

L'ASIA PUNTA AL COMANDO

di ALESSANDRO GIUSEPPE PORCARI

TASSI DI CRESCITA DA CAPOGIRO PER CINA E INDIA, MENTRE L'EUROPA SI FERMA. IL MERCATO ASSICURATIVO GLOBALE STA SPOSTANDO IL SUO BARICENTRO VERSO EST. SECONDO I DATI MCKINSEY, PER LA PRIMA VOLTA LA RACCOLTA PREMI IN ASIA-PACIFICO HA SUPERATO QUELLA REALIZZATA NELL'AREA EMEA. ALLA BASE DI QUESTA EVOLUZIONE, NON SOLO FATTORI DEMOGRAFICI: INCIDONO POLITICHE GOVERNATIVE FINALIZZATE ALLO SVILUPPO DEL SETTORE, A PARTIRE DALLE AREE RURALI



Un tasso di crescita di tutto rispetto: +4,4% per i premi assicurativi a livello globale nel 2016. Peccato che a gettare un'ombra sullo sviluppo mondiale delle assicurazioni, ci sia quel +5,6% del 2015, che mostra un settore che corre sù, ma senza tenere il piede sull'acceleratore. In totale, la stima dei premi nel 2016 è pari a 4.606 miliardi di euro, rispetto ai 4.411 miliardi di euro del 2015. In particolare, per quanto riguarda i

singoli segmenti, il ramo salute ha il più alto tasso di crescita con un aumento del 6% nel 2016, seguito dal ramo danni (+4,2%) e infine il ramo vita (+3,8%). Il quadro globale del settore è stato tracciato da *Global insurance industry insights*, il settimo rapporto annuale che **McKinsey** elabora attraverso le informazioni contenute nel proprio database. A livello geografico, l'area Emea è stata caratterizzata da una crescita mo-

derata nei segmenti danni/infortuni e salute, mentre pesa la flessione del ramo vita. Nel continente americano, il mercato assicurativo ha visto una forte ascesa del ramo salute e una moderata crescita nel segmento danni/infortuni, mentre ci si aspetta volatilità nel ramo vita, a causa dei cambiamenti nelle normative statunitensi. Nell'area Apac, invece, il settore assicurativo ha registrato una crescita in tutti i tre segmenti, con il boom della salute. Complessivamente, secondo i dati McKinsey, l'Asia-Pacifico ha sorpassato per la prima volta l'area Emea (1.342 miliardi di euro di premi contro 1.313 miliardi). Un tasso di crescita che in pochi anni minerà la leadership dell'America (1.951 miliardi di euro), dove in un anno la raccolta premi è aumentata di 48 miliardi di euro, che sfiorano di fronte ai 145 miliardi di euro dei giganti asiatici.

REDDITIVITÀ IN CALO PER DANNI E VITA

Il settore assicurativo globale danni è rimasto stabile negli ultimi cinque anni, con una crescita costante compresa tra il 4% e il 5%; nel 2016 McKinsey stima un +4,2%, con una raccolta che ha sfiorato i 1.390 miliardi di euro. A livello geografico, sebbene la regione Apac rappresenti solo il 23% del mercato totale, è stata l'area più performante con una crescita media del 9% annuo dal 2013, con previsioni per una ulteriore accelerazione per gli anni successivi. Al contrario, il continente americano e l'Emea, che rappresentano rispettivamente il 49% e il 29% del mercato globale, sono destinati a crescere tra il 2% e il 3% nei prossimi due anni. L'indicatore di profitto chiave, il Roe, ha segnato un calo di due punti percentuali, ma si prevede una stabilizzazione attorno al 10% per il 2020. Quanto al settore vita, America e Europa occidentale sono le pecore nere, con il segmento rimasto al palo nel 2016. Per l'area Emea le performance di Francia, Italia, e Regno Unito contribuiscono con quasi il 60% dei risultati. Le prime della classe sono i Paesi asiatici: Cina, Hong Kong e l'India hanno ottenuto i guadagni più elevati. Complessivamente, tra il 2015 e 2016, il ramo è cresciuto del 3,8% (un punto in meno rispetto al 2014-2015), con una raccolta di 2.177 miliardi di euro, 79 in più rispetto al 2015. Il Roe è calato al 10,4% nel 2016, con previsioni di stabilizzazione sotto il 10% entro il 2020.



IL RAMO SALUTE È LEADER DELLA CRESCITA

Le polizze sanitarie mostrano i tassi più alti di sviluppo all'interno del mercato assicurativo, nonostante una decisa contrazione. Il tasso di crescita globale delle polizze salute è sceso al 6% nel periodo 2015-2016, rispetto al +9% del periodo 2014-15, e al +8,7% del periodo 2013-2014. Gli Stati Uniti, che contano per il 70% dei premi di polizze sanitarie, continuano a essere il Paese che contribuisce di più alla crescita dei premi per il ramo salute. Anche in questo caso, il mercato in più rapida crescita è l'Apac, alimentato dagli sforzi delle società cinesi e indiane nel penetrare in questo tipo di prodotti. La Cina ha ostentato un tasso di crescita composto del 52% nel 2014-2015 e del 33% nel 2015-2016; in India, il tasso di crescita del 2016 è stato del 26%, favorito dagli incentivi governativi per conquistare le aree rurali. Quanto ai margini di profitto, dal 2010 al 2016 si registra una stabilità: la stima per il 2016 è del 4,2%. Il report sottolinea come nei mercati più maturi per le assicurazioni sanitarie, il rilevante ruolo della spesa per premi assicurativi corrisponde a un minore peso della spesa sanitaria *out of pocket*.

IL CANALE DIRETTO SPINGE LA RACCOLTA

La distribuzione nel settore vita varia in relazione alla maturità del mercato. Ci sono Paesi con un dominio delle agenzie (Messico e Cina), Paesi dove guidano i broker (Regno Unito e Stati Uniti), e Paesi come Italia e Spagna dove le polizze vita passano soprattutto attraverso le banche. Per il nostro Paese, scrive il report, il mix distributivo è rimasto relativamente stabile. Se nel 2011 la bancassicurazione aveva una quota di premi pari al 55%, contro il 19% di broker e 26% di agenti e promotori finanziari, nel 2015 c'è stato un rafforzamento di otto punti percentuali, che ha spinto il canale bancario fino al 63%, a danno soprattutto di agenti (-6 punti percentuali), mentre i broker sono passati dal 19% al 17%. Lo sviluppo del canale bancario, sottolinea McKinsey, deriva soprattutto dal basso rendimen-

to dei prodotti di investimento, che ha reso le polizze assicurative più appetibili, anche perché associate a un rischio relativamente più basso.

Nessuno scossone per la distribuzione dell'assicurazione danni che resta dominata da agenti e broker. La novità in questo settore è rappresentata dai crescenti consensi che i consumatori stanno rivolgendo al canale diretto, in molte aree geografiche. Prima di tutto in Cina: tra il 2010 e il 2015, il boom delle vendite online o tramite il telemarketing spinge il canale dal 31% al 45%, grazie soprattutto al settore auto. A farne le spese gli agenti, che perdono la leadership distributiva, passando dal 54% dei premi al 37%. Anche nei Paesi dell'Europa occidentale, come Germania, Francia, Italia, Paesi Bassi, Spagna e Regno Unito, la crescita dei premi è principalmente dovuta alla crescita del canale diretto, ma non è in corso lo shock cinese. Nel settore auto e non-auto, tra il 2010 e il 2015, il canale diretto è cresciuto rispettivamente del 6,1% e del 6,8%, con un trend che mostra una accelerazione negli ultimi anni. In Italia, gli agenti perdono cinque punti percentuali, passando dall'86% all'81% dei premi. La quota di mercato persa favorisce una crescita condivisa da tutti gli altri canali: due punti in più per le banche e il canale diretto, un punto per i broker. Nella distribuzione diretta delle polizze auto, il report mette in luce il ruolo crescente dei portali web, con una quota del 47% dei premi raccolti, che nel 2016 corrispondeva a una quota stimata in 789 milioni di euro, in decisa crescita rispetto ai 652 milioni di euro del 2015 e i 539 milioni di euro del 2014; solo nel 2010, i premi toccavano appena i 55 milioni di euro. Il potenziale di sviluppo è ancora enorme, se si pensa che in Germania i portali assicurativi raccolgono premi per 1,13 miliardi di euro, mentre in Gran Bretagna si toccano già i 5,14 miliardi. Per questo, McKinsey sottolinea che le compagnie hanno tutto l'interesse a potenziare i propri canali di vendita diretta che, grazie anche alla riduzione dei costi, consentono di contrastare la concorrenza dei nuovi player digitali e dei siti web di comparazione dei prezzi.



* Stima McKinsey

Fonte: McKinsey Global insurance industry insights 2017