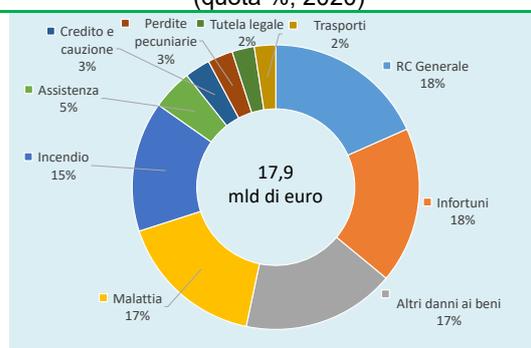


Assicurazioni danni non auto: premi
(mln di euro; var% a/a)



Assicurazioni danni non auto: premi per ramo
(quota %; 2020)



Fonte: elab. Servizio Studi BNL, dati ANIA e IVASS

Fonte: elab. Servizio Studi BNL, dati ANIA e IVASS

Nel 2020 la raccolta assicurativa totale ha raggiunto i 135 mld di euro, con una flessione del 3,9% rispetto all'anno precedente. I premi vita sono stati pari a €101 mld mentre il ramo danni ha raccolto €33,5 mld di euro.

Il potenziamento della partnership con le assicurazioni è al centro delle strategie bancarie. Nel ramo vita la banca ha contribuito negli anni alla crescita dei volumi complessivi del comparto. Il canale bancario e postale distribuisce una quota di premi vita superiore al 60%. **Nel ramo danni il modello di bancassicurazione presenta invece un peso ancora limitato** rispetto agli altri canali, il 7,5% (compresi gli sportelli postali). La pandemia ha accentuato la percezione di vulnerabilità da parte degli individui e creato le premesse per lo **sviluppo del settore protezione** nel quale l'Italia registra un gap con i principali paesi europei.

Le banche e le assicurazioni per affrontare questa sfida dovranno rimodulare l'intera proposizione assicurativa introducendo alcuni elementi quali: a) l'analisi dinamica e personalizzata dei bisogni dei clienti; b) un modello di offerta organizzato non più per funzioni ma per transizioni; c) un ripensamento delle interazioni tra rete fisica e digitale; d) un miglioramento della trasparenza delle garanzie.

n. 16

9 giugno 2021



BNL
GRUPPO BNP PARIBAS

La banca
per un mondo
che cambia

La bancassicurazione come leva di sviluppo del mercato

S. Ambrosetti¹ [✉ stefano.ambrosetti@bnlmail.com](mailto:stefano.ambrosetti@bnlmail.com)

Nel 2020 la raccolta assicurativa totale (danni e vita) ha raggiunto i 135 mld di euro con una flessione del 3,9% rispetto all'anno precedente. I premi vita hanno registrato una riduzione del 4,4% fermandosi a 101 mld di euro, mentre il ramo danni ha raccolto 33,5 mld di euro, il 2,9% in meno rispetto all'anno precedente.

La pandemia ha accentuato la percezione di vulnerabilità da parte degli individui di fronte a rischi di natura diversa da quelli tradizionalmente considerati e accresciuto l'interesse verso forme cautelative alternative alla detenzione di liquidità in conto corrente. I timori evidenziati tuttavia non sembrano trovare un riscontro nelle scelte assicurative. Nel segmento danni la raccolta assicurativa, se si esclude la copertura r.c. auto obbligatoria, appare molto ridotta con un peso sul Pil inferiore all'1% a fronte di valori pari al 2,1% in Francia, al 2,5% in Germania e nell'ordine del 3,5% nel Regno Unito.

Nel settore bancario gli effetti della pandemia e il basso livello dei tassi di interesse hanno limitato il contributo al conto economico del margine di interesse e incentivato le banche ad accelerare la revisione del proprio modello di servizio con l'obiettivo di accrescere i ricavi derivanti dalla distribuzione di prodotti di risparmio gestito, previdenziali ed assicurativi.

Il potenziamento della *partnership* con le assicurazioni è al centro delle strategie bancarie con l'intento di replicare quanto già sperimentato nel business vita anche per il ramo assicurativo danni (in particolare quello relativo ai "danni non auto"), che presenta un potenziale di sviluppo sinora solo parzialmente espresso.

Nel ramo vita la banca ha contribuito in modo rilevante alla crescita dei volumi complessivi del comparto. I dati evidenziano come sia attribuibile al canale bancario e postale una quota di distribuzione dei premi vita superiore al 60%. Con riferimento alle sole banche la Banca d'Italia calcola una quota pari al 35%.

Nel ramo danni il modello di bancassicurazione si è invece sviluppato più recentemente e presenta un peso ancora limitato rispetto agli altri canali, pur avendo raggiunto (compresi gli sportelli postali) il 7,5% dal 2,9% del 2009.

Le banche e le assicurazioni per affrontare questa sfida dovranno lavorare a stretto contatto e rimodulare l'intera proposizione assicurativa introducendo alcuni elementi di novità quali: a) l'analisi dinamica e personalizzata dei bisogni dei clienti; b) un modello di offerta organizzato non più per funzioni ma per transizioni; c) un ripensamento delle interazioni tra rete fisica e digitale; d) un miglioramento della trasparenza delle garanzie offerte dal momento che le indagini qualitative hanno evidenziato come la limitata comprensibilità delle polizze sia un problema ancora largamente sentito.

Bancassicurazione; al centro delle strategie bancarie

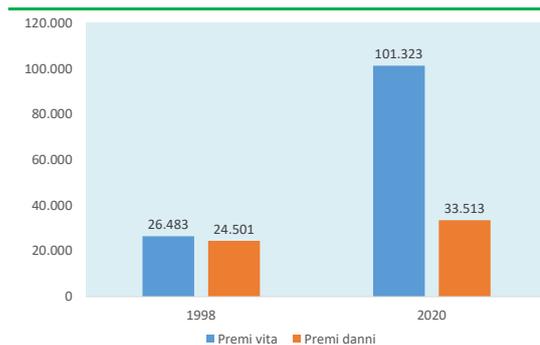
La distribuzione di polizze assicurative attraverso il canale bancario ha cominciato a diffondersi in Italia a partire dalla seconda metà degli anni '80 prevalentemente come complemento alla vendita di prodotti bancari. Si trattava principalmente di prodotti del ramo vita che avevano una diffusione di mercato ancora limitata. Per meglio cogliere la

¹ Economist, Servizio Studi BNL – Gruppo BNP Paribas, le opinioni espresse impegnano unicamente l'autore.

scarsa diffusione di tali prodotti nei portafogli delle famiglie italiane basti pensare che nei primi anni '90 i premi ammontavano a circa 4,5 mld di euro pari a poco più dello 0,5% del Pil un valore molto distante da quello attuale pari a oltre 100 mld di euro e un peso sul Pil del 6,2%. In questo ampio arco temporale i prodotti assicurativi hanno registrato un notevole successo incontrando un crescente gradimento come forma di allocazione del risparmio arrivando a rappresentare una quota rilevante delle attività finanziarie delle famiglie italiane (le sole riserve del ramo vita ammontano al 18,2%).

Nell'ultimo decennio gli effetti delle crisi finanziarie, che in Italia sono stati più prolungati rispetto agli altri grandi paesi europei, il persistente scenario di tassi di interesse molto bassi e la lentezza della ripresa economica hanno pesato in modo significativo sul business bancario. L'attività delle banche è stata inoltre condizionata da una serie di eventi come la digitalizzazione, l'avvento delle Fintech, il decumulo dei crediti deteriorati e un maggior rigore regolamentare da parte delle autorità di vigilanza. Di fatto i modelli di servizio hanno dovuto adeguarsi ad un contesto caratterizzato da assetti finanziari e distributivi che hanno ridisegnato e ampliato l'offerta spostando il focus su nuovi canali e portando ad un ripensamento di quelli tradizionali.

Italia: premi assicurativi vita e danni
(mln di euro)



Fonte: elab. Servizio Studi Bnl dati Ania

Italia: premi assicurativi collocati attraverso il canale bancario
(mld di euro)



Fonte: elab. Servizio Studi Bnl dati Banca d'Italia

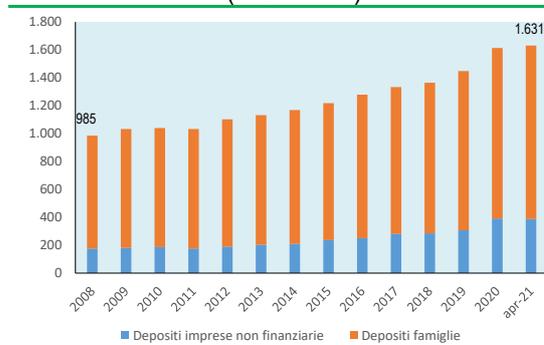
Il mercato assicurativo rientra tra i protagonisti di questo nuovo processo, proiettando il modello della bancassicurazione in una diversa declinazione commerciale in grado di mettere in equilibrio tre elementi: 1) le esigenze di accrescere la penetrazione assicurativa da parte delle compagnie per colmare il gap con i principali paesi europei; 2) la ricerca di nuovi ricavi distributivi da parte delle banche; 3) la soddisfazione dei maggiori bisogni assicurativi evidenziati dai risparmiatori.

Numerose indagini di mercato hanno evidenziato come a seguito della pandemia siano aumentati i bisogni assicurativi delle famiglie italiane e la consapevolezza di esposizione a rischi diversi da quelli tradizionalmente considerati. Analogo segnale è emerso dalle indagini effettuate dalle banche presso i propri clienti con l'obiettivo di qualificare le ragioni di un accumulo di liquidità sui conti correnti che ha raggiunto livelli massimi storici sia sul fronte delle famiglie che su quello delle imprese. Nella gran parte dei casi le ragioni risiedono in un movente di tipo cautelativo. In altri termini il timore di trovarsi esposti a rischi non previsti sia sul fronte personale che su quello aziendale ha di fatto accresciuto la propensione al risparmio e ridotto la disponibilità a investire delle imprese e delle famiglie. Di fatto in maniera piuttosto semplificata il quadro può riassumersi in questo modo: a) le famiglie, in considerazione del basso livello dei tassi di interesse e di un tasso di remunerazione contenuto per gli investimenti a rischio limitato,

preferiscono mantenere la liquidità per cautelarsi da rischi di malattia, perdita del posto di lavoro, problematiche relative al blocco di attività della propria azienda etc. Si tratta, tuttavia, di bisogni che possono trovare una risposta sul mercato assicurativo e che finora, pur percepiti, non erano considerati rilevanti al punto da acquistare una copertura. In questo contesto assicurazioni e banche si trovano a dover gestire un cambiamento che se affrontato in modo coordinato può portare ad un percorso di crescita virtuoso non solo per entrambe le industrie ma anche per la collettività che potrebbe contare su un livello di copertura più ampio a fronte di possibili imprevisti di varia natura.

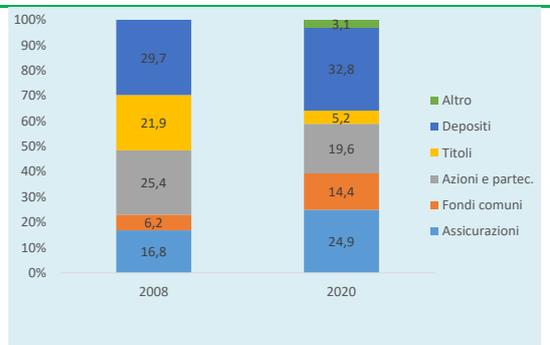
Dal lato delle imprese assicurative si riuscirebbe a ridurre il “protection gap” che l’Italia sconta con gli altri paesi sulle coperture danni non obbligatorie aumentando la penetrazione assicurativa, stagnante ormai da molti anni su un valore dell’1% del Pil.

Italia: depositi delle famiglie e delle imprese non finanziarie
(mld di euro)



Fonte: elab. Servizio Studi Bnl dati Banca d’Italia

Italia: attività finanziarie delle famiglie
(quote %)



Fonte: elab. Servizio Studi Bnl dati Banca d’Italia

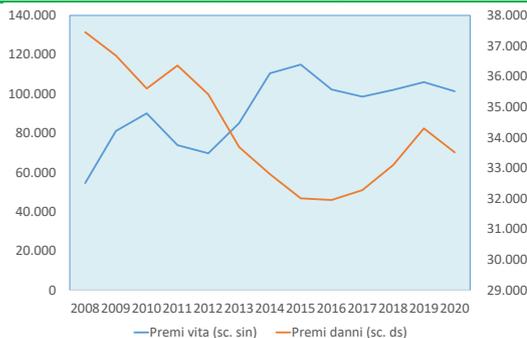
Dal lato delle banche, il livello contenuto dei tassi, prevalente ormai da molti anni e che in prospettiva ancora è atteso permanere per gli anni a venire, ha reso meno profittevole il tradizionale business bancario dell’intermediazione creditizia. Il margine di interesse ha raggiunto livelli molto contenuti incentivando le banche a sostenere il proprio conto economico con altre forme di ricavi. Tra questi la componente commissionale derivante dall’allocazione di prodotti assicurativi e di risparmio gestito figura al centro di tutti i modelli di servizio delle principali banche. L’assicurabilità dei rischi percepiti dai risparmiatori e dalle imprese rappresenta un’importante leva di sviluppo potenziale per il mercato dal momento che: a) il collocamento dei prodotti assicurativi consentirebbe di aumentare i ricavi commissionali, specie nel segmento danni per i quali come visto l’Italia presenta un ampio margine di sviluppo; b) la copertura dei principali rischi percepiti da risparmiatori e imprese ridurrebbe la componente “cautelativa” di liquidità sui conti correnti liberando risorse da allocare in prodotti di risparmio o in investimenti produttivi; c) la sottoscrizione di prodotti finanziari comporterebbe ulteriori ricavi commissionali per le banche così come l’attività di finanziamento di investimenti per le imprese; d) le risorse immesse sul mercato contribuirebbero a sostenere il sistema economico mentre le soluzioni assicurative garantirebbero maggior tranquillità alle famiglie, innalzando il livello di protezione privata a possibili eventi avversi. Per arrivare a questo tuttavia occorre che sia l’industria assicurativa che quella bancaria lavorino per appianare alcune criticità emerse dalle numerose indagini sui consumatori.

Il disallineamento tra i bisogni e le coperture assicurative

Nel 2020, la pandemia ha avuto un impatto notevole anche sul settore assicurativo. La raccolta premi totale (danni e vita) ha raggiunto i 135 mld di euro con una flessione del 3,9% rispetto all'anno precedente per effetto di una dinamica negativa di entrambi i macrocomparti. I premi vita hanno registrato una riduzione del 4,4% fermandosi a 101 mld di euro, mentre il segmento danni ha raccolto 33,5 mld di euro, il 2,9% in meno rispetto all'anno precedente. A condizionare fortemente le dinamiche di mercato sono stati gli effetti della diffusione del Covid-19, basti pensare che nel primo semestre dell'anno i premi del settore vita registravano una flessione del 40% rispetto al 2019 mentre quelli del settore danni evidenziavano una contrazione del 10%. Nella seconda metà dell'anno, successivamente al venir meno del *lockdown*, il mercato ha mostrato notevoli segnali di ripresa, non sufficienti tuttavia a bilanciare la contrazione del primo semestre.

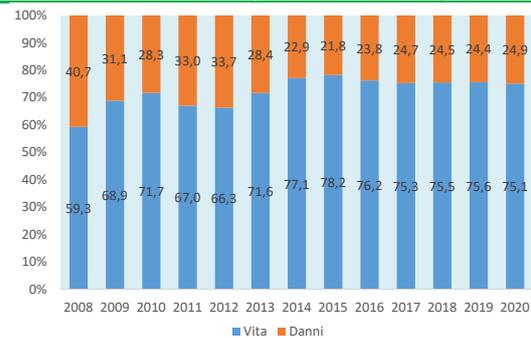
Tra i principali rami danni nel 2020 sul totale dei premi raccolti i primi cinque presentano una quota sul totale complessiva dell'85% ripartita come segue: Rc generale (18%), Infortuni (18%), Altri danni ai beni (17%), Malattia (17%) e Incendio (15%).

Italia: premi assicurativi vita e danni
(mln di euro)



Fonte: elaborazioni Servizio Studi BNL, dati Ania

Italia: premi assicurativi vita e danni
(in % del tot premi assicurativi)



Fonte: elaborazioni Servizio Studi BNL, dati Ania

La recente indagine dell'Ivass sulle "conoscenze e i comportamenti assicurativi degli italiani" ha delineato un quadro interessante della percezione del mondo assicurativo da parte dei risparmiatori. Un punto di riflessione significativo attiene al riscontro di una scarsa comprensibilità dei prodotti per effetto di una certa opacità e della complessità con cui sono strutturate le polizze. Questa rilevazione richiede interventi sia dal lato dell'offerta sia da quello della domanda. Dal lato dell'offerta la pandemia e il complesso meccanismo delle esclusioni dalle coperture di alcune fattispecie hanno creato incertezze circa l'effettivo grado di protezione che le polizze offrono nelle circostanze in cui materialmente si verificano i sinistri. In altre parole gli investitori sentono il bisogno di una maggior trasparenza delle condizioni che non si traduca in un aumento di tecnicismi di difficile compensazione in fase di proposta commerciale o di sottoscrizione.

Parallelamente l'indagine rileva un livello ancora limitato di cultura assicurativa che rende meno agevole per le imprese trovare il giusto compromesso tra semplicità e completezza informativa.

Gli indicatori relativi alla conoscenza di base e quella dei prodotti assicurativi mostrano punteggi piuttosto bassi: in una scala da 0 a 100, la conoscenza di base si attesta su 41 e quella dei prodotti assicurativi si ferma a 20. Accrescere le conoscenze del

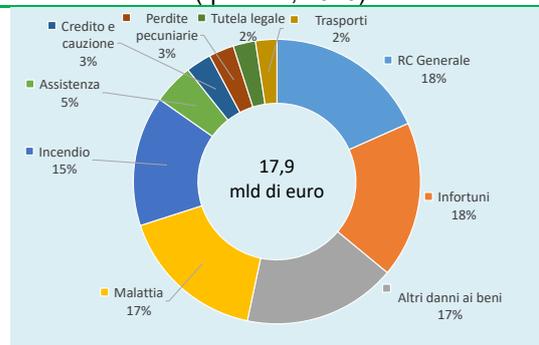
consumatore appare un passaggio indispensabile per favorire la comprensione e non vanificare gli sforzi per rendere più efficace la trasparenza dei contratti.

Le scelte assicurative sembrano collegate anche alla percezione del rischio ed al relativo atteggiamento precauzionale. L'indagine evidenzia come gli individui con maggior avversione al rischio si dichiarino più propensi a stipulare polizze, anche non obbligatorie. Tra le diverse fattispecie di rischio per il presente o il futuro, oltre tre persone su quattro menzionano problemi di salute per malattie o infortuni, seguiti dalla paura di perdere reddito, interamente per la perdita del lavoro o parzialmente per effetto del pensionamento. Altri timori sono costituiti dal non poter provvedere ai figli o alle persone care non autosufficienti.

Assicurazioni danni non auto: premi
(mln di euro; var% a/a)



Assicurazioni danni non auto: premi per ramo
(quota %; 2020)



Fonte: elab. Servizio Studi BNL, dati ANIA e IVASS

Fonte: elab. Servizio Studi BNL, dati ANIA e IVASS

I timori evidenziati tuttavia non sembrano trovare un riscontro nelle scelte assicurative. Nonostante la salute sia la fonte di maggiori preoccupazione per il 77% degli individui, coloro che sottoscrivono una polizza malattia sono solo il 10% del totale degli intervistati, una percentuale che sale per la polizza infortuni al 20%, ma che rimane comunque molto contenuto.

Anche i dati dell'industria segnalano situazioni analoghe per altri potenziali fattori di rischio. Le abitazioni rappresentano ad esempio, per la maggior parte delle famiglie, la forma più rilevante di investimento della ricchezza accumulata durante tutta la vita. In Italia circa l'80% dei nuclei familiari ne possiede una, eppure solo il 48% delle unità abitative è coperto da una polizza assicurativa contro l'incendio. Anche sul fronte delle coperture catastrofali, nonostante quasi l'80% delle abitazioni sia esposto a un rischio significativo di calamità naturali di vario tipo, solo il 4,5% delle stesse viene protetto da una polizza contro questi eventi.

Oltre al rischio pandemico, non vanno trascurati i rischi connessi al cambiamento climatico, che sta comportando un numero crescente di episodi di fenomeni naturali avversi, o quelli derivanti dal sempre più ampio utilizzo della tecnologia (cyber risk).

Diffondere una maggior consapevolezza dei rischi e dell'esistenza di strumenti in grado di attenuarli consentirebbe di orientare il mercato assicurativo verso la soddisfazione di una domanda consapevole e attenta, e non solo indotti dalle politiche di offerta delle compagnie o dei canali di distribuzione dei prodotti. In particolare l'esperienza del Covid-19 ha evidenziato la necessità di sviluppare coperture assicurative a protezione del reddito di famiglie e imprese che possano garantire rapidità di intervento e un primo sostegno ad ampie platee di beneficiari. Il "protection gap", rispetto ad altri paesi

costituisce un fattore di debolezza che accresce la vulnerabilità delle famiglie, crea maggiori incertezze al percorso di sviluppo economico e immobilizza risorse che potrebbero essere utilizzate in modo più proficuo a sostegno della crescita economica.

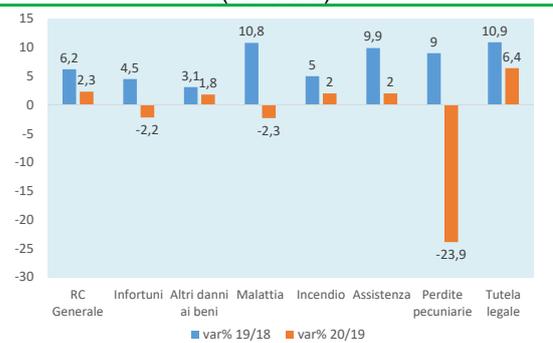
Banche e assicurazioni danni: un nuovo approccio per lo sviluppo del settore

Le tendenze di lungo periodo quali l'invecchiamento della popolazione e i livelli crescenti di spesa pubblica accentuati dagli effetti della pandemia, rafforzano l'idea che in prospettiva la componente pubblica sarà meno generosa sul fronte previdenziale ed assistenziale. Parallelamente la domanda di protezione da parte delle famiglie non ha ancora trovato una risposta nell'offerta assicurativa se non in misura contenuta. Di fatto si è creato un divario tra i bisogni di famiglie e imprese e i prodotti assicurativi tradizionali. Questa distanza crea un interessante spazio di opportunità per gli operatori nel settore della bancassicurazione, che sono tuttavia chiamati a rivedere il proprio modello di servizio per adattarlo al mutato contesto.

Assicurazioni danni non auto: incidenza sul totale ramo danni
(valori %)



Assicurazioni danni non auto: crescita dei premi per ramo di attività
(var% a/a)



Fonte: elab. Servizio Studi BNL, dati ANIA e IVASS

Fonte: elab. Servizio Studi BNL, dati ANIA e IVASS

Si tratta di un cambiamento che potrebbe essere assimilato a quanto già accaduto in passato, quando il nuovo contesto regolamentare aprì agli intermediari la strada per ampliare l'operatività di gestione del risparmio dei clienti attraverso il collocamento di fondi comuni e la trasformazione delle polizze vita in prodotti di investimento a contenuto finanziario. Nel ramo vita la banca ha contribuito in modo rilevante alla crescita dei volumi complessivi del comparto. I dati evidenziano come sia attribuibile al canale bancario e postale una quota di distribuzione dei premi vita superiore al 60%. Con riferimento alle sole banche la Banca d'Italia calcola una quota pari al 35%.

Nel segmento danni la raccolta assicurativa, se si esclude la copertura r.c. auto obbligatoria, appare molto ridotta con un peso sul Pil inferiore all'1% a fronte di valori pari al 2,1% in Francia, al 2,5% in Germania e nell'ordine del 3,5% nel Regno Unito. Il modello di bancassicurazione nel ramo danni si è sviluppato più recentemente rispetto al ramo vita e presenta un peso ancora limitato rispetto agli altri canali, pur avendo raggiunto (compresi gli sportelli postali) il 7,5% dal 2,9% del 2009.

Alcuni operatori negli ultimi anni hanno cercato di intercettare i bisogni dei clienti, offrendo sul mercato delle polizze multirischio "modulari" per delineare soluzioni personalizzate per i clienti partendo tuttavia dalla standardizzazione delle garanzie assicurative e delle condizioni di copertura. Di fatto questi prodotti hanno mostrato una maggiore flessibilità ma sono rimasti legati ad uno schema di offerta tradizionale. Le

banche e le assicurazioni per affrontare questa sfida dovranno lavorare a stretto contatto e rimodulare l'intera proposizione assicurativa introducendo alcuni elementi di novità quali:

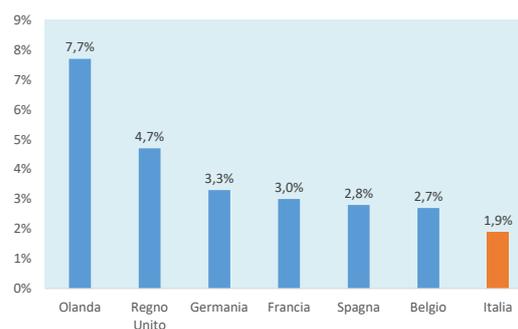
- a) **Analisi dinamica e personalizzata dei bisogni dei clienti.** Nel contesto attuale la ricchezza di dati relativi ai clienti, specie nel caso delle banche, consente di superare i tradizionali schemi di segmentazione patrimoniale e di procedere ad una mappatura dinamica dei bisogni dei clienti secondo criteri comportamentali. La tecnologia e le informazioni disponibili permettono di analizzare il cliente anche da un punto di vista socio-demografico consentendo di anticipare anche le esigenze ancora non percepite. La percezione del bisogno e la sua intensità dipendono anche dallo stile di vita e variano durante lo stesso ciclo di vita del cliente, mentre l'aspetto finanziario e quello patrimoniale potrebbero anche rimanere invariati per tutta la durata della relazione. A questa fase di analisi deve corrispondere la strutturazione di un prodotto *ad hoc* che presenti il bisogno nel modo in cui viene percepito dal cliente. Il contenuto tecnico, le garanzie assicurative, la trasparenza e la semplicità rappresentano il passo successivo.

Comparto vita: tasso di penetrazione assicurativa
(premi in % del Pil; 2019)



Fonte: elab. Servizio Studi Bnl dati Ania

Comparto danni: tasso di penetrazione assicurativa
(premi in % del Pil; 2019)



Fonte: elab. Servizio Studi Bnl dati Ania

- b) **Modello di offerta organizzato non più per funzioni ma per transizioni.** Si tratta di uscire dalla logica del modello bancario verticale per accompagnare il cliente che manifesta un bisogno nel suo viaggio verso la soddisfazione dello stesso attraverso un percorso trasversale che metta a disposizione tutta la gamma di prodotti offerta della banca. Nel far questo occorre che i tempi della banca siano quelli del cliente e non viceversa. Da questo punto di vista le realtà commerciali e dei servizi di pagamento hanno creato nel mercato aspettative di tempi di risoluzione molto contenuti che gli utenti stanno prendendo sempre più a riferimento.
- c) **Ripensamento delle interazioni con la rete fisica.** Nonostante il progressivo ridimensionamento degli organici, per le compagnie assicurative la rete fisica della banca rappresenta uno degli asset principali. Per rendere efficiente il modello di proposizione appare opportuno sviluppare risorse specializzate e dedicate all'assicurazione in grado di rendere più efficace l'azione commerciale in un settore come quello della protezione che presenta notevoli complessità. Nel far ciò la rete rimane un elemento centrale della strategia da affiancare alle opportunità offerte dal digitale e dalla multicanalità che, pur rivoluzionando la



customer experience, non eliminano la necessità e l'importanza della relazione personale e consulenziale con il cliente. La sfida risiede nella capacità di delineare un approccio in grado di integrare la tecnologia all'interno di un modello di servizio basato sulla relazione.

Il presente documento è stato preparato nell'ambito della propria attività di ricerca economica da BNL-Gruppo Bnp Paribas. Le stime e le opinioni espresse sono riferibili al Servizio Studi di BNL-Gruppo BNP Paribas e possono essere soggette a cambiamenti senza preavviso. Le informazioni e le opinioni riportate in questo documento si basano su fonti ritenute affidabili ed in buona fede. Il presente documento è stato divulgato unicamente per fini informativi. Esso non costituisce parte e non può in nessun modo essere considerato come una sollecitazione alla vendita o alla sottoscrizione di strumenti finanziari ovvero come un'offerta di acquisto o di scambio di strumenti finanziari. Esso non ha natura di raccomandazione di investimento. Autorizzazione del Tribunale di Roma n. 159/2002. Le opinioni espresse non impegnano la responsabilità della banca.

Direttore Responsabile: Giovanni Ajassa – giovanni.ajassa@bnlmail.com