garanzie sul capitale e sui rendimenti; gli investimenti vengono fatti con molta prudenza e sono investimenti in Titoli di Stato. In caso di improbabile fallimento della compagnia di assicurazione gli attivi non rientrano nella procedura fallimentare costituendo un patrimonio separato da quello della compagnia quale ulteriore elemento di garanzia per gli assicurati. Un altro prodotto in cui i clienti possono investire senza correre rischi sono le variable annuities che sono prodotti inventati in America negli Anni '60. Nel prossimo anno ci sarà quasi certamente una distribuzione significativa di questi prodotti che sono degli ibridi tra una gestione separata e una polizza unit linked dove il cliente ha la possibilità di farsi la sua asset allocation e investire i soldi dove più gli piace, fermo restando l'esistenza di garanzie vere e reali. Il cliente ha la possibilità di investire il proprio denaro senza perdere le garanzie.



La protezione della Gestione del Risparmio

► **GESTIONI SEPARATE:**

- Garanzia di Capitale
- Garanzia di Rendimento
- Gestione Risk Adverse
- Tutela dell'Assicurato

► **LE VARIABLE ANNUITIES:**

Specificità:

- Asset allocation libera per il cliente investitore
- Hedging dinamico per la gestione delle garanzie

Garanzie:

- Minimo garantito a scadenza (GMAB)
- Minimo garantito in caso di ricatto (GMWB)
- Minimo garantito in caso di rendita (GMIB)
- Minimo garantito in caso di decesso (GMDB)

La protezione dei Rischi

► **BISOGNI EREDITARI**

► **MALATTIE / DREAD DISEASE**

► **LONG TERM CARE (LTC) :**

LTC aiuta a garantire un'adeguata assistenza a individui in condizioni di non autosufficienza. La non autosufficienza, ossia l'incapacità di condurre autonomamente la propria esistenza quotidiana, viene causata come perdita di autonomia nelle attività elementari della vita quotidiana (Activities of Daily Living - ADL), quali cura personale, vestire, nutrirsi, usare i servizi igienici, mobilità, continenza.

Modalità:


- **indennitaria** (rimborsamento delle spese sostenute per l'assistenza necessaria a fronte della non autosufficienza).
- **assistenziale** (erogazione diretta di prestazioni assistenziali, come ad esempio il ricovero in struttura sanitaria convenzionata con la compagnia di assicurazione).
- **indennitaria** (corresponsione di un importo monetario predefinito, sotto forma di capitale riconosciuto in un'unica soluzione o di rendita periodicamente pagata finché l'assicurato permane nella condizione di non autosufficienza).

Per quanto riguarda i rischi noi dobbiamo riuscire a convincere le banche a distribuire questi tipi di prodotti con protezione che allo stato delle cose non stanno producendo risultati. In realtà è proprio un mercato, quello della protezione, che fa fatica a decollare, basti pensare che ha una percentuale dell'1,5% sul totale del vita, infatti anche gli agenti non sono riusciti ad oggi a incrementare la distribuzione di queste polizze.


In questo contesto troviamo le polizze per la protezione rischi di natura ereditaria e di mancata autosufficienza quali le polizze Long Term Care (con le varie modalità di rimborso indennitario e assistenziale) e la previdenza.

La previdenza rappresenta oggi solo lo 0,5% del new business prodotto nel nostro paese. La fiscalità è insufficiente. Il fatto che sul capital gain si paghi una ritenuta dell'11% e che il capitale a scadenza venga tassato in situazione ottimale al 9% non basta a far decollare la previdenza. Questa fiscalità non è certamente premiante ma non è nemmeno cattiva e potrà essere migliorata. Occorre poi fare delle riflessioni anche in relazione all'offerta che attualmente discrimina gli assicuratori privati rispetto all'offerta dei fondi istituiti dal sistema sindacale.

Concludendo il business della bancassicurazione cambierà nel breve, spostandosi su un modello meno orientato alla finanza e più indirizzato verso la protezione, meno premi unici e più premi annui. La bancassicurazione si dovrà rivolgere a segmenti di mercato più giovani e con volumi di premi più bassi, riscoprendo il ruolo sociale dell'assicuratore che è quello di capire le esigenze del cliente offrendo prosperità e protezione.

LA PREVIDENZA 

- > FISCALITÀ
- > PARIFICAZIONE DEI PLAYER
- > PERFORMANCE
- > COMUNICAZIONE

CONCLUSIONI 

VOLUMI
PRODUCT TYPE

MODELLO DI BUSINESS

- FINANZA
+ PROTEZIONE

= **PROSPERITY AND PEACE OF MIND**