

PRIMO PIANO

Poste, bene la raccolta assicurativa

Cresce la raccolta assicurativa del gruppo Poste Italiane. Nel 2023 i premi lordi complessivi sono ammontati a 18,6 miliardi di euro, in rialzo del 5,7% su base annua. Bene il business del ramo vita e dei fondi individuali pensionistici, che registrano una crescita del 4,8% con una performance da circa 18 miliardi di euro. Oltre 580 milioni di euro messi invece a bilancio dal comparto danni, che segna un rialzo del 48,2% su base annua. "Nei servizi assicurativi abbiamo registrato risultati positivi, con una raccolta netta che conferma una performance ben al di sopra del livello di mercato e un tasso di riscatto ridotto in un contesto sfidante", ha affermato l'amministratore delegato Matteo Del Fante. Il risultato netto della divisione assicurativa nel 2023 si è fermato a 994 milioni di euro, in contrazione del 5,5% rispetto all'anno precedente. Flessione analoga anche per quanto riguarda i ricavi complessivi, attestatisi a poco più di 1,4 miliardi di euro. L'indice di solvibilità del gruppo assicurativo Poste Vita è pari al 305%, ben al di sopra di un obiettivo fissato a circa il 200% nell'orizzonte del piano industriale.

Il board della società, nell'approvare i risultati finanziari del 2023, ha inoltre deliberato la nomina di Giuseppe Lasco a direttore generale di Poste Italiane.

Giacomo Corvi

MERCATO

E se ogni azienda diventasse un assicuratore?

Sono sempre di più le grandi imprese che intendono integrare i prodotti assicurativi nella propria offerta con la formula dell'embedded insurance, forti di una base clienti molto ampia e di modelli di business altamente digitalizzati. Questo cambiamento potrà offrire alle compagnie l'opportunità di nuove partnership, a patto che sappiano organizzarsi per assecondare una tale tipologia di mercato

PRIMA PARTE

Per secoli, le regole dell'attività assicurativa sono state scolpite nella pietra. Gli assicuratori sviluppano prodotti sofisticati che proteggono i clienti da eventi sfavorevoli e gli agenti assicurativi (broker e anche sempre di più le banche) aiutano i clienti a navigare nelle complessità del mercato.

Negli ultimi anni, gli agenti assicurativi sono diventati più digitali e una quota crescente di prodotti viene venduta online. Ciò sta costringendo gli assicuratori a trasformarsi, investendo nelle nuove tecnologie, diventando più centrati sul cliente e assumendo nuovi talenti per soddisfare le esigenze di un mercato sempre più digitale.

Tuttavia, rimane un punto cieco. La maggior parte degli assicuratori si considerano gli unici a soddisfare le esigenze di protezione dei clienti, ma cosa succede se questa percezione di sé impedisce loro di riconoscere una realtà alternativa? E se la protezione dal rischio, in particolare nell'assicurazione contro i danni, fosse destinata a diventare solo un piccolo pezzo di un insieme più grande? E se questo cambiamento modificasse radicalmente le strategie che gli assicuratori dovranno implementare in futuro?

IL PASSAGGIO ALL'EMBEDDED INSURANCE

Una nuova prospettiva è quella dell'embedded insurance, ovvero la fusione di assicurazioni in prodotti o servizi non assicurativi. Finora, le compagnie non hanno posto molta attenzione a questa evoluzione non ritenendo che si tratti di un cambiamento importante (distratte dai processi di digitalizzazione in cui sono coinvolte e che, guarda caso, diventano proprio il fattore abilitante per questo nuovo modo di fare assicurazione).

In base a diverse analisi e osservazioni dell'interesse manifestato da grandi aziende digitali e non, l'effetto dell'embedded insurance potrebbe rivelarsi molto più dirompente, non solamente un altro modo in cui gli assicuratori possono veicolare i loro prodotti.

Le analisi effettuate suggeriscono che, unendo l'assicurazione alla vendita di prodotti, i fornitori di prodotti e servizi non assicurativi potrebbero controllare fino a un quarto del nuovo business assicurativo nel ramo danni e salute entro i prossimi cinque anni. Se ciò dovesse accadere, rappresenterebbe una seria sfida per gli assicuratori tradizionali. (continua a pag. 2)



(continua da pag. 1)

QUANDO OGNI AZIENDA È UN ASSICURATORE

Il trend è ormai chiaramente delineato: combinazione di prodotti e servizi complementari in offerte integrate che possono fornire un'unica e semplice esperienza di acquisto al cliente.

Amazon offre già di tutto, dai prodotti per la casa ai servizi e ai film, dalla musica ai generi alimentari e ai prodotti farmaceutici. **Apple** è entrata nei settori della salute, del benessere e dei servizi finanziari. E case automobilistiche come **Mercedes, Gm o Bmw** stanno lavorando per offrire ai loro clienti un portafoglio di servizi in auto che vanno dalle prestazioni basate sulla localizzazione ai giochi.

Quindi le aziende non soddisferanno più un singolo bisogno, ma spazi sempre più ampi. E poiché la necessità di protezione segue l'acquisto di un prodotto o servizio, è probabile, ma direi piuttosto certo, che proprio la ricerca della semplicità porterà all'aumento della diffusione di polizze incorporate.

La centralità del cliente non sarà l'unica forza trainante. Saranno anche i benefici finanziari derivanti dagli effetti dell'integrazione dell'assicurazione nei prodotti che sosterranno la diffusione delle polizze, quali, per esempio la fonte di ricavi legata alle commissioni che i prodotti assicurativi riconoscono, l'aumento della fidelizzazione della clientela e il conseguente abbattimento del tasso di *churn* (soprattutto per le telco), l'aumento di opportunità di *cross/up selling*.

Man mano che sempre più aziende non assicurative si rendono conto del potenziale dell'embedded insurance, arriveranno a considerare l'assicurazione come una parte fondamentale del loro *core business*. Vincere nel settore assicurativo non sarà più un'opzione, ma un'ambizione strategica.

Per realizzare i loro obiettivi, queste aziende dovranno costruirsi un'esperienza almeno pari a quella degli assicuratori tradizionali in termini di prodotti e prezzi. Dovranno sviluppare offerte più personalizzate basate sulle informazioni dei clienti esistenti, vendere in modo più efficiente attraverso una molteplicità di canali, fornire esperienze più fluide sulla base dei processi esistenti e offrire prezzi più interessanti in base al comportamento dei clienti in tempo reale. Inoltre, data l'assenza di *legacy*, potrebbero permettersi di gestire le loro operazioni assicurative a basso costo con margini di profitto superiori alla media.

Tutto ciò richiederà alle aziende non assicurative di assumere un maggiore controllo della catena del valore assicurativo. Può sembrare un percorso molto complesso, ma l'era digitale lo rende possibile. Piuttosto che sviluppare o acquisire le capacità di cui avranno bisogno, i fornitori di prodotti e servizi possono trarre vantaggio dalle offerte di *insurance-as-a-service* che gli attori, vecchi e nuovi, forniranno.

Incoraggiati da nuovi attori dell'embedded insurance, le aziende saranno in grado di beneficiare del business assicurativo senza doversi occupare in prima persona della sua complessità. Non è chiaro quando ciò accadrà su larga scala, ma è ora che gli assicuratori inizino a prepararsi per le opportunità e le sfide che l'embedded insurance presenterà.

Gianluca Zanini,
partner Excellence Consulting

(La seconda parte dell'articolo verrà pubblicata su Insurance Daily di venerdì primo marzo)



è su Twitter

Seguici cliccando qui

Nel 2024 insolvenze aziendali in crescita

Quest'anno le imprese in difficoltà con i pagamenti aumenteranno del 19%, mentre nel 2025 solo del 4% grazie a una fase di ripresa dell'economia: una tendenza che l'Italia condivide con molti altri paesi. Sulla media globale del 7% influisce infatti l'andamento positivo dei paesi emergenti, Cina in testa, mentre Usa (+40%) ed Eurozona (+14%) sono ancora in fase negativa

Dopo il forte rallentamento registrato nel periodo pandemico e la progressiva crescita, le insolvenze aziendali potrebbero registrare una sensibile accelerazione a livello globale (9%) nel 2024 e stabilizzarsi l'anno successivo, quando è previsto un rilancio della crescita economica. In Italia quest'anno si dovrebbe confermare la tendenza al rialzo già manifestatasi nel 2023. Negli scorsi dodici mesi si è assistito a una progressiva accelerazione del numero dei casi di insolvenza, con un +4% nel primo trimestre e un +31% nel quarto. In linea con questi dati, la crescita media delle insolvenze nel nostro paese dovrebbe assestarsi sul +19% quest'anno e a +4% nel 2025.

Ne dà conto il *Rapporto sulle insolvenze globali* pubblicato da **Allianz Trade**, che fornisce una previsione del rischio insolvenze a livello globale per il biennio 2024-25. Per il nostro paese, il rapporto evidenzia come la debolezza della fase economica metta a rischio le aziende più fragili, tanto che, pur non tornando ai livelli pre-Covid, il numero di imprese insolventi è stimato in oltre 9.100 casi quest'anno e oltre 9.500 il prossimo. Nel 2023 la crescita delle crisi aziendali ha riguardato tutti i settori, ma in particolare il commercio (23%), il commercio manifatturiero (17%), l'edilizia (16%) e l'ospitalità (10%). Esiste però un elemento nuovo che potrebbe alterare la prospettiva: l'incremento del ricorso al proces-

so di soluzione negoziale, introdotto con il codice della crisi d'impresa, potrebbe per il suo iter stragiudiziale nascondere il numero reale dei casi di insolvenza.

Domanda in calo e geopolitica i fattori perturbanti

Il tema della crescita delle insolvenze riguarda la gran parte delle economie avanzate del mondo e, come avvenuto in Italia, quest'anno sta confermando l'accelerazione vista nel 2023.

Nell'ultimo anno si è registrata una crescita delle insolvenze in tre paesi su quattro, con una media globale del +7%. Tra i paesi maggiormente interessati ci sono gli Stati Uniti (+40%), i Paesi Bassi (+52%), la Francia (+35%) e la Germania (+23%), con una media per l'Eurozona attestata però a +14%. A mitigare i tanti aumenti a due cifre ci sono i cali nel numero delle insolvenze registrati, ad esempio, in Cina (-14%), in Sudafrica (-13%) e in India (-8%).

Per l'anno in corso è prevista a livello globale una crescita media delle insolvenze aziendali del 9%, mentre nel 2025 ci si attende una stabilizzazione dei livelli raggiunti.

La regolarizzazione dell'andamento delle crisi aziendali potrebbe però dipendere da alcuni fattori. Il primo rischio è il calo della domanda globale previsto per quest'anno: secondo Allianz Trade, è improbabile che molti paesi riescano a crescere quel tanto che sarebbe sufficiente per stabilizzare le insolvenze, ad esempio per l'Eurozona e gli Usa sarebbe necessaria nel prossimo biennio una crescita del Pil dello 0,7%.

Un elemento che influirà direttamente sulle prospettive di tenuta delle imprese è la spesa di finanziamento, che si manterrà elevata, a cui si aggiunge il limitato accesso ai crediti. A risentirne saranno soprattutto i settori legati ai consumi non essenziali dei privati, in particolare commercio al dettaglio, turismo, ristorazione e tempo libero, ma anche l'edilizia, l'immobiliare, i trasporti, i servizi alle imprese.

Infine, non sarà da trascurare l'impatto dei fattori geopolitici, e in particolare gli esiti della serie di appuntamenti elettorali che riguardano molti paesi (pari al 60% del Pil mondiale) che potranno aumentare l'incertezza economica locale o globale.



Maria Moro



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
Abbonamento annuale € 80,00 (10 numeri)

oppure scarica l'app Insurance Review



Puoi sottoscrivere l'abbonamento annuale nelle seguenti modalità:

- Compilando il form on line all'indirizzo www.insurancetrade.it/abbonamenti
- Inviando un'email a abbonamenti@insuranceconnect.it

Modalità di pagamento:

- On line con Carta di Credito all'indirizzo 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

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