

PIU' INFORMAZIONE E CONTRATTI STANDARD PER SVILUPPARE LE ASSICURAZIONI DANNI NON AUTO: COMPAGNIE, BROKERS E RISK MANAGERS A CONFRONTO SUL MERCATO DELLE PMI

Milano, 26 Maggio 2006. Aumentare la cultura del rischio di impresa con la formazione e l'informazione, muoversi verso una maggiore certezza e standardizzazione dei contratti assicurativi danni, puntare sulla specializzazione degli operatori (compagnie assicurative, brokers e risk manager) per fare fronte all'evoluzione dei mercati produttivi e alla globalizzazione.

Sono queste alcune delle indicazioni emerse nell'ambito della tavola rotonda organizzata dalla compagnia assicurativa Ace sull'evoluzione delle piccole e medie imprese (PMI) e le risposte del mercato assicurativo.

Il dibattito, moderato da Umberto Bertelè, presidente business school MIP Politecnico di Milano e a cui sono intervenuti:

- Jeff Moghrabi, Head of Southern European Region di ACE Group e Country Manager Italy
- Stefano Pace, Direttore e agente generale di Milano e Torino delle Assicurazioni Generali
- Enrico Boglione, Presidente di Aiba -Associazione Italiana Brokers di Assicurazione e Riassicurazione e Presidente di Willis Italia S.p.A.
- Roberto Bosco, Presidente ANRA
- Federico Casini, Direttore generale Aon
- Emanuele Cordero di Vonzo, Managing Director Marsh

ha spaziato dall'analisi del mercato assicurativo alle normative europee (es. Basilea 2) alle esigenze di soluzioni integrate per insediamenti all'estero (dai paesi dell'Est Europa alla Cina).

A quest'ultimo riguardo, hanno concordato i relatori, lo spostamento delle attività produttive verso la Cina e l'India è un processo già avviato: il costo orario della manodopera è di 1 euro in India e di 1,5 euro in Cina dove, tanto per dare un'idea delle dimensioni del fenomeno, si produce il 90% dei giocattoli e l'80% delle scarpe sportive del mondo.

Le assicurazioni e i broker italiani devono, quindi, assistere le imprese italiane anche in Cina, un mercato oggi completamente in mano alle compagnie cinesi (la principale ha il 58% dell'intero mercato) con una sparuta presenza delle imprese straniere (tra le quali ACE e Generali, che pesano per meno dell'1% del totale).

Ma anche restando all'interno dei confini nazionali il mercato assicurativo danni delle aziende in Italia si presenta poco sviluppato.

Le imprese considerano l'assicurazione solo come un costo (quindi da comprimere il più possibile) e non hanno percezione dei rischi a cui è sottoposta l'attività di impresa. Da una ricerca di Union Camere risulta, ad esempio, che il 50% delle PMI ha rapporti di collaborazione con altre aziende (generalmente PMI anch'esse) per le attività di produzione e distribuzione e prodotti. Ciò vuol dire che un'analisi completa dei rischi aziendali deve includere anche i rischi dipendenti dalle imprese collegate: un'azienda può subire, ad esempio, un fermo di produzione a causa di eventi che colpiscono un fornitore. Secondo una survey condotta su 120 imprenditori di piccole e medie dimensioni, il 54% di questi è convinto che un danno importante non abbia alcun impatto sui conti della società.

L'analisi dei rischi è, al momento, un bisogno ancora poco avvertito dalle PMI: solo il 4% di queste, ad esempio, ha un risk manager interno. C'è quindi molto spazio per i consulenti esterni e anche per le associazioni di categoria. Ad oggi, però, l'associazione industriali di Vicenza è l'unica che ha uno sportello di risk management per le imprese. Non è un caso che questo avvenga in una regione che ha subito diverse catastrofi naturali e dove, quindi, la necessità di copertura da questi danni è più avvertita. Quando, invece, si è verificato l'alluvione in Piemonte che ha causato danni per circa 5 miliardi di euro: la parte assicurata era solo il 10% (in altre realtà, come gli Usa, la percentuale sarebbe stata nell'ordine del 30-40%).

All'attuale scarsa conoscenza dei rischi aziendali, hanno concordato gli intervenuti, si può rispondere con investimenti in formazione attraverso corsi universitari e post universitari ad hoc ma è estremamente importante iniziare a fare vera informazione sia degli aspetti tecnico-ingegneristici che bancario-finanziari per far comprendere un concetto molto semplice: quanto poco tempo occorra perché un "evento non controllato" possa mandare in fumo un intero stabilimento produttivo o piegare finanziariamente un azienda.

Tra i limiti allo sviluppo del mercato assicurativo danni non auto, infine, sono stati ricordati anche i canali distribuitivi utilizzati: spesso le reti agenziali vincolano ancora i clienti PMI con prodotti di

durata decennale lasciando così poco spazio all'evoluzione del contratto assicurativo che deve invece evolversi in parallelo con il “ rischio” di anno in anno. Il problema di un'impresa di piccole dimensioni, in realtà, è che si trova a dovere affrontare le stesse sfide delle grandi imprese senza avere le strutture adeguate: in questo caso diventa importante il ruolo del consulente assicurativo interno (Risk Manager) o esterno (Broker).

“Il mercato assicurativo italiano vita e auto”, ha dichiarato Jeff Moghrabi, country manager di ACE “è maturo ma quello dei danni non auto è ancora poco sviluppato: in Italia il volume dei premi pesa appena l'1% del PIL contro valori decisamente superiori di altri paesi europei. Non è accettabile che il mercato italiano assicurativo dei danni cresca solo del 3% all'anno. In realtà, spesso le aziende italiane sono male assicurate in Italia e ancora peggio all'estero. Occorre una maggiore certezza contrattuale e una standardizzazione dei contratti che vada a vantaggio della trasparenza delle condizioni copertura e della semplificazione in fase di liquidazione dei danni e che sia di supporto ai brokers per fare al meglio il loro lavoro. Occorre dedicare più tempo alla consulenza e meno alla mera attività di intermediazione. Ciò vuol dire che le imprese assicurative devono puntare sulla professionalità e sulla specializzazione. I mercati cambiano e si evolvono e anche nel nostro settore non si può più essere dei generalisti: le imprese assicurative devono imparare a scegliere in quale settore operare e farlo al meglio. ACE, ad esempio, ha fatto delle scelte precise puntando sul comparto aziende, sulla riassicurazione a livello catastrofale e nell'Affinity Group attraverso banche e grande distribuzione.”

Per maggiori informazioni:

Manuela Castellaneta
Media Contact
manuela.castellaneta@ace-ina.com