

LE NUOVE FRONTIERE DEL PRICING VITA

SOLVENCY II HA FOCALIZZATO L'ATTENZIONE SULLA PROGETTAZIONE DEL PRODOTTO, MA PUÒ ESSERE DIFFICILE PREVEDERE L'IMPATTO DELLA NUOVA PRODUZIONE SU CAPITALE E SOLVIBILITÀ: PER QUESTO È NECESSARIA UNA ANALISI INTEGRATA

Sin dall'entrata in vigore di Solvency II, tutti gli operatori del mercato assicurativo hanno colto la centralità del disegno dei nuovi prodotti nella gestione del capitale. E l'attuale contesto economico, con bassi tassi di interesse, sta fornendo un'ulteriore spinta all'innovazione di prodotto, soprattutto per quanto riguarda i prodotti vita rivalutabili.

Tuttavia, nonostante Solvency II sia in vigore da diversi anni e i modelli di valutazione attuariale siano sempre più sofisticati, le compagnie faticano talvolta a prevedere l'impatto della nuova produzione sul capitale e sulla solvibilità. Per cogliere appieno questa interazione, è necessario considerare diversi elementi quali ad esempio:

- l'Scr della nuova produzione dipende dall'Scr del portafoglio esistente, in particolare per effetto della diversificazione;
- l'impatto della nuova produzione va valutato anche in termini di *asset-liability management* per decidere, ad esempio, se tenere aperte le gestioni separate alla nuova produzione senza distruggere valore per la compagnia;
- la posizione fiscale della compagnia, ad esempio la possibilità di recuperare delle perdite fiscali, va valutata nel complesso;
- le spese generali possono essere allocate sulla nuova produzione ovviamente in funzione dei volumi attesi.

La situazione si complica ulteriormente quando si tenta di considerare l'impatto della nuova produzione sugli utili distribuibili perché l'andamento degli utili può essere significativamente diverso se si segue un approccio di valutazione *risk neutral standalone* oppure *real world marginale*.

VALUTAZIONE INTEGRATA DEI RISCHI E DEL VALORE

Per tutti questi motivi, è consigliabile che la valutazione della nuova produzione avvenga in modo integrato con il portafoglio esistente, possibilmente sotto diversi scenari di volumi e business mix. Infatti, sebbene tutte le compagnie vorrebbero poter sviluppare piani di crescita puntando su business profittevoli o di nicchia, è evidente che ciò non può essere fatto a prescindere dall'effettiva domanda del mercato e dal consenso dei canali distributivi.

Inoltre, è fondamentale che i diversi processi aziendali siano coerenti nella valutazione dei rischi e del valore connessi alla raccolta: quando la compagnia disegna e prezza i nuovi prodotti, misura la redditività della produzione col *new business value*, effettua la valutazione interna del rischio e della solvibilità prospettica (Orsa) o definisce le proprie strategie industriali.

Diversamente, ci si può trovare nella situazione di dover prendere atto tardivamente del fallimento nel raggiungimento dei target di risultato, nella costruzione di valore o addirittura del mantenimento del livello di solvibilità desiderato.

Milliman è una società leader nella consulenza attuariale e strategica internazionale, che unisce competenze tecniche e tecnologiche a livello corporate a una profonda conoscenza del mercato assicurativo a livello locale.

Per approfondimenti e ulteriori informazioni:

milliman.italy@milliman.com

