

PRIMO PIANO

Ramo vita, nove mesi in calo

L'Ania comincia a tirare le somme di un anno complesso. Oggi è la volta del ramo vita, con l'analisi dell'andamento della raccolta e dei flussi dei primi nove mesi: alla fine del terzo trimestre, il volume dei premi è stato pari 70,9 miliardi di euro, in calo del 7% rispetto al corrispondente periodo dell'anno precedente, quando invece la raccolta era stata pressoché stazionaria (-0,8%) rispetto al 2018.

Al 30 settembre, il saldo tra entrate e uscite (pagamenti per riscatti, scadenze, rendite e sinistri) del mercato vita è stato pari a 16,5 miliardi, in calo del 10,7% rispetto all'analogo periodo del 2019, ma è stato anche il risultato più basso degli ultimi sei anni. Tale performance, sottolinea Ania, è stata determinata dal decremento del volume dei premi relativi a polizze tradizionali e dal calo del totale onere sinistri, derivato dai minori importi usciti per riscatti di polizze ramo I e di ramo III.

Analizzando gli andamenti nei singoli trimestri, si osserva come il flusso netto realizzato nel III trimestre 2020, pari a 6,5 miliardi, sia inferiore all'analogo periodo del 2019, ma il più alto dall'inizio dell'anno, grazie al buon risultato registrato dalle polizze di ramo I e da quelle di ramo III.

In crescita le riserve tecniche.

F.A.

RICERCHE

Coronavirus, una spinta a insurtech e fintech

La digitalizzazione innescata dalla pandemia si riflette anche sul settore delle start up finanziarie: banche e assicurazioni, come ha evidenziato l'Osservatorio del Politecnico di Milano, si aprono al contributo di altri operatori per rispondere alle nuove esigenze di mercato

Il punto di partenza è sempre lo stesso: il coronavirus ha dato una spinta eccezionale alla digitalizzazione in Italia. Persone del tutto profane di tecnologia, nei mesi di lockdown, si sono ritrovate improvvisamente a dover ricorrere ai nuovi strumenti digitali per fare quello che prima potevano fare semplicemente uscendo di casa. Anche per gestire quelle semplici operazioni finanziarie per cui eravamo abituati a recarci in una filiale bancaria o in una agenzia assicurativa. E così ad aprile, stando all'ultimo rapporto dell'Osservatorio Fintech & Insurtech del Politecnico di Milano, gli utenti online delle banche sono aumentati del 17% su base annua, le transazioni digitali del 32% e i nuovi clienti acquisiti grazie a questi nuovi strumenti del 75%.

"Il Covid-19 ha impresso una decisa accelerazione alla digitalizzazione del settore finanziario e assicurativo italiano, sia dal punto di vista della domanda che dell'offerta di servizi", ha affermato **Marco Giorgino**, direttore scientifico dell'osservatorio, nelle battute iniziali della presentazione del rapporto, che si è svolta ieri mattina con un evento online. E di questa accelerazione sembra aver beneficiato anche il settore delle start up applicate al mondo della finanza, divenute nei mesi della pandemia uno strumento imprescindibile per rispondere alle nuove esigenze del mercato. "Se il fintech è sempre stato considerato un'opportunità – ha proseguito – ora è diventato anche una grande necessità che non potrà che rendere più efficiente il sistema". Un cambiamento destinato a diventare strutturale, a modificare un settore che, come ha osservato anche **Alessandra Perrazzelli**, vice direttore generale della **Banca d'Italia**, "è stato finora gestito con regole adatte a un mondo analogico: siamo di fronte a un cambiamento epocale, che avrà un grande impatto sull'industria del futuro".

(continua a pag. 2)



Marco Giorgino, direttore scientifico dell'Osservatorio Fintech & Insurtech del Politecnico di Milano

INSURANCE REVIEW
È SU LINKEDIN

Segui la pagina

INSURANCE
REVIEW

in

(continua da pag. 1)

I NUMERI DEL SETTORE

I numeri del rapporto sono stati commentati all'interno di una tavola rotonda a cui hanno partecipato **Franco Di Michino**, chief of consultant services di **Armundia Group**, **Andrea Ferretti**, partner e markets & business development leader for financial services Italy di **EY**, **Marco Folcia**, partner di **PwC**, **Paolo Gianturco**, senior partner e business operations & fintech leader di **Deloitte**, ed **Elisa Manzone**, manager ed efinance consulting di **Reply**.

Il rapporto censisce 2.541 fintech e insurtech a livello internazionale e una raccolta complessiva di 55,3 miliardi di dollari, per una media di 22 milioni di dollari a start up. Si trovano prevalentemente nel continente americano (45%), con gli Stati Uniti a fare ancora la parte del leone per numero di nuove realtà (39%) e investimenti (21,4 miliardi di dollari). La maggior parte delle start up opera nel settore delle banche (60%), seguita da investimenti (35%) e assicurazioni (15%). E sembrano aver pienamente superato la prova del lockdown. Il 48% della popolazione ha utilizzato servizi di identità digitale durante la pandemia, il 6% strumenti di roboadvisor e telemedicina. Il 29% ha acquistato almeno una volta una polizza in modalità completamente digitale e un ulteriore 35% intende valutarne la possibilità nel corso dell'anno. Secondo **Emanuela Aiani**, ricercatrice presso **Bva Doxa**, "la popolazione ha avuto modo in questi mesi di familiarizzare con questi nuovi strumenti: non credo che si tornerà indietro, con il digitale che andrà a comporre un nuovo modello di servizio insieme alle prestazioni del canale fisico".

ECOSISTEMI E PARTNERSHIP

Una serie di interviste doppie a **Matteo Concas**, head of global digital banking solutions di **Enel X**, **Marie Johansson**, country manager di **Tink**, **Carlo Panella**, head of direct banking and chief digital operations officer di **illimity**, e **Paolo Zaccardi**, ceo di **Fabrick**, ha aperto il dibattito sul grande tema delle partnership.

Secondo **Filippo Renga**, direttore dell'osservatorio, ci troviamo di fronte a "un settore dinamico, come dimostra l'evoluzione dei modelli di business delle startup, che si aprono sempre più a forme di collaborazione e partnership stabili con incumbent finanziari, aziende industriali e altre startup. In questo senso – ha aggiunto – sono significative le partnership sulla strada dell'open finance che abbiamo visto nel 2020 nell'ecosistema italiano. (continua a pag. 3)



POLIZZA RC PROFESSIONALE
INTERMEDIARI ASSICURATIVI

www.polizzaRCintermediari.it
POLIZZA RESPONSABILITÀ CIVILE 2021

INTERMEDIARI ASSICURATIVI

Iscritti alle Sezioni A - B del RUI

MASSIMALE PER ANNO SINISTRO	FRANCHIGIA ZERO	FRANCHIGIA 1.000	FRANCHIGIA 5.000	FRANCHIGIA 10.000	FRANCHIGIA 25.000
2.500.000	€ 519,75	€ 467,78	€ 385,00	€ 327,25	€ 269,50
3.000.000	€ 590,63	€ 531,56	€ 437,50	€ 371,88	€ 306,25
4.000.000	€ 637,88	€ 574,09	€ 472,50	€ 401,63	€ 330,75
5.000.000	€ 685,13	€ 616,61	€ 507,50	€ 431,38	€ 355,25

Gli importi indicati corrispondono al premio minimo. Il premio della polizza sarà conteggiato sul fatturato 2020

Condizioni operanti:

- ✓ Responsabilità solidale Legge 221/2012
- ✓ Rivalsa Fondo di Garanzia per iscritti Sez. B) del RUI
- ✓ Retroattività dalla data di iscrizione al RUI
- ✓ Attività relative a forme pensionistiche complementari

www.polizzarcintermediari.it è gestito da ASSIMEDICI Srl

20123 Milano, Viale di Porta Vercellina 20 - Tel. 02.91.98.33.11 - Fax 02.87.18.10.98

www.polizzarcintermediari.it E-mail info@polizzarcintermediari.it PEC info@assimedici.eu

Partita Iva 07626850965 - Iscr. RUI B000401406 del 12.12.2011 Cap. Soc. 50.000,00



(continua da pag. 2)

E ne vedremo molte altre nel 2021". La strategia delle partnership appare dettata soprattutto dal desiderio dei consumatori di poter disporre di più servizi in un'unica app: il 47% dei consumatori vorrebbe gestire le bollette nell'applicazione della propria banca, il 38% servizi per l'identità digitale, il 36% servizi per la telefonia mobile, il 34% servizi per la mobilità. Ecco perché gli accordi stretti dalle start up non si limitano agli operatori finanziari (32%), ma riguardano anche operatori di settori differenti (54%) e altre realtà fintech e insurtech (30%). Sul tema hanno discusso in una tavola rotonda **Gian Franco Baldinotti**, ceo di **Vittoria hub**, **Alessio Castelli**, responsabile mercato banche e altri intermediari di **Cbi**, **Antonella Grassigli**, ceo e co-founder di **Doorway**, **Alex Milani**, VP e account management Bfsi di **Kaleyra**, e **Simone Rannucci Brandimarte**, co-founder e presidente di **Yolo**.

START UP PER LA SOSTENIBILITÀ

I numeri del rapporto fotografano un mercato desideroso di novità e servizi a valore aggiunto, in cui la user experience diventa un elemento fondamentale nelle strategie di business del mercato. "L'emergenza sanitaria ha scosso e innovato le abitudini ed esigenze dei consumatori che, abituati all'interazione digitale con attori di e-commerce o social network, richiedono la medesima immediatezza ed efficacia ai servizi di banche e assicurazioni", ha affermato **Laura Grassi**, direttore dell'osservatorio. E chiedono pure, in linea con la nuova sensibilità mostrata dal mercato, un'attenzione maggiore ai temi della sostenibilità: in una scala da zero a dieci, i clienti assegnano oggi alla sostenibilità un punteggio di 6,8 nella scelta della propria istituzione finanziaria o di particolari servizi bancari e assicurativi.

Il tema è stato al centro dell'ultima tavola rotonda, animata da **Piergiorgio Grossi**, chief innovation officer di **Credem Banca**, **Tomaso Mansutti**, amministratore delegato di **Mansutti**, **Demetrio Migliorati**, director innovation di **Banca Mediolanum**, e **Luciano Romeo**, coo di **Alleanza Assicurazioni**. L'attenzione alla sostenibilità dei consumatori si è rapidamente trasferita al settore delle fintech e delle insurtech: oggi il 27% delle start up è attento ad almeno un obiettivo di sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030 dell'Onu. Gli interventi riguardano soprattutto lotta alla disuguaglianza (10%) e sostegno alla crescita economica (9%), ma anche sostegno alla salute pubblica (5%), lotta alle attività illegali (3%) e riduzione della povertà (3%). L'attenzione alla sostenibilità si traduce prevalentemente nell'elaborazione di un'offerta in linea con i valori Esg (22%), seguita dalla creazione di un'azienda sostenibile (6%), dalla ricerca di partner che dimostrino un'analogia sensibilità (4%) e donazioni (1%). Una scelta che al momento sembra ripagare, anche in termini economici: le start up sostenibili hanno raccolto 25,5 milioni di dollari, contro i 20,4 milioni di tutte le altre.

Giacomo Corvi

PARTNERSHIP

Intesa fra Minsait, Atum e Intek

Dall'accordo nasce un'offerta integrata di piattaforme per la gestione dei portafogli assicurativi e per la vendita di polizza



Minsait, Atum e Intek hanno siglato una nuova partnership commerciale. L'intesa nasce con l'intento di combinare le proprie soluzioni e definire così un'offerta integrata per il mercato assicurativo. L'accordo, a tal proposito, prevede la possibilità di integrare i servizi offerti da **Onesait Insurance Platform**, piattaforma dedicata alla gestione del portafoglio vita, con **Wise**, strumento dedicato al ramo danni e alla gestione sinistri, e con il front end per il collocamento e la vendita **Fewfine**.

Nasce così quella che un comunicato stampa congiunto definisce "un'offerta integrata, completa, multidevice e multicanale per il mondo insurance e insurtech, in grado di agganciare più portafogli di back end per il collocamento di polizze vita e danni e per la gestione dei sinistri, e di ottimizzare il rapporto con il cliente finale attraverso una soluzione evoluta per la vendita". Le compagnie potranno così sfruttare una piattaforma capace di accelerare la trasformazione del processo di business e di integrare nuove soluzioni per rendere ancor più rapido il lancio di nuovi prodotti. La soluzione si propone inoltre di ottimizzare i costi di gestione, permettendo alle filiali di mantenere la propria modalità di stipula e gestione delle polizze vita. In questo contesto, il comunicato stampa ricorda che la sola piattaforma "ha contribuito a ridurre del 50% i tempi di lancio di nuovi prodotti, oltre a generare un aumento a due cifre della produttività nella valutazione del rischio e a ridurre di oltre il 20% il tempo medio di risoluzione di un sinistro".

G.C.

COMPAGNIE

Zurich chiede una legge contro il cat-calling

Attraverso due iniziative, Zurich Italia e Zurich Connect accendono un faro sul fenomeno dei commenti sessisti che dalla strada approdano sempre più spesso sui profili social delle donne

Zurich Italia e **Zurich Connect** in campo con due iniziative contro il cosiddetto *cat-calling*, cioè quell'insieme di apprezzamenti verbali non richiesti e di cattivo gusto che sfociano nel sessismo e di cui sono oggetto praticamente tutte le donne.

"Tutte le donne – ha spiegato **Angela Cossellu**, ceo di Zurich Connect – hanno subito *cat-calling* almeno una volta nella vita: un fischio, un apprezzamento indesiderato o un commento volgare, e spesso questo atteggiamento non viene percepito come molestia. Abbiamo deciso, quindi, di promuovere una petizione per inserire anche nel nostro ordinamento il reato di *cat-calling*". Affinché il *cat-calling* sia considerato un reato anche in Italia, come lo è già in Francia, Portogallo, Belgio e Finlandia, Zurich e Zurich Connect promuovono la petizione online lanciata da *WannaBeSafeltalia*, consultabile a questo link (<https://www.change.org/p/parlamento-rendere-il-catcalling-un-reato?redirect=false>).

Oltre a questa iniziativa, le due compagnie del gruppo svizzero quest'anno hanno deciso di agire intercettando il fenomeno del *cat-calling* anche sui social media, giacché da molestia verbale di strada è approdata ormai online. Le compagnie hanno creato account ad hoc e risposto ai commenti sessisti

degli utenti sui profili social, invitando gli autori del *cat-calling* a cliccare su un link esca. Gli aggressori verbali sono quindi atterrati su un sito informativo sul *cat-calling* e sulle leggi esistenti già in altri Paesi. Il risultato è stato che centinaia di commenti sono stati rimossi spontaneamente dagli stessi utenti.

"Zurich – ha ricordato **Federica Troya**, head of Hr and services di Zurich Italia – agisce da anni contro la violenza sulle donne promuovendo anche al suo interno iniziative di sensibilizzazione e sostegno. Da quattro anni aderiamo al *Progetto Libellula*, un network di aziende unite contro la violenza sulle donne e la discriminazione di genere. Inoltre, abbiamo attivato internamente un numero verde dedicato al supporto psicologico per le donne vittime di violenza".

Nel 2019, Zurich Italia, con la campagna *#TheWomensProtection*, si è attivata sui social con il contributo diretto dei dipendenti: attraverso le segnalazioni, sono stati rimossi migliaia di commenti sessisti e violenti nei confronti di donne.

Fabrizio Aurilia



SOCIETÀ E RISCHIO
L'INFORMAZIONE PER UN MONDO CHE CAMBIA

RIVISTA ON LINE DI CULTURA
DEL RISCHIO E CULTURA ASSICURATIVA

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

www.societaerischio.it



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 3 dicembre di www.insurancetrade.it – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577