

NUOVE ASSICURAZIONI Più garanzie e più tech la polizza diventa smart

ASSICURAZIONI Piani 2020 cambiati in corsa, dividendi alleggeriti e nuovi prodotti per clienti smart. Le compagnie preparano le risposte contro il coronavirus. Ecco come si muoveranno ceo e cfo dei gruppi principali

Polizze con gli anticorpi

di Anna Messia

Piani 2020 da cambiare, scelte commerciali da aggiornare e asset allocation da ripondere. Il Covid-19 sta avendo un impatto dirompente sulle assicurazioni. La pandemia ha modificato comportamenti che incidono sul business e l'effetto non sarà di breve durata ma è destinato a incidere su scelte di medio e lungo termine delle imprese. A scattare la fotografia è stato il team assicurativo Mazars coordinato da Gianluca Biancianiello e Luca D'Onofrio, che ha realizzato una survey in Italia coinvolgendo esperti e top manager del settore, a partire da amministratori delegati e responsabili finanza, ma anche responsabili commerciali o pianificazione strategica, per valutare gli impatti del virus e indicare la rotta. Una ricerca che ha coinvolto oltre il 54% del mercato, tra cui Intesa Sanpaolo, Mediolanum, Zurich o Helvetia. A questo panel si sono aggiunti esperti del settore, selezionate tra analisti finanziari e docenti universitari, e il quadro che ne emerge è di profondi cambiamenti: nuovi rischi, a partire dal cyber risk, nuove garanzie, necessità di analisi dei dati che porteranno una forte attenzione ai report e ai kpi, i key performance indicator. Al tempo stesso le compagnie si prepareranno a gestire clienti che lavoreranno maggiormente da remoto, e si attende anche un impatto nella loro asset allocation, dovuto alla contemporanea crisi finanziaria e del petrolio, e alla necessità di una nuova politica di investimento indotta dagli impatti del Covid-19 sui diversi settori.

Portafogli da revisionare. Alla domanda se, per le conseguenze del virus, l'asset allocation delle

compagnie sia destinata ad essere rivista i ceo e i capi azienda sono

concordi sulla necessità di modifiche di breve e, nella maggior parte dei casi, c'è in programma anche una revisione dell'asset allocation strategica. L'obiettivo è di monitorare meglio gli investimenti ad alto rischio, anche con l'utilizzo di derivati e altri strumenti finanziari. Al tempo stesso un terzo degli intervistati, intravede la necessità di una nuova strategia per la revisione dei settori e della composizione del portafoglio investimenti.

Nuove polizze. A cambiare dovrà essere anche l'offerta di prodotti e servizi. La pandemia ha modificato comportamenti che incidono su alcune tipologie di business. Per esempio i minori spostamenti hanno avuto e avranno impatti sulle assicurazioni auto o su quelle viaggi. Il Covid ha poi fatto emergere nuove richieste del mercato su alcune tipologie di servizi, come le coperture sanitarie o i prodotti per la continuità del business.

Più del 70% degli intervistati si aspetta cambiamenti dell'offerta sia nel medio periodo (33%) sia nel lungo periodo (44%). Mentre la maggioranza degli intervistati intravede la necessità di attuare una revisione di alcune garanzie all'interno dei prodotti a catalogo e la creazione di nuovi prodotti anche sfruttando le opportunità create dalla digitalizzazione. Gli italiani, chiusi in casa per il lockdown, hanno improvvisamente scoperto le potenzialità delle nuove tecnologie e nuovi bisogni cui l'industria assicurativa è pronta a rispondere. Le compagnie sono così pronte a potenziare prodotti assicurativi per la salute con supporto digitale per il monitoraggio a distanza dell'assicurato, oltre a prodotti di business continuity che riconoscano un'indennità per chiusure

aziendali a causa di forza maggiore, come è stato appunto il Covid. «Il lockdown e gli effetti successivi della pandemia comportano un riorientamento

strategico al cliente, sempre più indotto a politiche autonome sul web in tema di coperture dai rischi, ma con possibile esposizione a offerte non adeguate da parte di compagnie e intermediari», commenta Claudio Cacciamani, professore all'Università di Parma, membro dell'advisory board del team di esperti che ha realizzato la ricerca. Proprio per gli intermediari «in tandem con le compagnie si pone la vera sfida di assistenza, anche finanziaria, in termini di rateizzazione e finanziamento dei premi, e di conseguente fidelizzazione della clientela in questo periodo di crisi», aggiunge.

Business plan alla prova. Il segnale più evidente del forte cambiamento indotto dal virus è però l'impatto che sta avendo sui business plan. Tutti gli intervistati concordano sulla necessaria revisione del piano industriale di quest'anno e la maggioranza ritiene necessario rivedere anche

il piano pluriennale, anche se il quadro è ancora poco chiaro. Alcuni intervistati prevedono una revisione del piano pluriennale su un unico scenario, ma con nuovi driver considerando prematuro pensare a scenari diversi rispetto a quanto già ipotizzato (30%). Secondo altri occorre in-



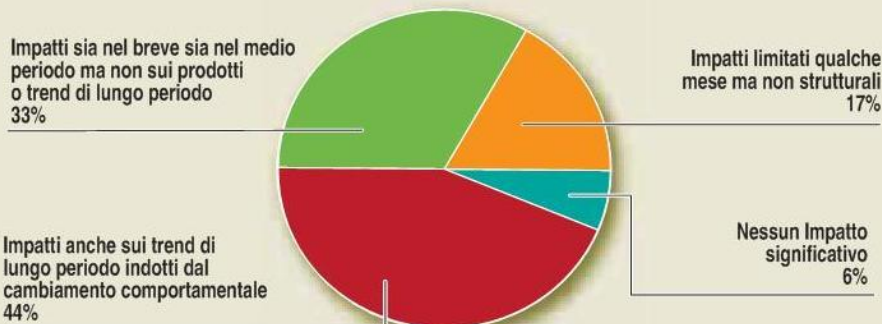
vece avere una visione più ampia e considerare molteplici scenari previsionali (35%).

Stress test da cambiare. Le assicurazioni si interrogano poi sull'adeguatezza dell'impianto regolatorio in questo nuovo scenario. Il 54% degli intervistati ha tagliato o azzerato il dividendo per accogliere le raccomandazioni di prudenza arrivate da Ivass. Lo scorso 13 marzo più della metà delle compagnie intervistate (54%) ha avuto un Solvency II inferiore del 10% a quello di fine 2019 ma più del 70% degli intervistati ritiene che la normativa europea sia inadeguata per la valutazione del rischio pandemico. «Si impone una revisione dei modelli quantitativi e statistici in uso a fini sia interni che di vigilanza. Se saranno confermate le previsioni economiche si avrà il vero stress test per le compagnie», conclude Cacciamani, aggiungendo che «non è da escludere che lo scenario economico fortemente negativo induca una revisione degli strumenti quantitativi di vigilanza, a favore di una supervisione più attenta alla bontà della gestione delle compagnie». (riproduzione riservata)

Quotazioni, altre news e analisi su
www.milanofinanza.it/polizze

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

COME STANNO CAMBIANDO LE ASSICURAZIONI CON LA PANDEMIA



Fonte: Survey realizzata da Mazars su ceo e top manager assicurativi