

PRIMO PIANO

Nasce Axa XL

Axa e XL presentano oggi le nuove strategie a seguito dell'operazione del 5 marzo scorso che ha visto l'acquisizione di XL da parte del colosso francese per oltre 15 miliardi di dollari. Sotto il nuovo marchio, Axa XL, confluiranno tutte le attività di XL, di Axa Corporate Solutions e di Axa Art: questa sarà la nuova divisione del gruppo Axa, interamente dedicata ai grandi rischi per le aziende e ai rischi specialistici ed emergenti.

Le offerte saranno divise in tre linee principali: XL Insurance, che comprenderà l'attività assicurativa del gruppo XL, di Axa Corporate Solutions e il brand XL Art & Lifestyle, dove confluiranno il business di XL Fine Art and Specie e quello di Axa Art. L'altra linea è XL Reinsurance, che incorporerà il business riassicurativo di XL, mentre la terza linea si chiamerà XL Risk Consulting, che incorporerà Axa Matrix e XL property risk engineering Gaps. Infine, il sindacato Lloyd's di XL continuerà a chiamarsi XL Catlin Syndicate 2003.

Il ceo della nuova entità sarà Greg Hendrick, attualmente presidente e chief operating officer del gruppo XL. Hendrick entrerà a far parte anche del management committee di Axa.

Il closing dell'acquisizione dovrebbe arrivare entro la fine del 2018: fino a quel momento, XL e Axa rimangono due società distinte.

Fabrizio Aurilia

RICERCHE

Italiani, risparmiatori poco assicurati

Meno bond, più gestito: l'Italia si conferma un Paese di formiche. Pesa tuttavia l'assenza di garanzie contro gli imprevisti di domani: secondo uno studio di Intesa Sanpaolo e Centro Einaudi, nel portafoglio delle famiglie ci sono più rischi che coperture

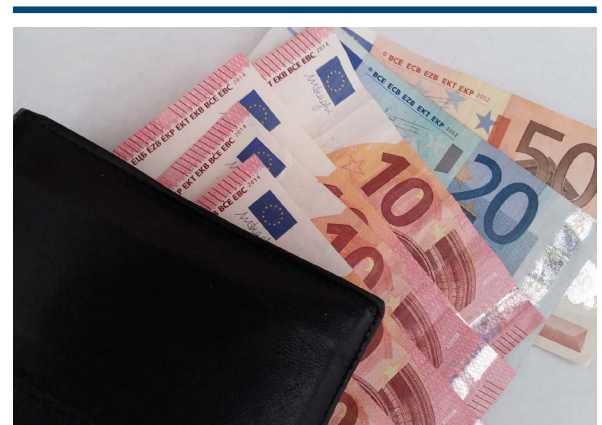
Un popolo di risparmiatori, ma poco assicurati. L'ultimo studio di Intesa Sanpaolo e Centro Einaudi conferma (quasi) tutti i cliché che gravitano attorno al rapporto fra italiani e risparmio: tanta liquidità e pochissime garanzie contro gli imprevisti di domani. Al punto tale che, secondo le conclusioni dell'indagine *Il risparmio e le assicurazioni: investimento e protezione del futuro*, nel portafoglio delle famiglie italiane ci sono più rischi che coperture.

La storia è nota: si accumulano risorse nella speranza di poter provvedere in autonomia alle difficoltà del futuro. Magari pure per mancanza di cultura finanziaria e per quell'atavica scaramanzia che ancora attanaglia il Paese degli scongiuri. I risultati tuttavia tardano ad arrivare: nonostante quel tesoretto che costituisce la ricchezza privata degli italiani, il 56% degli intervistati si dice preoccupato dall'eventualità di dover risarcire un danno di appena 1.000 euro.

SEMPRE PIÙ FORMICHE

Gli italiani si confermano così un popolo di formiche. E lo sono sempre di più, sulla scia del miglioramento generalizzato che sta investendo l'economia nazionale: la ripresa, fragile ma ormai strutturale, si riflette infatti nelle rinnovate capacità di risparmio delle famiglie italiane. La quota di chi dichiara di aver un reddito sufficiente al proprio stile di vita sale a 64%, segnando un piccolo passo in avanti rispetto al 61% dello scorso anno. Aumenta anche la propensione al risparmio, calcolata come porzione di reddito messa da parte, che sale al 12% trovando il valore più alto dal 2001.

La quota di famiglie risparmiatrici si porta così al 47%, con la cosiddetta area del non-risparmio che parallelamente, dopo il massimo storico del 61,3% nel 2012, si contrae nel 2018 fino al 52,7%. Alla base di tutto, come già accennato, c'è la paura di futuri imprevisti (43%), seguita dalla cura per il futuro dei figli (21%), dalle spese per la vecchiaia (19,7%) e per la casa (14%).
(continua a pag. 2)



INSURANCE REVIEW
È SU TWITTER

Seguici cliccando qui

INSURANCE
REVIEW

(continua da pag. 1)

ADDIO ALLE OBBLIGAZIONI

Qualche novità comunque c'è. E risiede principalmente nelle scelte di investimento delle famiglie italiane: dopo anni di dominio incontrastato di titoli di Stato e bond bancari, il risparmio gestito sorpassa le obbligazioni. Nel 2018 i sottoscrittori di fondi comuni si sono attestati al 10,9% del campione, davanti a Etf (7,3%) e polizze *unit linked* (2,8%). Più in generale, ben il 21,4% degli intervistati ha dichiarato di possedere (o aver posseduto negli ultimi cinque anni) almeno una forma di risparmio gestito. Viceversa, dopo il 29% fatto registrare nel 2007, le obbligazioni sono rimaste soltanto nel portafoglio del 19% degli intervistati, rappresentando appena il 24% dell'attivo.

A pesare nell'inversione di tendenza ci sono probabilmente anche i casi di cronaca, più o meno recenti, che hanno riguardato risparmiatori alle prese con titoli di Stato e bond bancari. Un'ipotesi non insolita, visto che, stando ai risultati dell'indagine, un intervistato su cinque pone la sicurezza dell'investimento al primo posto nella scelta: non perdere neppure un centesimo vale di più del rendimento nel medio periodo (13,6%) e della liquidità (11,7%). In questo contesto, non stupisce che le scottature del passato possano aver giocato un ruolo importante nell'avvicinare gli italiani al risparmio gestito.

POCA STIMA DEI RISCHI

La paura di perdere i propri risparmi resta tuttavia un timore isolato: secondo i risultati dell'indagine, gli italiani hanno mostrato una scarsa capacità di misurare i rischi. Eccezion fatta per furti e rapine in casa, tutte le minacce sono risultate sottostimate. Vale per gli incidenti automobilistici, così come per gli infortuni e per le invalidità tipiche della terza e della quarta età.

Poste queste basi, la cronica sotto-assicurazione del nostro Paese non appare così sorprendente: c'è poca percezione del rischio e, di conseguenza, latitano le soluzioni per prevenire una minaccia che non viene avvertita. Solo il 20% dei proprietari di casa ha un'assicurazione sulla propria abitazione, e appena il 7,5% degli italiani ha una polizza di responsabilità civile. E se l'imprevisto dovesse mai verificarsi, si può sempre tentare la fortuna: più di un terzo degli intervistati ha mostrato la tendenza a sopravvalutare le possibilità di vincere alla lotteria.

MERCATI DA ESPLORARE

Alla fine, se si escludono le polizze obbligatorie sugli autoveicoli, gli italiani posseggono in media soltanto 1,4 coperture assicurative. Numeri che mostrano quanto margine di penetrazione ci sia nel mercato. A cominciare dal settore della salute: il 15,5% ha dichiarato di essersi rivolto a strutture mediche private negli ultimi dodici mesi, ma soltanto il 2,8% lo ha fatto grazie a un'assicurazione o una copertura mutualistica. Il 12,7% è ricorso alla spesa *out of pocket*, mentre l'8,6% del campione ha addirittura rinunciato a curarsi. Eppure i margini di crescita non mancano: considerando anche l'intenzione di sottoscrivere una polizza in futuro, la domanda potenziale si attesta a una nuova copertura ogni due già sottoscritte.

Stesso discorso se si guarda al fronte della previdenza integrativa: appena il 17% del campione ha sottoscritto polizze vita dal contenuto pensionistico-previdenziale, ma il 52% degli intervistati ha espresso preoccupazione per il mantenimento del proprio stile di vita per gli anni successivi all'uscita dal mondo del lavoro. La propensione a sottoscrivere una soluzione previdenziale, in questo caso, si attesta al 17%.

IL NODO DEL REDDITO

Oltre alla scarsa cultura finanziaria e alla distorta percezione del rischio, a dettare la sotto-assicurazione tipica dell'Italia è anche la capacità di spesa. Secondo i risultati dell'indagine, sotto la soglia dei 2.500 euro di entrate mensili le polizze trovano scarsa collocazione. Ed è proprio in questa fascia di reddito che si inseriscono le principali preoccupazioni per le minacce del futuro, ponendo le basi per quel bisogno di coperture che attende ancora di essere soddisfatto. C'è preoccupazione per malattie croniche e invalidanti, oltre che per spese improvvise e bisogno di assistenza: timori che, come visto, vengono placati con forme di auto-assicurazione e, quando necessario, con esborsi diretti dalle proprie tasche.

In futuro la situazione è destinata persino a peggiorare: complice l'invecchiamento generalizzato della popolazione e la sempre maggior diffusione di malattie invalidanti, si stima che entro il 2050 ben 2,2 milioni di persone dovranno sostenere spese per la non-autosufficienza. Già oggi l'esborso per l'assunzione di badanti si attesta a nove miliardi di euro, altri cinque miliardi se ne vanno per il pagamento di rette di degenza. Spese normali in un Paese fatto di risparmiatori non assicurati.



Bancassurance, "insurtech inside"

Per l'avvio di Archimede, i fondatori hanno guardato alle potenzialità dell'assicurazione bancaria, all'innovazione tecnologica e a un modello di business ispirato ai più recenti progetti

Il comparto assicurativo sta vivendo una forte ondata di cambiamento e abbiamo deciso di giocare un ruolo attivo in questa trasformazione del settore. Il nome di questo cambiamento è *insurtech*, che è il nuovo modo di declinare questa innovazione.

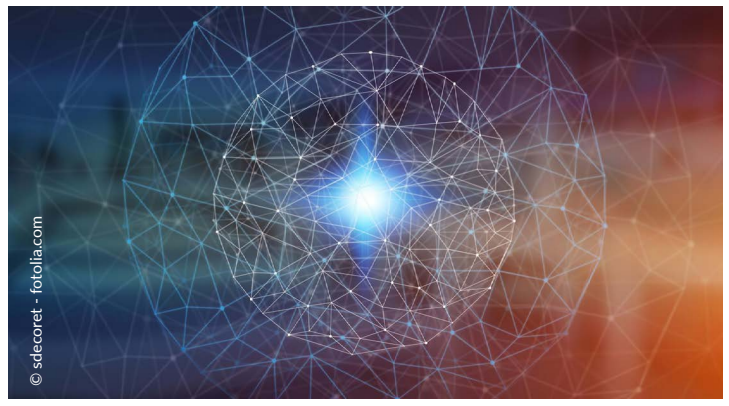
Insurtech è il nome che il mondo della tecnologia assume quando si parla di assicurazioni, e che permetterà a chi opera nel campo assicurativo di cambiare profondamente le modalità di assunzione, gestione e trasferimento dei rischi. Tale cambiamento viene normalmente indicato – con una ricerca del titolo ad effetto – come *disruption*. Questo trend ha innegabilmente generato degli impatti negli anni scorsi: oltre 22 miliardi di dollari di investimenti in *start up*, molti milioni investiti da *incumbent* assicurativi nelle proprie iniziative di trasformazione, migliaia di conferenze in tutto il mondo, centinaia di manuali, e alcuni libri.

Siamo coautori di due di questi libri da poco pubblicati (Andrea "*L'assicurazione nell'era digitale*" e con Matteo "*All the insurance players will be insurtech*") dove proponiamo una differente chiave di lettura di questa ondata di cambiamento. Da una parte Andrea analizza il potenziale offerto da *insurtech* nel fornire una profonda riconfigurazione dell'attività assicurativa e, dall'altra, Matteo ne presenta un'istantanea *pop* – coerentemente col proprio nickname di *insurtech rockstar* – quale superpotere per le fondamentali attività di un assicuratore.

Le potenzialità della protezione in banca

Il business assicurativo si può suddividere in due categorie generali: la protezione, dove l'assicuratore si impegna a risarcire il beneficiario in caso di perdite o danni dovuti a un evento aleatorio, e il risparmio, dove il contratto assicurativo ha principalmente componenti *cash-value*. Riteniamo che il comparto protezione sia l'attività assicurativa già pronta per essere interessata dal cambiamento *insurtech*, contrariamente all'attività di risparmio dove le dinamiche sono maggiormente influenzate dal trend *Fin-tech* (e.g. *roboadvisor*).

La bancassurance ossia la vendita di prodotti assicurativi da parte delle banche ai propri clienti, è l'arena in cui abbiamo deciso di giocare, grazie al potenziale che scorgiamo in questo canale sul mercato italiano. Negli ultimi trent'anni i volumi del canale bancassicurativo hanno trasformato il profilo del risparmio assicurativo in Italia: siamo passati da una delle più basse penetrazioni delle assicurazioni sulla vita nei paesi occidentali nei primi anni 90 fino alla penetrazione attuale, con i premi sulla vita che nel



2016 italiani ammontavano al 6,2% del prodotto interno lordo italiano, nettamente superiore alla media del 4,3% nei paesi del G7. Andrea è stato uno dei protagonisti di questo mercato, prima come ceo di Aviva Group in Italia, e successivamente come ceo di Eurovita Assicurazioni. Attualmente, anche la protezione tramite il canale bancassicurativo sta guadagnando terreno: nel 2017 la sua quota di mercato è salita al 9% del ramo danni non auto rispetto al 5,6% del 2014, e molte delle principali banche italiane hanno dichiarato agli analisti ulteriori ambiziosi target per la propria attività assicurativa.

Il libro di Andrea ha evidenziato l'opportunità di evolvere il tradizionale approccio della bancassurance verso un ambizioso *bankinsurtech*. Archimede è il mezzo per combinare sinergicamente questi due trend, la bancassurance protezione e l'*insurtech*. La parola chiave che hanno in comune è *semplificazione*!

Il progetto alla base di Archimede

Per operare con questo strumento nella bancassurance, abbiamo identificato il nostro approccio passando attraverso uno schema decisionale articolato in quattro fasi.

Il primo passo è stata la definizione di un modello aziendale per questa nuova impresa. Abbiamo deciso di essere assicuratori, in modo da tenere i rischi sul nostro bilancio. Archimede è il primo *insurtech* italiano indipendente a tutto tondo, come Lemonade, Element, Coya, Ottonova e Alan hanno fatto in altri mercati. Riteniamo che questo sia il modo migliore per creare valore per i nostri azionisti, sia mediante la disciplina della sottoscrizione sia mediante quella della gestione patrimoniale.

(continua a pag. 4)

(continua da pag. 3)

In linea di principio, una start up avrebbe potuto costituire il modo di impostare l'organizzazione di questa impresa, con i suoi pro e i suoi contro. Nessuna *legacy* in assoluto e minor impiego di capitali. Ma creare tutti i processi di una società di assicurazioni da zero avrebbe richiesto tempi più lunghi per entrare nel mercato con una strategia multiprodotto e saremmo andati oltre i nostri obiettivi di propensione al rischio. La decisione si è quindi orientata all'acquisizione di un operatore già esistente come base per l'avvio del nostro intero progetto, come ha fatto negli Stati Uniti Metromile con Mosaic Insurance Co nel 2016. Una volta deciso che il punto di inizio doveva essere l'acquisizione di una compagnia assicurativa, la domanda successiva, e ovvia, era relativa alle dimensioni di questa realtà. La risposta è stata quella di individuare una compagnia di dimensioni piccole/medie, con un'attività correlata all'assicurazione *protection*. Abbiamo dunque firmato una lettera di intenti con Net Insurance Group, una compagnia assicurativa di prim'ordine da 60 milioni di euro, leader nella propria nicchia (coperture assicurative per la cessione del quinto nel mercato italiano).

La fase finale dello schema decisionale è stato il finanziamento: indebitamento, capitali privati oppure una *public company*? Abbiamo deciso per una *public company* perché è una fonte di capitale più abbondante, meno cara e permanente, e questo classificherà la nostra impresa come seconda *insurtech* pubblica dopo l'Ipo di ZhongAn Online Property & Casualty Insurance nel 2017.

A seguito della decisione per la *public company*, una Spac (*special purpose acquisition company*) è stata l'ovvia risposta al problema di finanziamento di una chiara idea aziendale. Archimede ha chiuso con successo il processo Ipo con un importo di 47 milioni di euro, posizionando questa iniziativa tra le prime 10 imprese europee *insurtech* e prossima a Simpleurance (49 milioni di euro di finanziamenti totali), ed è quotata sull'Aim dal 21 maggio.

Le caratteristiche della Spac

Comunque, Archimede è una Spac molto particolare:

- perché è la prima dedicata all'attività assicurativa;
- perché è stata presentata sul mercato con un target già definito;
- perché non indicheremo alla *combined entity* cosa fare, ma punteremo direttamente alla realizzazione degli obiettivi. Ovviamente, questa iniziativa sta sfruttando le specifiche e uniche esperienze, le relazioni e il *track record* passato del team sostenitore.



La *combined entity* una volta ottenute le necessarie autorizzazioni di legge si concentrerà sulla distribuzione sul mercato italiano attraverso il canale bancario – un elemento chiave della precedente impresa di successo di Andrea – portando l'offerta assicurativa anche alle nuove *neo banks*, operatori di tecnologia finanziaria, attive sulla scena *fintech* italiana.

Questo operatore indipendente sarà *insurtech inside*. L'innovazione tecnologica verrà incorporata nell'intera catena del valore della compagnia, svolgendo un ruolo di acceleratore aziendale, basato su di una strategia allineata con la visione di Matteo promossa mediante la sua attività di consulenza sui mercati europeo e nordamericano. Le soluzioni proposte da *insurtech*, sviluppate a livello interno, provenienti da *partnership* o acquisizioni, verranno progressivamente integrate nella catena di valore della *combined entity* per ottimizzare le attività con i partner bancari.

Dal momento che una città italiana (Genova) è stata sulla frontiera dell'innovazione nel 14° secolo con alcune delle prime polizze assicurative indipendenti (non legate ad altro contratto o transazione), puntiamo ad onorare questa tradizione posizionando il mercato italiano sulla frontiera dell'innovazione attuando l'ambiziosa strategia di Archimede.

Andrea Battista,
ceo Archimede Spac e investitore InsurTech

Matteo Carbone,
direttore del lot Insurance Observatory
e investitore InsurTech

Insurance Daily

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio alaggio@insuranceconnect.it

Editore e Redazione: Insurance Connect Srl – Via Montepulciano 21 – 20124 Milano

T: 02.36768000 E-mail: redazione@insuranceconnect.it

Per inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.it

Supplemento al 11 luglio di www.insurancetrade.it – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577