

ALGORITHMIC UNDERWRITING PER LE POLIZZE D&O

È COSÌ CHE REVO INSURANCE, COME ILLUSTRATO DA MATTEO MAMBRIN, PUNTA A RAFFORZARE IL SUO POSIZIONAMENTO DI MERCATO NEL SETTORE DELLE COPERTURE DESTINATE A DIRIGENTI, AMMINISTRATORI E SINDACI: LA COMPAGNIA MIRA A SFRUTTARE LE NUOVE TECNOLOGIE PER SVILUPPARE UN MODELLO DI OFFERTA PERSONALIZZABILE E IN GRADO DI SODDISFARE LE ESIGENZE DI AGENTI E BROKER

di Giacomo Corvi



© Daenin Arnee - iStock

Lo scenario di mercato per il settore delle polizze D&O in Italia si presenta oggi particolarmente sfidante. La quasi totalità delle compagnie assicurative ha ormai strutturato un'offerta in questo ambito. La soluzione è di fatto diventata una commodity per amministratori, dirigenti e sindaci. Negli ultimi anni si è inoltre assistito a una progressiva e costante diminuzione dei tassi di mercato. Eppure, **Revo Insurance** ha comunque deciso di puntare su questo business. “Nonostante l'attuale fase di soft market, il settore presenta un'alta redditività”, osserva **Matteo Mambrin**, head of underwriting di Revo. “Ci proponiamo – aggiunge – di centrare una crescita del 40% in un solo anno”.

Per raggiungere un simile obiettivo in uno scenario così complesso, la compagnia ha innanzitutto provveduto a un sostanziale restyling di prodotto, sviluppando un'offerta modulare ed estendendo il target market alle imprese con un fatturato fino a un massimo di 500 milioni di euro. Ha poi adottato un modello di business che si propone di valutare tutte le richieste che arrivano dagli intermediari: non solo quindi le coperture base, ma anche polizze in eccesso e soluzioni tailor-made per il settore delle large corporate. E ha infine puntato sulle nuove tecnologie per rendere ancora più rapido e preciso il processo di pricing e underwriting. “In un mercato come quello delle D&O, è fondamentale la capacità di offrire

agli intermediari un servizio che sappia giungere a una quotazione nella maniera più veloce ed efficiente possibile”, osserva Mambrin. “Per noi che abbiamo nell’innovazione un driver fondante del nostro modello di business – prosegue – è stato naturale affidarci alle nuove tecnologie”.

DALLA PARTITA IVA ALLA POLIZZA

La grande novità è senza dubbio rappresentata da quello che è ormai noto come *algorithmic underwriting*. “È un modello che ci consente di arrivare in maniera quasi automatica all’emissione di una polizza partendo da un solo dato”, illustra Mambrin. Nel caso delle soluzioni D&O, basta inviare tramite email la partita Iva del cliente per attivare un tool di intelligenza artificiale che, in maniera del tutto autonoma, legge e analizza la richiesta dell’intermediario, accede a un ampio numero di database, raccoglie tutte le informazioni necessarie, compila il testo di polizza e giunge infine alla quotazione della copertura. “L’underwriter interviene prima dell’emissione per un controllo del pricing, delle condizioni e per una verifica dell’effetto della polizza sul portafoglio complessivo”, spiega Mambrin.

Tutto ciò, secondo la compagnia, potrà contribuire a limitare gli errori, ridurre i tempi di quotazione e, in questo modo, offrire un servizio migliore agli intermediari. Stando a quanto riferito da Mambrin, il sistema, dopo una prima fase di test, ha già raggiunto un livello di accuratezza del 100%. “È la prima volta che integriamo un tool di *algorithmic underwriting* nell’ambito delle polizze D&O”, afferma il manager. “Ci consentirà – prosegue – di giungere rapidamente a una quotazione dinamica e *taylor-made*, personalizzata sulla base delle esigenze del cliente”.

UN’OFFERTA MODULARE E TAILOR-MADE

Proprio la personalizzazione di prodotto è un altro degli elementi più distintivi dell’offerta di Revo Insurance. “Abbiamo sviluppato una soluzione in linea con i più alti standard di mercato che, oltre alla copertura di base, comprende anche una garanzia di *company reimbursement*, che prevede l’indennizzo delle eventuali spese sostenute dalla società, e una copertura di responsabilità civile per l’impresa”, spiega Mambrin. A ciò si aggiunge anche una garanzia di *employment practices liability*, che copre i risarcimenti eventualmen-

te dovuti ai dipendenti per violazioni dei loro diritti sul posto di lavoro. La vocazione alla personalizzazione di prodotto non si ferma tuttavia qui. La compagnia ha infatti predisposto il tool *document composition*, uno strumento che, come illustra Mambrin, “permette di trasformare una polizza standard in una copertura *taylor-made*”. Il sistema, nel dettaglio, consente all’underwriter di accedere a un ampio catalogo di clausole precedentemente predisposte e di selezionare quelle più lineari con la richiesta dell’intermediario: una volta inserite nel sistema, il tool provvede autonomamente a creare il testo di polizza *taylor-made*, senza la necessità di inserire allegati o appendici. Nel caso in cui una clausola non fosse già presente nel catalogo, l’underwriter può scriverla e sottoporla alla direzione della compagnia: se approvata, la clausola diventa un nuovo standard aziendale ed entra nell’inventario del sistema. “In un mercato che, come accennato, presenta un’offerta piuttosto ampia, dobbiamo mettere gli intermediari nelle condizioni di poter offrire una soluzione che risponda pienamente alle esigenze dei clienti”, commenta Mambrin. “Questa soluzione – aggiunge – ci garantisce tutta la flessibilità di cui abbiamo bisogno per rispondere alla domanda di mercato”.

AGENTI, BROKER, E FORSE BANCHE

La nuova offerta è stata presentata agli agenti in occasione della convention che si è tenuta lo scorso febbraio. “Sono rimasti stupefatti dalla capacità di quotazione e dalla velocità di risposta che siamo in grado di assicurare”, dice Mambrin. Molto ci si attende poi dal contributo che potrà arrivare dai broker, da sempre uno dei canali privilegiati per la gestione dell’offerta alle imprese. La presentazione ufficiale, dopo le prime consuete comunicazioni della compagnia, è prevista in occasione della convention che si terrà a maggio. I risultati sono comunque già incoraggianti. “Il riscontro è stato positivo, abbiamo registrato un sensibile aumento delle richieste di quotazione”, afferma il manager.

Mambrin non esclude infine che la distribuzione della soluzione possa essere estesa anche al canale bancassicurativo. “È un modello che negli anni è diventato sempre più centrale per il mercato delle polizze D&O”, osserva Mambrin. E rivela in chiusura che la compagnia “sta partecipando a una gara per la distribuzione della nostra soluzione presso gli sportelli di un istituto bancario: abbiamo superato la prima fase di selezione”.