

# LE STRADE PER LA CRESCITA

di BENIAMINO MUSTO

PROFILARE IL CLIENTE IN MODO SEMPRE PIÙ GRANULARE PER FAR DIMINUIRE IL RISCHIO: L'ASCESA DEI BIG DATA E DELLE TECNOLOGIE TELEMATICHE HANNO DATO IL VIA A UN NUOVO MODO DI LAVORARE. SECONDO IL DG DELL'ANIA, DARIO FOCARELLI, NON SARÀ SEMPLICE, PER LE COMPAGNIE, IMPARARE A GESTIRE LA CRESCENTE COMPLESSITÀ DI QUESTO NUOVO E SFIDANTE SCENARIO

Trasformare un problema in una leva di evoluzione del mercato. È quello che è successo in Italia con la telematica: un ambito nel quale il nostro Paese ha fatto da apripista. Dunque, in tema di innovazione, anche noi italiani abbiamo qualcosa da insegnare agli altri. Lo ha sottolineato il direttore generale dell'Ania, **Dario Focarelli**, intervistato da **Maria Rosa Alaggio** nel corso del convegno *Gli strumenti dell'innovazione*, citando un episodio da lui osservato durante l'ultima assemblea annuale di **Insurance Europe**. "Quando è arrivato il momento di scegliere quale tematica approfondire nelle sezioni parallele, potendo scegliere tra argomenti di grande attualità, come i bassi tassi di interesse o la previdenza, la stragrande maggioranza dei 500 presenti ha optato per il tema *connected insurance*, i cui relatori erano italiani".

## UN INEDITO MODO DI LAVORARE

L'aneddoto dà la misura di come l'argomento *black box* sia un tema molto sentito in tutta Europa. Ma anche di quanto l'Italia sia considerata, a pieno titolo, un punto di riferimento a livello europeo, se non mondiale. E se lo siamo, osserva Focarelli, è perché "abbiamo dovuto fare di necessità virtù. Le scatole nere – ha spiegato – inventate per separare gli onesti dai disonesti e i buoni guidatori da quelli meno virtuosi, ora si stanno trasformando in uno strumento in grado di definire un *pricing* più evoluto, che sta creando un nuovo modo di lavorare".



**Dario Focarelli**, direttore generale dell'Ania intervistato da **Maria Rosa Alaggio**, direttore di *Insurance Review* e *Insurance Trade*

## GESTIRE LA COMPLESSITÀ DEI DATI

Il vantaggio per il consumatore è noto: citando le stime dell'**Ivass**, Focarelli ha osservato che lo sconto per chi sceglie di installare una scatola nera sulla propria auto è compreso tra il 5% e il 13% del premio. Ma anche per le compagnie la possibilità di ottenere delle *informazioni connected* sta rappresentando un'arma in più. Per gli assicuratori, tuttavia, ora si pone il problema di come gestire questa complessa mole di dati. Lo stesso Focarelli ammette che i vari dipartimenti (underwriting, prodotto, claims ecc.) fanno fatica a riflettere l'innovazione al proprio interno, quando invece andrebbe definita una strategia integrata capace di coinvolgere

## UN ECOSISTEMA DI PARTNERSHIP

**A**ll'assicurazione non servono solo nuovi talenti ma un nuovo utilizzo delle competenze già esistenti. È ciò che sostiene il dg dell'Ania, Dario Focarelli, secondo cui l'innovazione come risposta a un mercato in frenetico cambiamento significa anche sviluppare un ecosistema di partnership. Non mancano però le criticità: stabilire un sistema di collaborazioni con soggetti diversi può comportare il rischio che i player non tradizionali, cioè quelli che forniscono solo un servizio, diventino a loro volta degli assicuratori. Secondo il dg dell'Ania, comunque, "è un rischio relativo". Perché in fin dei conti, sottolinea, "saper valutare i rischi ed essere in grado di gestirli resterà il carattere distintivo di chi fa questo mestiere, operando con strumenti diversi e con modalità più evolute. Ma l'assicurazione – conclude – resterà sempre l'assicurazione".

tutte le aree di business. A partire, ad esempio, dall'area attuariale, sviluppando sistemi per ottimizzare il pricing.

### LA DIMINUZIONE DEL RISCHIO

La strada, comunque, è tracciata: l'attenzione verso la profilazione e la definizione di tariffe per segmenti di clientela può portare alla diminuzione dei fattori di rischio. Ma sul lungo periodo, quali effetti si avranno sul modo di fare assicurazione? "Secondo alcune case di investimento che provano a valutare il futuro – ha avvertito Focarelli – il rischio assicurato e assicurabile diminuirà in maniera significativa". Nel mondo auto, ad esempio, è atteso un calo intorno al 20-25%. Nell'assicurazione casa si teme possa essere addirittura del 60%. Ricordando come attualmente esistono sensori in grado di segnalare in anticipo se una tubatura potrà rompersi, Focarelli ha precisato che "dal punto di vista assicurativo, intervenire prima che ci sia una perdita, è molto diverso da un intervento effettua-

to dopo che la perdita si è verificata". In altre parole, se da un lato diminuirà il rischio, dall'altro potrebbe diminuire anche il fatturato delle compagnie. "Pur mantenendo dei margini di guadagno – ha spiegato il dg dell'Ania – come è avvenuto negli ultimi anni nel segmento auto, per le compagnie non sarebbe propriamente indolore dover fare i conti con un fatturato del 20-25% inferiore".

### ANCORA MUTUALITÀ?

Attualmente, per alcune aree di business, in teoria è possibile profilare anche l'individuo singolo. Ma se il futuro dell'assicurazione sarà contraddistinto da questa sorta di *informazione perfetta*, si potrà ancora parlare di mutualità? A questa domanda Focarelli ha risposto ammettendo che "effettivamente questo concetto ora è messo in difficoltà. L'assicurazione certamente evolverà. Eppure io credo che la nozione di mutualità non andrà a scomparire. Perché altrimenti l'assicurazione rischia di ridursi a un rapporto *one to one*, a una sorta di scommessa. Ma l'assicurazione – ha chiosato – è altro da questo".

### IL VALORE DEL SERVIZIO

La sfida dell'innovazione non si giocherà tanto sul terreno del prezzo, quanto su quello del servizio: questa, per Focarelli, sarà "la leva vincente". Soprattutto nei business casa e salute. "Ho pochi dubbi sul fatto che siano questi i due ambiti su cui puntare. La mia speranza è che in queste aree si vada via via colmando il grande gap assicurativo degli italiani. Bisogna però comprendere – avverte – i motivi profondi per cui in Italia ci si assicura meno rispetto agli altri Paesi": tutto ciò affonda le radici nel ruolo parterernalista dello Stato, su cui i cittadini scaricano la gestione dei rischi. Secondo il dg dell'Ania, pertanto, "è importantissimo che si metta in moto un cambiamento attraverso una politica diversa, in grado di promuovere un presa di responsabilità di ogni individuo".

