

## PRIMO PIANO

# Nuovo ruolo per Piccolomini

Un italiano alla guida di Marsh McLennan International: Flavio Piccolomini è stato scelto come nuovo ceo, mentre Pat Tomlinson è il nuovo ceo della regione Stati Uniti e Canada. Nel suo nuovo ruolo, Piccolomini guiderà le attività di Marsh McLennan "volte a rendere ancora più efficace la collaborazione tra i business di Marsh, Mercer, Guy Carpenter e Oliver Wyman al fine di rispondere alle sfide dei clienti con soluzioni innovative", si legge nella nota della società. Nato a Siena e laureato in Economia aziendale presso l'Università Bocconi di Milano, Piccolomini, da oltre 30 anni nel brokeraggio assicurativo e nella consulenza sui rischi, è stato a capo della divisione International di Marsh dal 2017.

Per quanto riguarda Tomlinson, anche lui con più di vent'anni di esperienza nei servizi professionali, è entrato a far parte di Mercer nel 2014 e da allora ha assunto ruoli di crescente responsabilità, ha guidato i business health, wealth e career di Mercer e recentemente è stato responsabile dei mercati statunitensi e canadesi di Mercer. Entrambi riporteranno al presidente e ceo di Mercer, Martine Ferland, e al suo omologo di Marsh, Martin South, affrontando "i rischi, le strategie e le sfide per garantire ai clienti un servizio efficiente", chiosa il comunicato.

B.M.

## RICERCHE

# La gestione dell'inflazione da parte degli assicuratori

**Un report pubblicato da The Geneva Association fa il punto sul modo con cui l'aumento dei prezzi sta impattando sulle attività degli assicuratori danni e vita, e su quali aspetti possono essere presi in considerazione per cogliere eventuali opportunità**

Uno dei lasciti più concreti, e probabilmente inaspettati, della fine dell'emergenza pandemica è stato il ritorno dell'inflazione, con cui abbiamo iniziato a confrontarci già dalla fine del 2021. L'invasione russa dell'Ucraina non ha fatto altro che accentuare ulteriormente un trend già in corso. Tutti i settori dell'economia, in misura più o meno accentuata, stanno facendo i conti con l'inflazione, e ovviamente il settore assicurativo non fa eccezione. L'impatto immediato si fa sentire soprattutto sugli utili degli assicuratori danni, principalmente a causa dell'aumento del costo dei sinistri.

Uno studio di **The Geneva Association**, a cura di **Kai-Uwe Schanz** e **Pieralberto Treccani**, individua gli aspetti chiave che potrebbero impattare più significativamente sul settore.



### I TREND DA MONITORARE

L'analisi parte identificando alcuni aspetti chiave a cui porre attenzione per monitorare il fenomeno inflattivo. In primis, la decarbonizzazione, la necessità di massicce spese in conto capitale per l'energia green, e prezzi dei combustibili fossili più elevati; in secondo luogo, la deglobalizzazione e la tendenza al reshoring delle proprie filiere produttive, sulla scia di un crescente protezionismo; terzo elemento, i cambiamenti demografici, che con l'invecchiamento della popolazione richiederanno una maggiore spesa pubblica per sanità e assistenza agli anziani, e che potrebbero causare carenze nell'offerta di manodopera.

"L'impatto immediato dell'inflazione sui guadagni degli assicuratori danni – si legge nel report – è negativo, principalmente a causa dell'aumento dei futuri costi dei sinistri per le polizze in corso, per la necessità di rafforzare le riserve sinistri e, in caso di stagflazione, per la riduzione della domanda", scrivono gli autori nello studio, osservando che l'effetto sui guadagni degli assicuratori vita è più neutrale.

(continua a pag. 2)



 **Insurance  
Connect**

è su **Twitter**

Seguici cliccando qui

(continua da pag. 1) A differenza dell'assicurazione danni, la maggior parte dei prodotti vita offre vantaggi che sono nominalmente fissi. Detto questo, osservano gli autori dello studio, "l'inflazione tende a erodere la value proposition dell'assicurazione vita".

Da un lato, i mercati azionari più bassi, i tassi di interesse in aumento e l'ampliamento degli spread incidono negativamente sui bilanci degli assicuratori. Dall'altro lato, i tassi di interesse più elevati, cioè i tassi di sconto, hanno effetto favorevole sul valore attuale netto delle passività future.

"C'è una vasta gamma di azioni di management che gli assicuratori possono adottare per rispondere al nuovo contesto macroeconomico". In termini di design del prodotto, a fronte di una riduzione della capacità di spesa dei clienti, "gli assicuratori potrebbero offrire prodotti più convenienti e a basso costo più concentrati sulla prevenzione dei rischi e delle perdite".

Inoltre, a fronte di mercati del lavoro più ridotti e una crescente pressione salariale, "gli assicuratori manterranno anche la loro spinta a migliorare efficienza dei costi e produttività complessiva. La digitalizzazione, si legge nello studio, è una via ovvia per raggiungere questo obiettivo in aree come la distribuzione ("la più grande fonte di costo, esclusi i sinistri"), il marketing e il servizio clienti.



## L'UNDERWRITING E LA GESTIONE DEGLI INVESTIMENTI

A fronte dell'attuale congiuntura, la principale risposta dell'underwriting è quella di rivalutare rischi assicurabili che presentano elevati costi dei sinistri. "La necessità e la portata per farlo dipendono dall'ambiente competitivo nei mercati assicurativi rilevanti", ma anche dalla valutazione da parte degli assicuratori sulla capacità delle banche centrali di domare l'inflazione entro un ragionevole periodo di tempo, e dai possibili interventi da parte delle autorità politiche e regolamentari.

Secondo il report, per contrastare l'aumento del costo dei sinistri, gli assicuratori possono ulteriormente accelerare l'automazione della gestione sinistri e dei processi, così come ampliare (o costruire) le proprie reti di partner e fornitori per negoziare prezzi fissi per periodi di tempo più lunghi.

Per quanto riguarda invece la gestione degli investimenti, il report sostiene che ci sia un certo margine per la protezione dall'inflazione agendo sulle asset allocation tattiche, ad esempio indirizzando il portafoglio di investimenti dalle obbligazioni verso materie prime, azioni e settore immobiliare. "Per gli assicuratori, tuttavia, tali vantaggi rimangono sfuggenti alla luce dei requisiti patrimoniali di solvibilità molto elevati per quelle asset class", scrivono gli autori dello studio.

## UNA NUOVA PERCEZIONE DEL RISCHIO

Lo studio spiega che, guardando avanti, la domanda di assicurazioni potrebbe trarre vantaggio dall'esperienza shock della ripresa dell'inflazione. "Tali shock, simili a quello a cui abbiamo assistito a seguito di Covid-19, in genere influenzano la percezione del rischio e acuiscono la consapevolezza del rischio".

Ne potrebbe beneficiare anche la domanda di assicurazioni danni con lo spostamento dei portafogli dalle asset class finanziarie a quelle reali. Inoltre, l'aumento dei prezzi di beni reali si traduce in una maggiore domanda di assicurazioni da parte dei proprietari di tali beni. Per quanto riguarda invece l'assicurazione vita, l'inflazione presenta sfide particolari come l'erosione del valore dei rendimenti fissi futuri, rendendo i prodotti vita meno attraenti, generando un impatto negativo sulle vendite e incrementando le rinunce e i riscatti. "Ad ogni modo, gli effetti dell'inflazione sui tassi di interesse sono ampiamente considerati più rilevanti. I clienti potrebbero preferire prodotti assicurativi vita orientati al risparmio che offrono rendimenti più elevati e con caratteristiche di protezione dall'inflazione".

Più in generale, gli shock macroeconomici, come questa inflazione inattesa, rappresentano un elemento sfidante per il ruolo degli assicuratori nella società, in quanto assorbitori e gestori professionisti di rischio, ma offrono loro anche opportunità.

## GUARDANDO AL FUTURO

Durante la pandemia, scrivono gli autori dello studio, gli assicuratori attivi nel comparto life & health "sono stati in grado di adempiere ai loro obblighi di fronte all'aumento dei tassi di mortalità e di ospedalizzazione". La richiesta di prodotti assicurativi in quest'area è aumentata di conseguenza "e rimane strutturalmente al di sopra dei livelli pre-pandemia, in particolare nei mercati emergenti".

"Lo shock inflazionistico offre opportunità simili per gli assicuratori che aiutano i clienti a rimanere resilienti in tempi di crescente stress finanziario, quando il valore della protezione diventa molto più evidente". Allo stesso tempo, gli assicuratori hanno la necessità di rispondere alle sfide di redditività e solvibilità portate dall'inflazione. L'aggiustamento dei prezzi e della propensione al rischio sono tra le risposte che inevitabilmente gli assicuratori dovranno mettere in campo, ma in chiave futura l'efficientamento dei costi potrebbe aiutare gli assicuratori ad ammorbidire il potenziale impatto negativo sui propri clienti.

## TECNOLOGIE

# Intelligenza artificiale, il 2022 è stato un anno record

**In Italia, il mercato dei sistemi di AI ha prodotto un valore pari a 500 milioni di euro ma, secondo l'Osservatorio Artificial Intelligence del Politecnico di Milano, siamo solo all'inizio e il capoluogo lombardo è un importante un hub europeo**

Nel 2022 il mercato italiano dell'intelligenza artificiale valeva 500 milioni di euro, per una crescita pari al 32% in un solo anno, di cui il 73% commissionato da imprese italiane (365 milioni) e il 27% rappresentato da export di progetti (135 milioni). Sono i dati comunicati dall'Osservatorio Artificial Intelligence del Politecnico di Milano che, sottolinea, nonostante il difficile contesto internazionale, per il comparto dell'intelligenza artificiale il 2022 è stato un anno da record, caratterizzato dai continui progressi nelle capacità delle macchine e dagli exploit di Dall-E2 e ChatGpt che, aggiungono gli analisti, "in poche settimane hanno coinvolto decine di milioni di utenti e mostrato al grande pubblico le potenzialità di questa tecnologia".

Scorrendo il rapporto, si scopre che oggi il 61% delle grandi imprese italiane ha già avviato almeno un progetto di AI, dieci punti percentuali in più rispetto a cinque anni fa. Tra queste, il 42% ne ha più di uno operativo. Tra le Pmi, invece, il 15% ha almeno un progetto avviato (nel 2021 era il 6%), ma almeno una su tre ha in programma di avviarne di nuovi nei prossimi due anni.

### AI, quanto è davvero utilizzata?

Il 93% degli italiani, continua l'osservatorio, ha già sentito parlare di intelligenza artificiale e addirittura il 55% afferma che l'AI è molto presente nella propria quotidianità, mentre per quattro su dieci è presente anche nella vita lavorativa. Nonostante questi dati, che dal punto di vista degli entusiasti dell'AI sono molto incoraggianti, restano molti dubbi: il 73% delle persone "nutre dei timori", soprattutto riguardo agli

impatti sul mondo del lavoro, anche se solo il 19% è "fermamente contrario" all'uso dell'intelligenza artificiale nelle attività professionali.

Ma siamo sicuri che coloro i quali dicono che l'AI è presente nella loro quotidianità ne abbia davvero sperimentato le reali potenzialità? "L'esperienza quotidiana degli italiani – ricorda il Politecnico – si concentra sugli assistenti virtuali e sui sistemi di recommendation". I chatbot, utilizzati dall'81% delle persone, sono diffusi quasi quanto gli assistenti vocali (83%). Cresce l'interesse verso le raccomandazioni ricevute da motori di AI per l'e-commerce e un utente su quattro ha realizzato un nuovo acquisto online dopo averli utilizzati.

### Le sfide applicative e normative

ChatGpt, l'intelligenza artificiale in grado di generare testi coerenti e dialogare con le persone, ha raggiunto un milione di utenti dopo solo due giorni, mentre Dall-E2, che crea immagini attraverso input linguistici, è arrivata a generare fino a due milioni di immagini al giorno. Secondo l'osservatorio, "si è sancita la definitiva affermazione dell'AI Generativa".

Ma di pari passo con l'evoluzione, è nata l'esigenza delle istituzioni internazionali di tutelare i cittadini dalle possibili implicazioni negative. Il Consiglio Europeo, per questo, ha approvato l'AI Act, una bozza di regolamentazione basata sulla classificazione del livello di rischio che coinvolge diritti e libertà fondamentali dei cittadini. "Un percorso – precisano dal Politecnico – che avrà come risultato finale un apparato regolatorio comune tra tutti gli stati dell'Unione".

In Italia, tra le attività del Programma strategico nazionale, il primo gennaio scorso è stato avviato il partenariato esteso, battezzato **Future artificial intelligence research** (Fair). Il Politecnico di Milano è coordinatore dello Spoke 4 dedicato all'Adaptive AI, in cui l'Università Bocconi è membro affiliato. L'Adaptive AI comprende tutte quelle tecniche, sviluppate nel machine learning, che permettono ai sistemi autonomi di adattarsi a nuovi compiti e a nuove condizioni di funzionamento. Le attività dello Spoke 4 verteranno sulla progettazione di algoritmi di Adaptive AI. Già dal 2021, Milano è la maggiore unità italiana dell'organizzazione Ellis (European laboratory for learning and intelligent systems), che coordina i principali centri di eccellenza europei di machine learning.



#100  
dicembre 2022

## INSURANCE REVIEW

Strategie e innovazione per  
il settore assicurativo

# Insurance Review

## Strategie e innovazione per il settore assicurativo

La rivista che rende l'informazione specialistica  
dinamica e immediata.  
Uno strumento di aggiornamento e approfondimento  
dedicato ai professionisti del settore.

**Abbonati su [www.insurancereview.it](http://www.insurancereview.it)  
Abbonamento annuale € 80,00 (10 numeri)**

**oppure scarica l'app Insurance Review**



**I NUOVI PER  
DEI**

PERITI

**18** ATTUA

*cat, i rischi  
committente  
le"*

*Previdenza  
complemen  
un settore  
di rilancio*

Puoi sottoscrivere l'abbonamento annuale nelle seguenti modalità:

- Compilando il form on line all'indirizzo [www.insurancetrade.it/abbonamenti](http://www.insurancetrade.it/abbonamenti)
- Inviando un'email a [abbonamenti@insuranceconnect.it](mailto:abbonamenti@insuranceconnect.it)

Modalità di pagamento:

- On line con Carta di Credito all'indirizzo [www.insurancetrade.it/abbonamenti](http://www.insurancetrade.it/abbonamenti)
- Bonifico bancario Antonveneta IBAN IT 94 U 01030 12301 0000 0158 0865

### Insurance Daily

**Direttore responsabile:** Maria Rosa Alaggio [alaggio@insuranceconnect.it](mailto:alaggio@insuranceconnect.it)

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

**T:** 02.36768000 **E-mail:** [redazione@insuranceconnect.it](mailto:redazione@insuranceconnect.it)

Per inserzioni pubblicitarie contattare [info@insuranceconnect.it](mailto:info@insuranceconnect.it)

Supplemento al 3 febbraio di [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it) – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577