

## La bancassicurazione in Italia: trend e prospettive

DOTT. PIERO BOTTO

CEO - UNICREDIT BANCASSURANCE MANAGEMENT & ADMINISTRATION, MILANO

Compatibilmente con le difficoltà che derivano dal contesto attuale, nel quale stiamo vivendo una crisi molto pesante per dimensione e ancora da comprendere in termini di implicazioni e portata delle conseguenze, cercherò di presentarvi un quadro delle possibili prospettive del business della Bancassurance.

La dimensione del mercato assicurativo in Italia nel 2007 in termini di new business è stata di oltre 50 miliardi nel ramo vita e poco meno di 40 miliardi nel ramo danni. Nel ramo vita la Bancassurance ha rappresentato oltre il 70% della produzione complessiva, gli agenti il 15% e gli altri canali il 13% circa. Il ramo danni presenta invece una composizione percentuale dei canali totalmente diverso, con la Bancassurance che ha intermediato solo il 2% del totale, mentre quasi il 90% della distribuzione è in mano al canale agenti. Quindi in Italia abbiamo una situazione molto differenziata rispetto a quella dei principali paesi esteri: nel vita il canale bancassicurazione ha raggiunto un peso tra i più alti, mentre sul danni resta una distanza molto rilevante.



Nel Vita, l'aumentare del peso del canale bancassicurazione ha avuto un effetto positivo sul livello dei prezzi e ha accelerato l'innovazione di prodotto. Peraltro nei primi mesi del 2008 un terzo della produzione stimata è ancora rappresentata dai prodotti index, un altro terzo è rappresentata dai prodotti unit e il restante è rappresentato da prodotti del Ramo I, "prodotti tradizionali", per i quali la componente assicurativa in termini di garanzia finanziaria è molto più elevata. Se osserviamo l'evoluzione negli ultimi anni questo mix si è concentrato su prodotti con prevalenza della componente di investimento mentre il Ramo I ha registrato addirittura un ridimensionamento. Già nei primi mesi del 2009, come conseguenza del mutamento in atto nel mercato, possiamo ragionevolmente attenderci invece un forte riposizionamento della produzione verso il Ramo I a scapito soprattutto dei prodotti index.



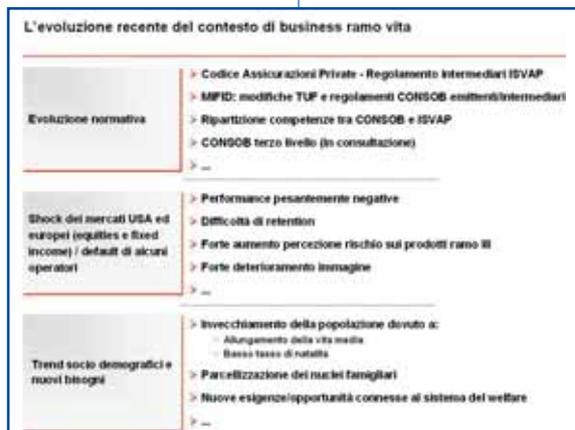
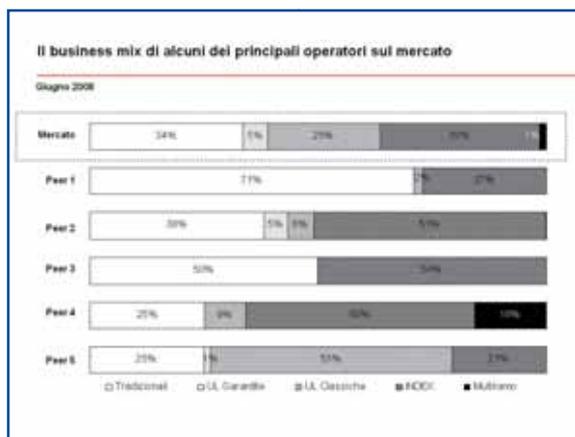
Osservando le strategie commerciali degli operatori si può notare come all'interno del sistema coesistono logiche diverse, con business mix e quindi modelli di servizio tra loro molto differenziati, frutto di scelte

spesso caratterizzate da una forte continuità di logiche commerciali, laddove le banche tendono a sviluppare competenze e orientamenti che mantengono nel tempo. Non a caso le maggiori discontinuità si sono verificate in concomitanza di cambi di proprietà o di management, e in prospettiva possiamo attenderci nuovi forti mutamenti per effetto della crisi in atto sui mercati.

Lo shock dei mercati ha riguardato sia l'equity che il reddito fisso con il default di alcuni operatori. Inizialmente la crisi poteva apparire congiunturale, mentre è ormai chiaro a tutti che siamo in presenza di un cambiamento strutturale che lascerà segni profondi e duraturi, a cominciare dal rapporto tra distribuzione e clientela. La crisi dei mercati ha infatti aumentato la difficoltà di retention in relazione a un forte aumento della percezione del rischio sui prodotti che hanno registrato performance spesso significativamente negative e, in parallelo, avuto un forte deterioramento di immagine. Proprio per questo motivo il cliente ha cambiato la logica di posizionamento rispetto alle proposte di investimento, in termini di riduzione sia dell'orizzonte temporale (verso il breve/brevissimo termine), che dell'orientamento al rischio.

Circa l'evoluzione normativa, c'è stato un aumento della regolamentazione che ha riguardato le imprese, gli intermediari, i processi distributivi e le competenze tra Authority. Di certo c'è stata una grossa attenzione al processo distributivo e alla tutela del cliente con un aumento del livello di trasparenza, di verifica in sede distributiva dell'adeguatezza dei prodotti proposti e collocati, ecc. ed è stato fatto un grosso intervento di razionalizzazione e revisione degli assetti precedenti.

Questi trend si inseriscono in un contesto socio-economico caratterizzato dall'invecchiamento della popolazione e dalla nascita di nuove esigenze connesse al sistema del welfare. Basti pensare che all'inizio degli Anni '50 solo l'1% della popolazione superava gli ottant'anni, mentre oggi è il 6% circa e nel 2045 si stima intorno al 12/13% circa. Questo aumento dell'incidenza degli ultraottantenni si traduce già oggi in un progressivo aumento delle situazioni di disabilità. Il sistema di welfare pubblico affronta oggi un problema di sostenibilità: negli ultimi 5/6 anni le spese sanitarie del settore pubblico in Italia sono aumentate a un tasso medio annuo intorno al 7% (più di 2 volte quella che è stata la crescita del PIL negli ultimi 10 anni). L'industria assicurativa può nel tempo offrire delle risposte importanti su questi temi e trasformare questi trend in opportunità. Rispetto a questi trend socio-demografici potremmo osservare una evoluzione della domanda verso le esigenze di coperture di natura più tipicamente assicurativa come quel-



la dei rischi, della protezione, dei servizi sanitari integrativi, sostegno della sufficienza e sviluppo di prodotti che gestiscano, per i clienti, la fase di accumulo e successivamente di rendita previdenziale.

La domanda di prodotti finanziari, possiamo immaginare, si evolverà verso prodotti più semplici, con una riduzione della propensione al rischio, un aumento delle richieste di garanzia da parte della clientela e una riduzione dell'orizzonte temporale di investimento. Dovremmo quindi aspettarci un ritorno di importanza del Ramo I che garantisce l'investimento e soddisfa il principale bisogno del cliente nel contesto attuale.

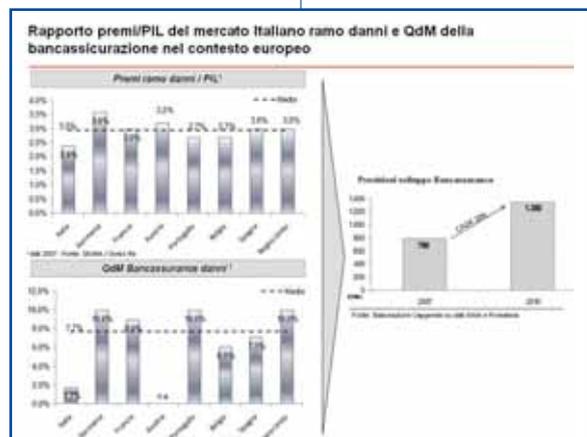
Anche le Variable Annuities offrono una value proposition importante per il cliente in una fase come quella attuale. Sviluppate negli Stati Uniti e poi in Giappone, sono prodotti che richiedono un'ingegneria e una piattaforma finanziaria complesse. Le Variable Annuities di accumulo, ad esempio, consentono di sottoporre al cliente una proposta commerciale che abbina la flessibilità di asset allocation e di esposizione all'equity durante la vita della polizza alla garanzia del valore di rimborso a scadenza.

Nel tempo possiamo aspettarci che avremo anche un incremento dell'offerta di protezione, intesa come mantenimento del tenore di vita delle famiglie e della stabilità economica e sicurezza.

Osservando l'asset allocation delle famiglie italiane alla fine del 2007 si può notare che circa un terzo degli investimenti sono effettuati in attività liquide e depositi o in attività facilmente smobilizzabili. Le finalità sottostanti al risparmio sono: avere disponibilità a fronte di imprevisti, accumulare un patrimonio, realizzare un progetto, costruire o integrare la pensione, garantire l'autosufficienza e investire in modo vantaggioso. Diverse di queste finalità hanno natura assicurativa/previdenziale, e questo conferma in prospettiva un rafforzamento della convergenza tra banche e assicurazioni nello sviluppo di una gamma di offerta rispondente ai bisogni attuali ed emergenti della clientela.

Nel ramo danni il mercato italiano registra una penetrazione dei premi sul PIL inferiore alla media europea (2,4% contro una media europea intorno al 3%), con gran parte di questa produzione concentrata sul business "obbligatorio" che è l'auto. Questa sottopenetrazione rispetto alla media europea è un primo punto che da solo sottintende un potenziale di crescita dell'industria nel suo insieme. Se poi osserviamo la quota di mercato del Bancassurance, l'Italia è sotto il 2% rispetto alla media europea che è intorno all'8%, e questo rappresenta il secondo aspetto che consente di individuare un potenziale di crescita importante per la bancassicurazione danni. La domanda è in quanto tempo potremmo convergere verso il resto dell'Europa. Per l'industria bancaria ci sono degli ulteriori elementi che possono accelerarne lo sviluppo, tra cui l'esigenza di innovazione e di riposizionare l'offerta sui nuovi business emergenti che sostituiscano/compensino almeno parzialmente quelli in flessione.

Se guardiamo l'evoluzione negli ultimi anni della produzione ramo danni vediamo tassi di crescita importanti ma volumi molto modesti. I tassi di crescita più forti si sono registrati nella CPI, prodotti di copertura del credito che hanno componenti sia vita che



danni: la CPI si è sviluppata molto dal 2005 e negli ultimi quattro anni ha avuto un tasso medio di crescita prossima all'80%. Anche gli altri rami hanno avuto crescite significative (escluso l'auto che è tuttora un business flat) ma con volumi che restano ancora molto modesti.

I primi prodotti danni ad essere stati sviluppati sono prodotti a basso ticket e marginalità modesta e che richiedono processi distributivi time-consuming quando la vendita è stand-alone. Se si riuscisse a rendere più efficienti i processi di vendita si potrebbero raggiungere risultati commerciali molto migliori, con condizioni economiche sostenibili e profittevoli per la distribuzione garantendo al contempo un servizio di valore per il cliente. Per sviluppare il Danni le reti distributive hanno bisogno soprattutto di importanti interventi di formazione e di poter contare su una gestione efficiente del post-vendita, in particolare sui sinistri, che rappresenta l'elemento più delicato e più importante per soddisfare il cliente e guadagnare la fiducia.

Per concludere, possiamo riassumere così le prospettive a tendere.

Sul business "finanziario vita", siamo in una situazione di maturità del mercato e di ridimensionamento, con un remix verso prodotti che hanno una più alta componente di garanzia e protezione. Assistiamo alla semplificazione della value proposition anche in presenza di meccanismi finanziari complessi, ma con la necessità di garantire sempre la massima chiarezza nella comunicazione in modo che al cliente sia chiara la promessa di vendita e il valore aggiunto dei prodotti.

Credo che tutta l'industria veda un'elevata potenzialità di crescita del ramo danni, l'unico punto interrogativo è quando e con quale progressione questo decollerà. La condizione è che si rivedano i processi di vendita, si assicurino semplicità e trasparenza di prodotto ed eccellenza nei servizi di post-vendita.

Bancassicurazione ramo danni: andamento della produzione per aree di bisogno

Bancassurance ramo danni Italia						
AREE DI BISOGNO	2004	2005	2006	2007	Business Mix %	CAGR 2004 - 2007
Casa e famiglia	188	235	278	333	26,4%	22,8%
Persona	120	155	190	211	16,3%	17,3%
CPI - Danni	88	258	338	450	35,1%	77,8%
(CPI - Vita)	n.a.	400	535	750	-	-
Sub Totale	396	648	798	994	77,8%	36,6%
Auto	210	255	264	287	22,4%	4,7%
Totale	606	903	1.064	1.281	100,0%	26,4%

Conclusioni: quali prospettive

- > Ridimensionamento del mercato finanziario vita
- > Riposizionamento del business mix vita con l'aumento della componente di copertura dei bisogni di garanzia e protezione
- > Semplificazione delle value proposition e delle strutture dei prodotti
- > Elevata potenzialità di crescita del ramo danni verso livelli europei
- > Focus sull'efficienza dei processi di vendita e post-vendita