

UN NUOVO PARADIGMA PER L'ASSICURAZIONE ITALIANA

di FABRIZIO AURILIA

NELLA TAVOLA ROTONDA CON ANIA, UNIPOLSAI E SARA ASSICURAZIONI, I RELATORI HANNO DISCUSO DI COME PORTARE INNOVAZIONE NEI MECCANISMI ASSICURATIVI E DI COME SI POSSA AGEVOLARE, IN MODO FINALMENTE DECISIVO, LA COLLABORAZIONE TRA STATO E PRIVATI

In diversi passaggi dell'*Innovation Summit* di **Insurance Connect** si è dibattuto sulla necessità di arrivare a una collaborazione tra pubblico e privato. Un tema assolutamente non nuovo e di cui si parla da vari decenni, fermandosi spesso, purtroppo, alle parole. Tante proposte sono state avanzate, ma molto poco si è fatto, anche se l'evidenza del tema emerge con sempre più urgenza.

E allora, quando si riflette sul nuovo paradigma per l'assicurazione in Italia, non si può non pensare a come affrontare l'aggravarsi delle catastrofi naturali e l'insostenibilità di un sistema sanitario affidato sempre e solo alle cure dello Stato. Nella tavola rotonda che ha visto il confronto tra **Vittorio Corsano**, chief property & casualty officer di **UnipolSai**, **Alberto Cucinella**, direttore assicurativo di **Sara Assicurazioni** e **Umberto Guidoni**, co-direttore generale di **Ania**, i relatori hanno discusso di come portare innovazione nei meccanismi assicurativi e di come questa possa agevolare, in modo finalmente decisivo, la collaborazione tra Stato e privati.

IL MODELLO DEV'ESSERE QUELLO DELLE COMPAGNIE

L'evoluzione della gestione del rischio è oggi più che mai un campo da gioco complesso, dove la tecnologia può dare una mano importante, ma in cui sono le decisioni politiche a essere essenziali. I partenariati pubblico-privato nella gestione delle catastrofi naturali e in sanità sono questioni non più eludibili, mentre una riforma dell'Rca è sempre più urgente, visto il progressivo e inevitabile innalzamento dei prezzi.

“La gestione del rischio – ha ricordato Guidoni – è un tema all'attenzione del sistema Paese sotto diversi

RC AUTO: IL SALVAGENTE DELLA TELEMATICA

“O ci mettiamo in testa che una riforma strutturale dell'Rc auto è necessaria, perché deve incidere strutturalmente sui costi, sulla fase assuntiva e sul contrasto alle frodi, oppure sarà difficile contenere l'aumento dei prezzi”. A dirlo, senza mezze misure, è Umberto Guidoni, co-direttore generale di Ania, invocando dal palco dell'*Innovation Summit* 2023 una seria riforma dell'Rca, in un momento critico dove, comunque, l'Italia sta registrando “un'inversione del premio molto al di sotto del tasso d'inflazione e della media europea”, ha ricordato il dirigente di Ania.

Dal canto loro, le compagnie continuano a battere la strada della telematica per fare efficienza. “Con le scatole nere – ha ricordato Vittorio Corsano, chief property & casualty officer di UnipolSai – perseguiamo l'eccellenza assuntiva e nella gestione sinistri, grazie a una telematica che evolve nel tempo. La normativa ci permette anche di sperimentare, ma ci sono ancora molte ombre”.

aspetti perché il rischio di sistema, talvolta, è anche di natura globale. Bisogna prendere atto che il modello di risk management non può essere quello statale”, quindi basato su una presa in carico totale del rischio, ma a costi sempre più pesanti per la società, “ma quello delle compagnie”, ha ribadito il co-dg di Ania. Nella visione dell'associazione, “la gestione per le catastrofi naturali deve evolvere in un modello di responsabilità congiunta”, tra pubblico e privato.

Una situazione, quella del rischio property, che sta sfuggendo di mano: su 33 milioni di abitazioni solo il 5% è assicurato per le alluvioni; mentre su quattro milioni di imprese solo cinque su 20 sono assicurate per rischi catastrofali. Secondo Ania, applicando un principio mutualistico, basterebbero circa 100 euro all'anno per coprire le abitazioni, mentre per le imprese, la richiesta di Guidoni è che le banche usino l'assicurazione come un fattore di merito di credito.

IL VALORE DELL'INVESTIMENTO

Ma allora perché questa resistenza? “Non c'è un problema tecnico di sviluppo dei partenariati ma un problema ideologico”, ha scandito il responsabile di Ania. “Oggi – ha continuato – c'è una giungla di forme di sanità integrativa: diversi incentivi, diverse fiscalità. Il 78% dei premi che incassiamo viene restituito ai clienti sotto forma di prestazioni che già pagano con la fiscalità generale, invece vorremmo intervenire sulle cronicità. Abbiamo proposte che modificano i processi, rendono più efficaci i servizi, e siamo pronti a erogare le prestazioni in tempi che nel pubblico non sono più realistici”, ha assicurato Guidoni.

Passando da un ragionamento generale alle strategie dei singoli player che stanno sul mercato, il gruppo **Unipol** può fornire un punto d'osservazione privilegiato, soprattutto nel mercato danni e salute, vista la sua capacità di sfruttare le economie di scala. “In sanità – ha spiegato Corsano – i costi sono ingenti nel breve periodo”, ma i ritorni valgono l'investimento. Come noto, Unipol, anche attraverso **UniSalute**, cresciuta in maniera importante negli ultimi anni, ha deciso di investire pesantemente, come ha ricordato il manager, citando la recente acquisizione di una nota catena di centri medici.

L'OMNICANALITÀ È DIVERSA DALLA MULTICANALITÀ

Anche riguardo al tema della casa, Unipol conferma un approccio in-house: il gruppo preferisce sempre o acquisire l'expertise che gli manca, oppure creare servizi e soluzioni proprie. Corsano ha citato la recente introduzione di **UnipolHome**, il brand di assistenza per l'abitazione, che offre ai clienti i tecnici di cui hanno bisogno (idraulici, elettricisti, artigiani ecc.). “Abbiamo appena rilevato anche una società di amministrazione di condomini, perché vogliamo accelerare nel mondo del *beyond insurance*”, ha rivelato.



Da sinistra: **Vittorio Corsano**, chief property & casualty officer di UnipolSai; **Maria Rosa Alaggio**, direttore di Insurance Review, **Alberto Cucinella**, direttore assicurativo di Sara Assicurazioni e, in video, **Umberto Guidoni**, co-direttore generale di Ania

Del resto, l'omnicanalità è al centro del piano industriale di Unipol, da non confondere, però, con la multicanalità: “in quest'ultima i canali sono concorrenti, mentre nell'omnicanalità sono partner”, ha precisato Corsano.

LE PROMESSE DELL'ASSICURATORE

Altro aspetto centrale è la prevenzione e la mitigazione dei rischi. Anche questo, del resto, è un trend noto che le compagnie stanno cavalcando soprattutto grazie alla tecnologia. “Noi ci sentiamo partner che accompagnano i clienti nella gestione dei loro rischi”, ha argomentato Cucinella di Sara Assicurazioni. “Dobbiamo essere in grado di prevenire le nuove sfide – ha aggiunto – e trasferire la percezione del valore assicurativo dal rimborso alla prevenzione”.

Secondo Cucinella, sia nel ramo property sia nell'health insurance, mai come oggi, è chiara la necessità di spostare “il baricentro della promessa di valore da una logica di ristoro a una di prevenzione e mitigazione”.

Anche in un mercato tradizionale come quello dell'Rc auto, siamo di fronte a “fenomeni che prevedono un ripensamento della protezione alla guida”. Sara sta intervenendo con una serie di servizi tramite l'app che consentono di sensibilizzare i clienti rispetto, per esempio, al problema della distrazione alla guida. Ma anche in ambito prodotti, le novità non mancano: “stiamo definendo protezioni indipendenti dal mezzo che utilizza l'assicurato, proteggendo così gli spostamenti e non il singolo veicolo”, ha chiosato Cucinella.