

UN FUTURO PER LA RIASSICURAZIONE IN ITALIA



di ANDREAS MOSER, ceo di Munich Re in Italia

*“Il modo migliore di predire il futuro è crearlo”. Concorro pienamente con questa affermazione di **Abraham Lincoln**. Oggi il settore della riassicurazione sta attraversando un momento di profondo cambiamento. C'è sempre la riassicurazione cosiddetta tradizionale, dei trattati e dei facoltativi, ed è la base per qualsiasi relazione riassicuratore-assicuratore, ma allo stesso tempo vedo una forte domanda nelle seguenti aree: financial solutions e soluzioni che portano a una maggiore efficienza e crescita nel settore life e non-life. Cominciamo con le financial solutions, cioè soluzioni basate sulla riassicurazione che vanno incontro alle esigenze di corporate finance e prodotti ILS (Insurance linked security). Soprattutto a seguito dell'introduzione di Solvency II, molti assicuratori hanno iniziato a vedere la riassicurazione anche come un valido strumento, ad esempio, per ottimizzare la gestione del capitale, facilitare e supportare operazioni di M&A o mantenere stabile il loro solvency ratio e il loro rating. Questa linea di pensiero ha evidenziato un trend internazionale davvero interessante: alcune compagnie di assicurazione stanno ripensando il loro approccio a breve termine nei confronti della riassicurazione, considerata sempre più come fonte di capitale al pari dei prestiti subordinati e di altri strumenti finanziari.*

La sfida di una strategia pluriennale

La maggior parte delle compagnie assicurative ha una strategia finanziaria a lungo termine per assicurare stabilità e affidabilità. Perché non dovrebbe essere così anche per la strategia riassicurativa? Se lo chiedono oggi quelle compagnie che optano per un trattato pluriennale, e cedono in riassicurazione una parte del portafoglio su tutte le linee di business. Questi trattati, strutturati in modo da limitare impatti negativi sul flusso di cassa o su altri Kpi (Key performance indicator) importanti per le cedenti, sono sottoscritti da riassicuratori considerati dalle compagnie come partner strategici nel lungo termine e di fatto veri e propri investitori. Essendo spesso trattati pluriennali, non sono rinegoziati ogni anno. Le cedenti li considerano come parte del loro mix di capitale che permettono alla compagnia di ridurre il capitale richiesto dalla normativa.

Un trattato di questo tipo può aumentare o diminuire la solvibilità secondo le circostanze contingenti. Inoltre, gli assicuratori hanno accesso a una serie di servizi aggiuntivi forniti dalle compagnie di riassicurazione. Anche in Italia le aziende del settore si

stanno muovendo in questa direzione. Per un riassicuratore è una sfida sottoscrivere un trattato quota share pluriennale su più linee di business poiché implica capacità analitiche avanzate oltre a una profonda conoscenza del mercato. Inoltre, non è raro dover affrontare vincoli organizzativi poiché spesso linee di business diverse sono sottoscritte da unità differenti all'interno di una compagnia.

Il ruolo della tecnologia

La seconda area in cui vedo una grande domanda è quella delle soluzioni che portano a una maggiore efficienza e crescita nel settore life e non-life, e in entrambi i casi la tecnologia gioca un ruolo importantissimo. Il mondo è sempre più interconnesso: automobili, abitazioni, infrastrutture e persone forniscono informazioni che tramite la sottoscrizione in tempo reale permettono di anticipare o prevenire le potenziali perdite. Per approfittare di queste opportunità e fornire servizi e soluzioni innovative che portano valore aggiunto ai nostri clienti, dobbiamo puntare sulla tecnologia e su sistemi avanzati di data analytics. Abbiamo fondato infrastrutture di scouting globale, come hot spot dell'innovazione assicurativa a Londra, Berlino, nella Silicon Valley e a Tel Aviv. Ma anche in Italia collaboriamo con think tank importanti come l'**IoT insurance observatory** fondato da **Matteo Carbone** a Milano, che oggi riunisce 50 organizzazioni tra l'Europa e il Nord America. Questi enti sono fondamentali per capire meglio come le start up innovative utilizzano la tecnologia e immaginano il futuro della riassicurazione.

Si riparte dalla cultura aziendale

Abbiamo poi unito questo know-how con ricerche sul mercato italiano, creando soluzioni che rispondono alle esigenze attuali delle cedenti e dei loro assicurati. Stando alla nostra analisi, i rischi più importanti sul mercato italiano sono i rischi cyber, a seguire i rischi Nat Cat e business interruption. Le cedenti chiedono sempre di più pacchetti completi: non solo il wording di polizza o la tariffa, ma anche la gestione dei sinistri

e servizi basati sulle tecnologie citate in precedenza. Queste soluzioni portano a nuovo business e migliorano l'efficienza della sottoscrizione e della gestione dei sinistri. Noi sviluppiamo soluzioni tutti i giorni insieme ai nostri clienti e continueremo a integrare la tecnologia nei nostri prodotti e servizi. Tuttavia, per creare il futuro della riassicurazione non bastano le buone idee: per farlo, e rimanere competitivi sul mercato, non si può prescindere dalla cultura aziendale. Un'azienda al passo coi tempi deve avere team dinamici che ragionano in termini di design thinking: prodotti e servizi creati insieme al cliente, sulla base di prototipi in evoluzione a seconda delle esigenze che emergono strada facendo.

Tra tradizione e nuove opportunità

Applicare queste metodologie all'industria assicurativa è sicuramente una sfida, perché la cultura aziendale di compagnie (ri)assicurative non è sempre totalmente compatibile. E questo soprattutto per due ragioni: in primo luogo, perché il settore assicurativo è altamente regolamentato: basti pensare a Solvency II ma anche al regolamento generale sulla protezione dei dati (Gdpr).

In secondo luogo, perché le relazioni tra le diverse compagnie assicurative, e tra quest'ultime e le compagnie di riassicurazione, si basano sul lungo periodo. Le coperture durano anni e i sistemi IT, per citare un esempio concreto, devono offrire altrettanta continuità. Questo comporta due sfide principali: i riassicuratori devono innanzitutto continuare a concentrarsi sul core business e mantenere le promesse fatte in passato. Ma allo stesso tempo è d'obbligo esplorare nuove opportunità.

Le sfide sono all'ordine del giorno in ogni settore: serve creare una visione che integri passato, presente e futuro, che valorizzi il vecchio e il nuovo e che coinvolga lo staff con maggiore esperienza e i nuovi talenti. Per concludere, vedo un futuro per la riassicurazione in Italia: per chi sceglierà di crearlo, quotidianamente, insieme ai propri clienti. ①