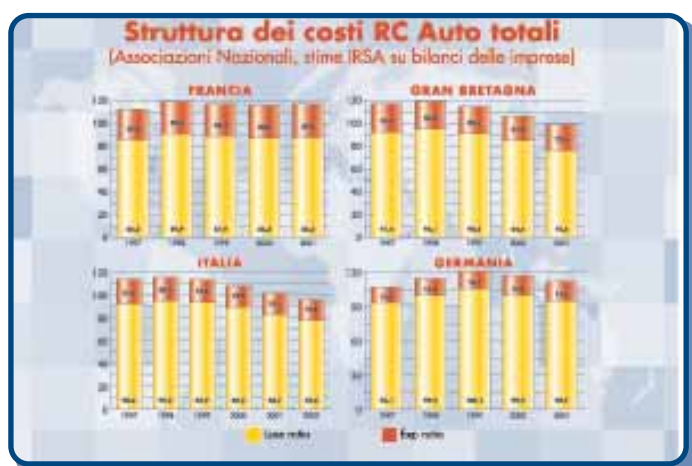
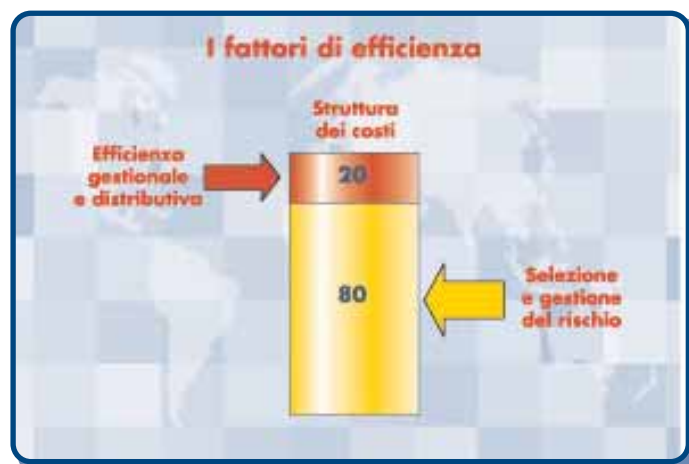




RC AUTO: I FATTORI CRITICI PER LA REDDITIVITÀ DEL BUSINESS. UNA PANORAMICA SUI MERCATI EUROPEI.

Dott. Enea Dallaglio

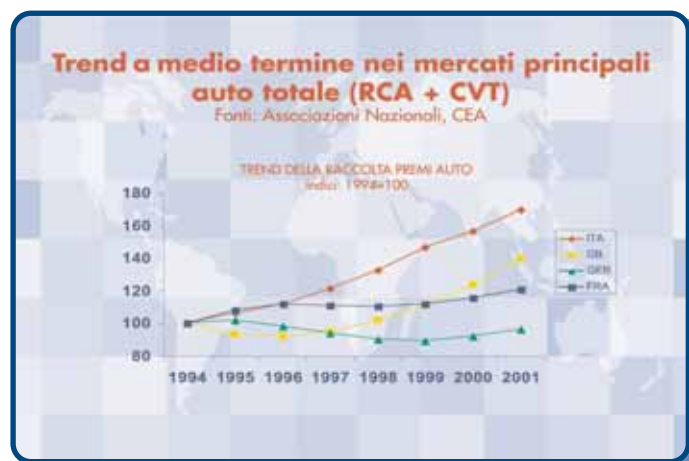
IRSA Istituto per la Ricerca e lo Sviluppo delle Assicurazioni, Milano

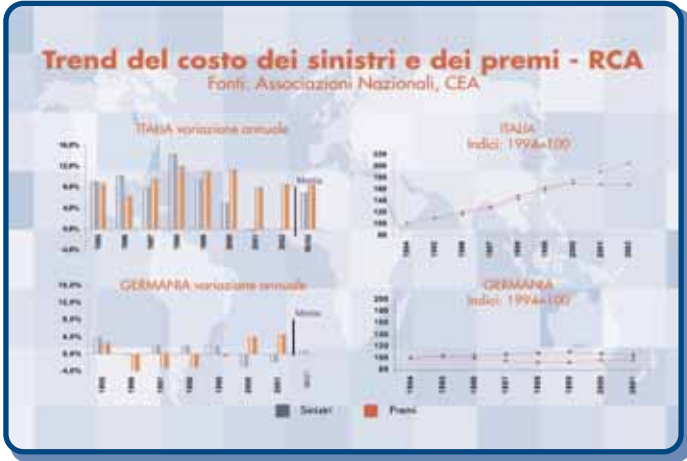


RC AUTO:

I FATTORI CRITICI PER LA REDDITIVITÀ DEL BUSINESS.

UNA PANORAMICA SUI MERCATI EUROPEI.





RC AUTO:

I FATTORI CRITICI PER LA REDDITIVITÀ DEL BUSINESS. UNA PANORAMICA SUI MERCATI EUROPEI.

Logiche di assicurazione dei rischi gravi

	ITALIA	FRANCIA	OLANDA	GERMANIA
Regolamentazione	Obbligo per ogni compagnia di assicurare tutti i rischi (*) e libertà assicurativa, anche il pricing selettivo.	Libertà di rifiutare il rischio per la singola compagnia, ma il rischio assicurabile deve poterlo assicurare.	Libertà di rifiutare il rischio.	Libertà di rifiutare il rischio.
Assicurazione dei rischi gravi	Minimale (offerta il costo del rischio) per parte assicurata, tutti gli assicurati, spesso con limiti di copertura.	Si applicano tre diversi livelli di copertura: 1) per i rischi di incendio, 2) per i rischi di furto, 3) per i rischi di responsabilità civile.	Però, compagnia private (anche il RLI) offrono i prezzi in concorrenza con le compagnie assicurative.	Però, la copertura del rischio di incendio è a gestione specializzata, il premio è determinato in base alla valutazione del rischio, spesso di rischio per imprese industriali.
Modello	Principi simili, in assicurazione sociale, con una proporzionalità più alta.	Il fenomeno è interpretato diversamente.	Il fenomeno è interpretato diversamente.	Principi simili di assicurazione sociale, Stato garante, il cui settore pubblico ha il 9-10%.

(*) Di fatto le compagnie sono obbligate a assicurare ogni categoria di rischio, mentre solo obbligate non assicurarlo in un paese per non effettuare un'indagine e accettare come di fatto.

Differenziazione dei risultati

Scarti fra gli a/p medi delle maggiori 20 compagnie
Periodo 1997-2001

AUTO		RCA	
	97-01 SQM Range	97-01 SQM	97-01 Range
Francia	8,0 24,7		
Germania	7,7 33,6	9,1	34,9
GB	10,7 38,7		
Italia	4,6 15,4	4,7	16,4

Nei mercati più selettivi la competizione premia le compagnie più efficienti

Le politiche del pricing

	PRICING DI SELEZIONE COMPETITIVA	PRICING DI EQUILIBRIO	PRICING DI FEDELIZZAZIONE
Strategie	Gestione dinamica del mix di portafoglio rischi	Adeguamento dei premi al costo dei sinistri per segmenti di rischio	Barrera all'ingresso e difesa del portafoglio
Mercati	Libertà di selezione Domanda molto reattiva	Limitata selezione dei rischi Domanda poco reattiva	Barriere di mercato preferenziali
Imprese	Compagnie specializzate	Compagnie multi-business	Compagnie con vantaggi di posizione di portafoglio di rischio ai mercati preferenziali
Pricing	Selettivo	Multistadio-selettivo	Multistadio su mercati premiati

Dinamismo dei mercati ed efficienza nella gestione del rischio

- ➔ **REGULATION**
 - Obbligo a contrarre vs libertà di underwriting
- ➔ **DIFFERENZIAZIONE DEL PRICING**
 - Discriminazione per aree e per profili di rischio
 - Dispersione fra le imprese
- ➔ **DIFFERENZIAZIONE DEI SISTEMI DI OFFERTA**
 - Canali distributivi e sistemi di servizio
- ➔ **MOBILITÀ DELLA DOMANDA**
 - Tassi di turnover e fedeltà dei clienti

Il pricing come leva di selezione del rischio

Quotazioni per profili di rischio – 2002
CV= coefficiente di variazione % SQM



I grafici si basano sui prezzi offerti da un campione di 33 compagnie in 4 paesi su 30 profili di rischio omogenei. La discriminazione sui premi in UE non è comparabile perché diverse compagnie britanniche offrono la quotazione dei premi per rischio.

Italia: la discriminazione del pricing è inferiore al gap di frequenza dei sinistri

A Zona peggiore (Napoli) B Zona migliore (Rovigo) C Rapporto A:B

Frequenza sinistri auto private

13% 6% 2,2:1

Premio medio del profilo di rischio medio E (euro)

523 335 1,6:1

Fonte frequenza: Ania – Banca dati statistica ICA Auto 2001
Nota: l'analisi si basa sui prezzi offerti da un campione di 33 compagnie in 5 paesi su 30 profili di rischio omogenei.

Pricing selettivo per aree geografiche

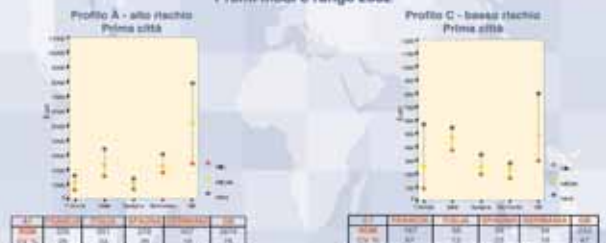
CV= coefficiente di variazione % SQM



Nota: l'analisi si basa sui prezzi offerti da un campione di 33 compagnie in 5 paesi su 30 profili di rischio omogenei.

Differenziazione del pricing

Dispersione fra le compagnie
Premi medi e range 2002



Nota: l'analisi si basa sui prezzi offerti da un campione di 33 compagnie in 4 paesi su 30 profili di rischio omogenei.

RC AUTO: I FATTORI CRITICI PER LA REDDITIVITÀ DEL BUSINESS. UNA PANORAMICA SUI MERCATI EUROPEI.



Selettività del prezzo comprehensive



I fattori che influenzano il costo dei sinistri



L'offerta comprehensive rafforza la capacità selettiva del pricing

Rapporto fra i premi medi offerti al profilo di rischio peggiore e al profilo di rischio migliore nella città principale

	RCA	COBERTURE FACOLTATIVE	COMPREHENSIVE
FRANCIA	4,5	4,9	4,8
ITALIA	4,3	1,0	2,3
SPAGNA	4,3	4,0	4,1
GERMANIA	9,3	7,8	8,5
GRAN BRETAGNA	13,2	21,4	15,3

Frequenza dei sinistri RCA

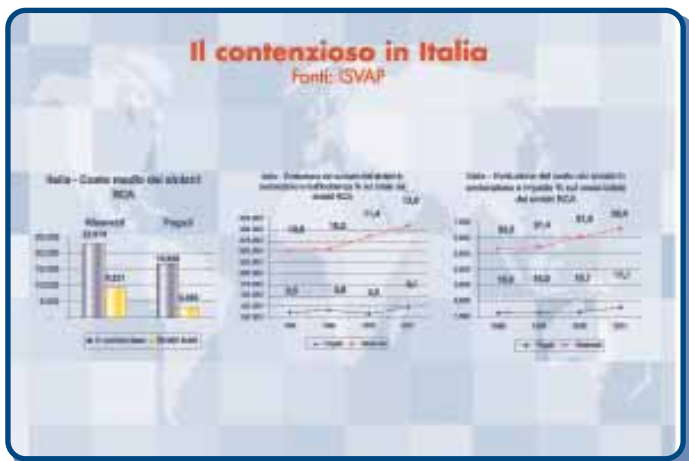
Fonte: Associazioni Nazionali, CEA, ISVAP

L'Italia presenta la frequenza sinistri RCA più alta fra i paesi europei. Rispetto al 1999 tutti i paesi registrano un miglioramento della frequenza.

	1999	2000	2001
Ger	8,9	7,9	7,5
Fra	6,3	6,1	5,9
Ita	12,2	11	9,6
GB	8,3	8,2	8,2

RC AUTO:

I FATTORI CRITICI PER LA REDDITIVITÀ DEL BUSINESS. UNA PANORAMICA SUI MERCATI EUROPEI.



I volumi non determinano la redditività

	Auto totale		
	Periodo (197-201)		
	linee rate	Esposizi rate	Contribut rate
Compagnie grandi (oltre 1000 miliardi euro)	81,3	32,3	103,8
Medie grandi (1250-2000 miliardi euro)	84,3	30,3	104,8
Medie piccole (600-1250 miliardi euro)	84,1	31,3	107,1
Compagnie piccole (meno di 600 miliardi euro)	81,8	33,8	105,7

Fonte: Analisi dei bilanci di 85 compagnie comprendenti le prime 20 di Francia, Germania, Italia, Gran Bretagna.

I fattori critici di successo

- FOCALIZZAZIONE STRATEGICA:
- IDENTIFICARE IL CORE BUSINESS
 - SISTEMA DI BUSINESS COERENTE
 - RIDURRE I VINCOLI STRATEGICI

➔ CAPACITA' DI SELEZIONARE IL RISCHIO

➔ CAPACITA' DI CONTROLLARE LA CATENA DEI COSTI

Il vantaggio dei sistemi di business focalizzati



Fonte: Analisi dei bilanci di 85 compagnie comprendenti le prime 20 di Francia, Germania, Italia, Gran Bretagna.