

# Le sfide per l'assicurazione italiana tra business e regolamentazione



**Dario Focarelli**  
Direttore Generale ANIA

Vorrei subito entrare nel tema del convegno presentandovi i dati che abbiamo appena elaborato sull'andamento del mercato assicurativo nel primo semestre 2019. Vorrei commentare e identificare innanzitutto alcuni trend che mi sembrano importanti per le riflessioni già emerse nei primi interventi.

Partiamo dall'andamento della bancassicurazione nel settore danni non auto.

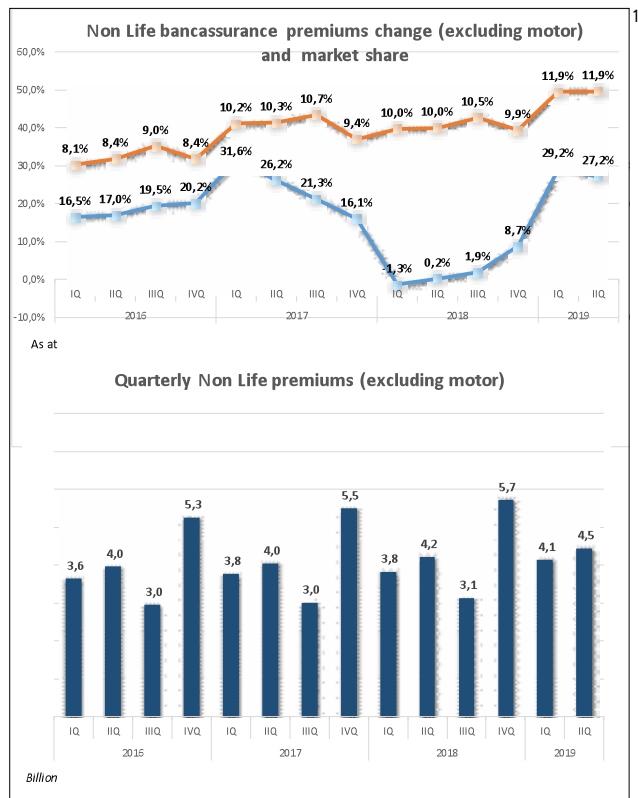
Nel primo semestre dell'anno in corso (fig. 1), la quota di mercato della bancassicurazione danni non auto è arrivata all'11,9%; alla fine di giugno dell'anno scorso era al 10%.

Se poi isoliamo il dato di giugno, il tasso di crescita a un anno è stato del 27,2%, che ha trainato al 6,7% la crescita complessiva del mercato italiano in questo segmento. Nel comparto salute, il tasso di crescita della bancassicurazione è stato addirittura del 38%, il che ha portato al 15,3% la crescita di tutto il mercato. Nel comparto casa, l'incremento è stato del 14,5%, a fronte di un 4,1% dell'intero mercato.

Sono numeri importanti. Sappiamo che dietro c'è una forte espansione nel settore assicurativo da parte del principale gruppo bancario italiano e la crescita della diffusione dei prodotti di Poste, però è l'intero sistema bancario che si prepara a sviluppare l'offerta di prodotti di protezione per le famiglie.

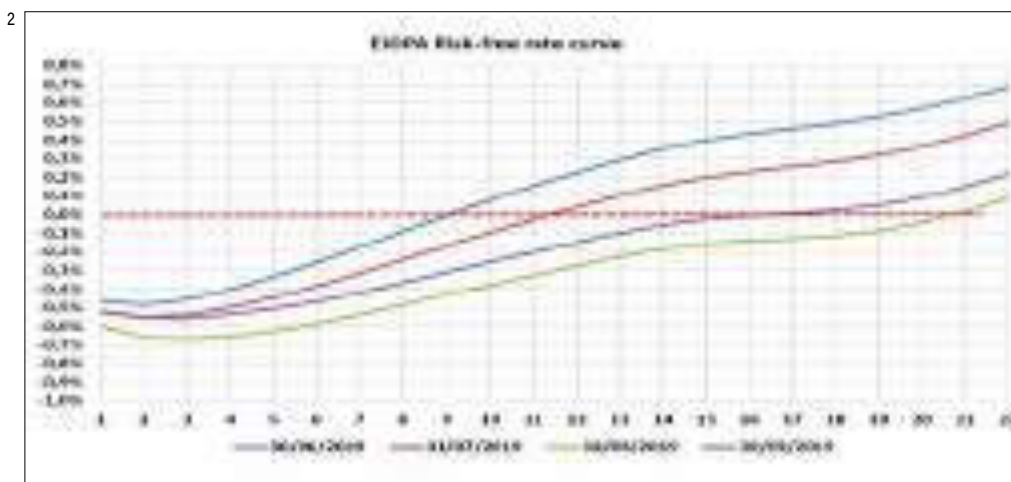
Nel complesso del primo semestre, nel settore danni non auto siamo appunto al 6,7% e le nostre stime, forse un po' conservative, ci indicano un tasso di crescita superiore di circa il 5,5% per fine 2019. Se guardiamo ai valori assoluti, la raccolta passerebbe da 16,9 a 17,8 miliardi. Se invece semplicemente estrapolassimo il trend che abbiamo osservato, andremmo a tassi di crescita intorno al 7-8%.

Nel comparto vita, in base alle previsioni attuali, chiuderemo l'anno sopra i 100 miliardi e con un tasso di crescita del 2,5% rispetto all'anno scorso (nel primo semestre la raccolta premi era sostanzialmente stabile rispetto a quella del 2018). Per quanto riguarda i singoli prodotti, i nuovi premi di ramo I sono cresciuti al ritmo annuo di oltre il 16% nel primo semestre di quest'anno. Tutti ritengono che non si deve più fare il ramo I perché è troppo *capital intensive*, ma non c'è dubbio che la domanda per questo prodotto sia ancora molto forte. Noi immaginiamo che nella seconda parte dell'anno rallenti, ma la crescita dovrebbe comunque collocarsi su base annua superiore al 10%. Gli italiani, dunque, continuano a essere affezionati alle polizze vita di ramo I, anche, o forse proprio, perché queste sono diventate molto costose per le imprese.



C'è un altro dato sull'andamento del primo semestre che volevo commentare e riguarda gli utili conseguiti dalle imprese del settore. Si tratta di utili importanti, in gran parte provenienti da plusvalenze sui titoli di stato. Normalmente l'ammontare degli utili varia tra i 3 e i 4 miliardi a livello di mercato: nel primo semestre del 2019 è stato pari a 6,5 miliardi. Sono utili che vengono dalle riprese di valore dei BTP: naturalmente non si vive di soli BTP, però al momento la situazione è questa.

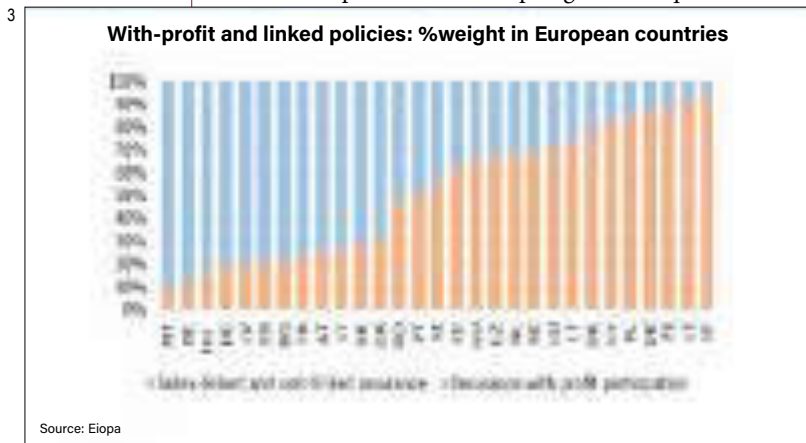
Finora abbiamo considerato il lato più positivo di quanto sta accadendo, ma guardiamo anche a quello più problematico, ovvero alla sfida che la discesa dei tassi rappresenta per gli assicuratori. Il tema si può sintetizzare in maniera semplice osservando la Figura 2, che mostra le curve dei tassi *risk free*, con cui le imprese assicurative scontano i loro *cash flow*, misurate in diversi momenti dell'ultimo periodo.



Nell'agosto scorso, la curva era negativa fino a 20 anni. Che cosa significano queste curve? Se una compagnia deve dare con certezza €100 all'assicurato tra vent'anni, oggi - non è un calcolo preciso ma è soltanto per capire quanto sta accadendo - deve mettere a riserva poco meno di €110. Non c'è business che tenga con questi numeri.

Per fortuna, come si vede nella figura, un mese più tardi, a settembre, la situazione era leggermente migliorata; tuttavia, quello che abbiamo osservato tra maggio e settembre è stato un crollo dei tassi d'interesse e uno *shift* verso il basso della curva. Di questi andamenti, le compagnie beneficiano nel conto economico di quest'anno. Per noi italiani, per giunta, si è poi sommato l'effetto della riduzione dello spread e tutto questo spiega i risultati del primo semestre (e anche del terzo trimestre) del 2019. Come può il comparto vita gestire una curva dei tassi come quella osservata la scorsa estate?

Una possibilità, quella più tradizionale, è aumentare la quota di ramo III, ossia far crescere i prodotti in cui il rischio è a carico dell'assicurato. Esiste lo spazio per un'azione di questo tipo perché, nel confronto internazionale (Fig.3), l'Italia ha una quota di ramo III relativamente bassa, anche se non bassissima perché è su livelli paragonabili a quelli di Francia e Germania.



Allo stesso tempo è del tutto evidente che gli italiani non sono pronti a un trasferimento così importante di rischi. La sensazione è che, se dovesse continuare a materializzarsi uno scenario "giapponese" di tassi negativi, la risposta, come è stata in Giappone, non possa che essere quella di combinare assieme finanza e protezione.

Faccio un esempio - talmente estremo da non essere applicabile oggi - solo per chiarire l'idea: se oggi noi potessimo vendere a un cinquantenne una

polizza che gli garantisce tra 20 anni, ossia quando l'assicurato compie i 70 anni, almeno il 15-30 % di quello che ha investito e, in aggiunta, una copertura sanitaria vita natural durante da allora? È solo un esempio e i numeri sono messi a caso, anche perché né gli attuari né gli assicuratori sono oggi in grado di prezzare un prodotto del genere. Insomma, se fossimo in grado di offrire questo prodotto, forse l'interesse dell'assicurato sarebbe superiore a quello di investire a 20 anni con tassi negativi.

Prima di venire al tema del convegno, ossia l'innovazione tecnologica dei servizi assicurativi, vorrei fare qualche breve osservazione sul problema della sotto assicurazione, che è stato al centro del dibattito odierno.

In Italia la domanda di coperture assicurative è limitata, pur essendoci un ampio bisogno di protezione. È chiaro che sul livello di sottoassicurazione del Paese c'è un tema generale di rapporti tra Stato e settore privato e, quindi, esiste spazio per un ruolo dell'ANIA per definire quello che è possibile e ragionevole fare.

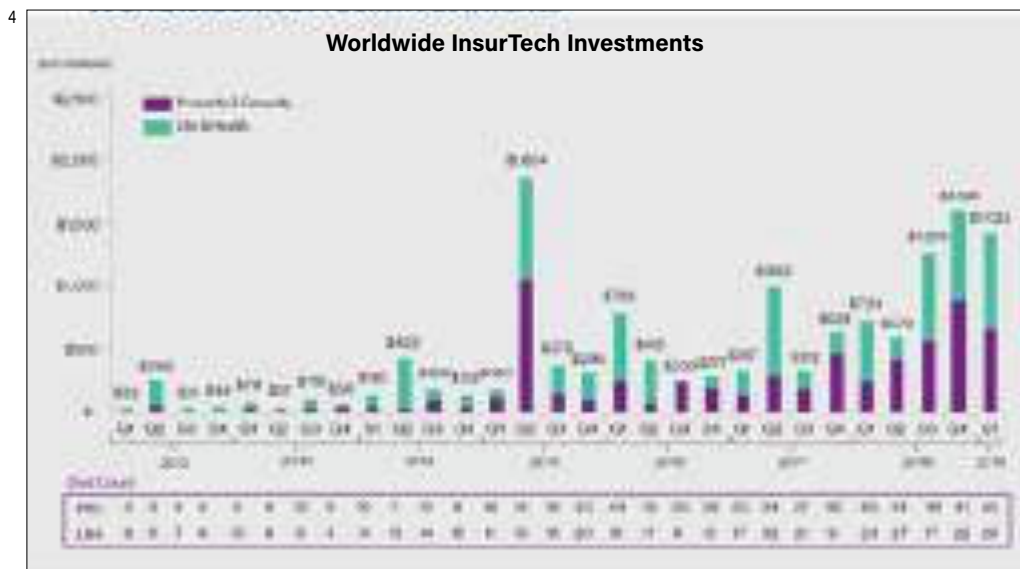
Qualcosa è stato ottenuto. Due o tre anni fa eravamo proprio qui, a Cap Ferrat, a sottolineare come fosse assurdo che sulle polizze catastrofali non solo non ci fossero detrazioni ma si pagassero anche le imposte. Adesso non si pagano più le imposte e c'è la detrazione. In effetti, la percentuale di italiani coperti dai rischi delle catastrofi naturali è passata dall'1% al 3,2%. Ma rimangono numeri piccoli.

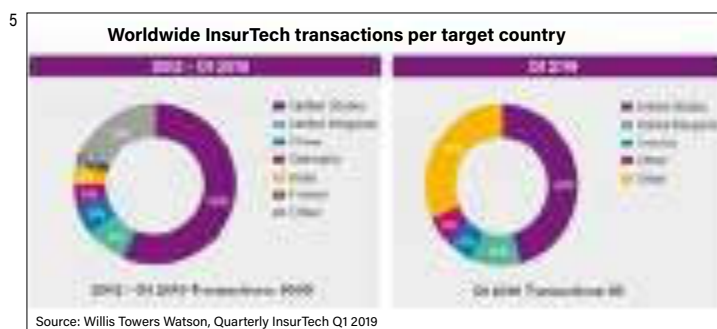
Più in generale, per la forza del mercato ma anche per l'effetto indotto delle detrazioni, le polizze della casa stanno crescendo. Nell'ultima stima che abbiamo effettuato sono il 45-46% del totale. È sempre la metà del 90% della Francia, sono numeri sempre contenuti ma, rispetto a quello che era soltanto 10 anni fa (20%), i valori sono più o meno raddoppiati.

È ancora troppo poco. La prateria che individuava il presidente Salvatori è proprio lì. Servono non soltanto incentivi fiscali, ma serve anche un'organizzazione della partnership pubblico-privato. Questo è il punto che ritengo fondamentale e che finora non ha funzionato. O meglio, ha funzionato su singoli provvedimenti, ma un disegno organizzato di partnership pubblico-privato non si è ancora riusciti a metterlo al centro del dibattito italiano.

Vengo ora alle sfide tecnologiche in cui è impegnato il settore assicurativo.

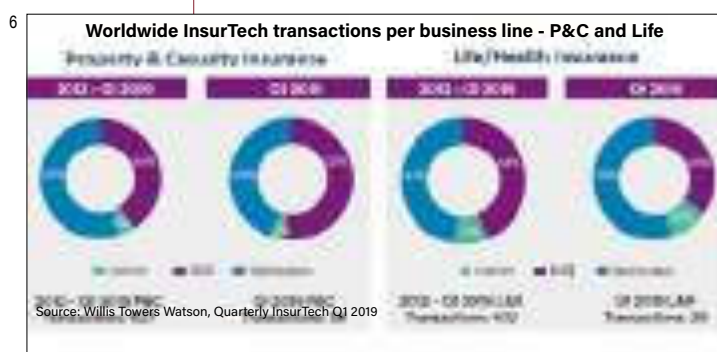
Partiamo innanzitutto dall'analisi di alcuni dati. Nella Figura 4 si vedono gli investimenti in *Insurtech* a livello globale. Come si evince, gli investimenti sono e continuano a rimanere alti anche nel primo trimestre del 2019, sia nel segmento *property* che in quello *life*.





C'è una distribuzione geografica meno americana (Fig. 5), anche se per la verità il fenomeno dipende da una crescita nel mondo canadese. Nella suddivisione tra Nord America e Europa non è cambiato granché, con un rapporto sostanzialmente di 3 a 1.

Se guardiamo al business (Fig. 6), la parte B2B è prevalente nei rami elementari mentre la parte distribuzione è prevalente nei rami vita e malattia. La componente B2B è molto importante e sta crescendo nel settore danni: basti pensare ai progetti di *blockchain* in tutto il mondo che riguardano la distribuzione e l'efficiamento del mercato.



Per quanto riguarda i macro trend che discendono dallo sviluppo tecnologico, migliora, innanzitutto, la consapevolezza del rischio dei clienti. Ovviamente, aumenta il benessere sociale quando diminuisce la frequenza dei sinistri, anche se questo, per le compagnie, si traduce in un fatturato inferiore (si pensi agli andamenti della r.c. auto come conseguenza delle *black box*). C'è, quindi, un effetto tendenzialmente positivo di riduzione dei rischi.

Il secondo macro effetto è un migliore *underwriting* da parte degli assicuratori. I prezzi sono sempre più rivolti al singolo rischio e alla singola persona. Questo è positivo in termini generali, ma nasconde il grande problema della non assicurabilità che potrebbe derivare, per esempio, da fattori genetici piuttosto che da altri fattori non dipendenti dal comportamento delle persone. Quindi, tutto quello che mira a valutare il comportamento dell'assicurato va assolutamente incoraggiato; tutto quello che, invece, valuta non il comportamento ma fattori che l'assicurato non può modificare potrebbe in prospettiva creare tensioni sul mercato.

Poi c'è il tema dei nuovi *competitor*. La questione è ovviamente molto dibattuta e anche molto enfatizzata. Google, Amazon, Facebook e gli altri diventeranno o no nostri *competitor* diretti?

È difficile rispondere. Se si estrapola l'attuale tendenza sembra difficile pensare che non lo diventino presto. D'altra parte, si sta formando una consapevolezza nel mondo che il potere di queste entità è molto, forse troppo, forte e questa consapevolezza può determinare un loro successivo indebolimento. Si pensi alla discussione europea su come organizzare un sistema nuovo di tassazione di queste attività e al dibattito in corso negli Stati Uniti, con alcuni candidati democratici che hanno proposto di dividere questi giganti come fu fatto per esempio con ATT nel 1974, quando la società telefonica aveva il monopolio di tutte le comunicazioni.

Di *emerging risk* e *cyber risk* si è già parlato nelle precedenti edizioni di questo convegno. *Cyber risk*, in particolare, è un tema che nel futuro porterà nuovo business. Siamo però ancora ben lontani dal trattarlo in maniera ordinata ed è necessario, da un lato, migliorare la conoscenza del fenomeno e, dall'altro, rafforzare la consapevolezza di famiglie e, soprattutto, imprese che il nostro settore è effettivamente in grado di offrire servizi, non solo assicurativi, ad alto valore aggiunto.

In conclusione, oggi si registrano grandi investimenti nel settore *Insurtech* e il focus si sta spostando verso iniziative ormai prossime all'operatività. Sta aumentando in maniera esponenziale la partnership tra gli operatori tradizionali e quelli dell'*Insurtech* e questo riduce la potenziale *disruption* che può venire dall'innovazione tecnologica. Rimane il grande tema degli *over the top*, cui si è accennato prima. Se dovessi identificare il grande tema del futuro, lo vedrei nei *big data* e, in generale, negli *analytics* e nell'intelligenza artificiale. La partita cruciale si giocherà su come utilizzare al meglio tutti i dati disponibili per vincere la concorrenza sui clienti. Non è una partita facile, ma è certamente sfidante. Il mercato assicurativo ha dimostrato di saper reggere le sfide importanti nel corso degli anni, oserei dire nel corso dei secoli. Mi sembra di intravedere la tendenza a una maggiore integrazione tra *Insurtech* e compagnie tradizionali. Il proseguo dei lavori nel convegno può offrire l'occasione per capirlo meglio.