

## Mercato soft: istruzioni per l'uso

( A cura di BLUE Underwriting Agency Srl

Tutti gli operatori del nostro mercato si sono trovati ad affrontare uno dei 31/12 più difficili da molti anni a questa parte. Il soft market non è ovviamente una scoperta di questi mesi, stiamo assistendo a una costante erosione del livello dei premi da molto tempo, ma probabilmente quanto è avvenuto a fine anno non ha davvero precedenti.

La grave e, soprattutto, lunga crisi economica ha messo in difficoltà molte imprese e gran parte delle famiglie, ha drammaticamente abbassato il potere di acquisto e la possibilità di spesa. L'inevitabile conseguenza è stata una disperata e incessante richiesta di abbassare i premi, di scontare i rinnovi, di accettare prodotti poco confacenti alle proprie necessità arrivando persino alla richiesta di cancellare coperture.

Questo impoverimento, non specifico del nostro settore, che a oggi sembra inarrestabile ha impattato non solo le Compagnie, che hanno visto scendere drammaticamente la marginalità, ma anche gli Intermediari che vivono di proporzioni percentuali (le gestioni a fees hanno subito, se possibile, un impatto addirittura maggiore) e in ultima battuta i Clienti, che hanno provocato una guerra commerciale senza precedenti, ma che alla fine hanno dovuto spesso accontentarsi di un risultato tecnico modesto e poco lungimirante.

La "nuova" crisi di redditività del settore

RCA ha portato alla prepotente e inevitabile riproposizione, sul mercato dei rami elementari, delle Compagnie generaliste più importanti. Oltre a questo ritorno anche la proliferazione di nuovi assicuratori che hanno iniziato a operare sul mercato, spesso rappresentati nelle maniere più originali e singhiozzanti sul territorio del nostro paese, ha contribuito a rendere sempre più drammatica la concorrenza che ha nel "ribasso" l'*atout* più forte e indiscusso.

Un mercato che prevede un maggior numero di *competitors* sembrerebbe essere ideale dal punto di vista liberistico, in quanto più foriero di opportunità, ma sappiamo tutti non essere così.

Su un mercato florido, sia nell'offerta che nella domanda, la concorrenza è stimolo, ma su un mercato a livello di sopravvivenza come il nostro in questo momento, questo processo diviene, come detto, uno scontro che massacrà la quantità, ma soprattutto la qualità.

La maggior parte delle Compagnie, dopo aver tagliato personale, diminuito le commissioni, accettato compromessi tecnici, sta riducendo in maniera drastica gli accessi diretti a cui non è più in grado di far fronte. I ritardi, le lentezze, le risposte approssimative sono davanti agli occhi di tutti.

La panacea di tutti i mali appare allora l'informatica, l'automazione, il WEB. La tecnologia – sia ben inteso – non è certo

un nemico, ma non può né deve in alcun modo limitare la professionalità degli esperti dell'intermediazione. Il broker non può diventare un puro "distributore" di coperture predefinite, soprattutto nei segmenti in cui è più necessaria la sua competenza, quelli più tecnici e specifici, in cui ogni Cliente è diverso dall'altro.

La contrazione del numero di relazioni dirette tra assicuratori e intermediari è un dato di fatto ormai consolidato, è presente tra gli obiettivi di qualsiasi direttore commerciale di Compagnia. Le agenzie vengono accorpate, fuse, consolidate e i mandati dei broker disdettati o trasformati ricollocandoli su piattaforme, uti-

lissime quando si tratta di prodotti effettivamente standard, ma frustranti per la professionalità e troppo uniformanti quando si tratta di coperture che, per definizione, hanno bisogno di un approccio specifico.

Le aziende che nell'industria, nei servizi e nel terziario in genere hanno resistito a questi dieci anni terribili, sono ancora fragili e convalescenti. Hanno cambiato completamente il loro modo di lavorare, hanno approcciato mercati diversi e sconosciuti, si sono dovute adeguare a norme complesse, frutto di una globalizzazione commerciale e formale.

Questi "eroi" vanno supportati, non solo in termini di premio ma anche e soprattutto in qualità di quanto sottoscrivono per tutelare la propria attività. Non è più tempo di auto-assicurazione, nessuno se la può davvero permettere. Un fatto avverso, uno solo, può compromettere l'intero progetto, l'esistenza della vita

stessa dell'Azienda.

L'esempio della D&O, a tale proposito, è chiave. E' una copertura ancora poco diffusa e impropriamente relegata al livello di prodotto corollario e standard. Mai come oggi, se ben sottoscritta nella forma e nella portata, se ben adeguata alle specifiche esigenze dell'Assicurato, se ben modellata, è divenuta necessaria e utile.

Solo dieci anni fa le normative e le caratteristiche tecniche della produzione industriale rendevano assolutamente prioritarie le coperture dirette e la RCT/O mentre i rischi di gestione, costanti nel tempo e soggetti a poche variabili, erano residuali.

Oggi, invece, le stringenti regole sulla sicurezza e sulle costruzioni e i nuovi materiali hanno ridotto quelli che una volta erano i rischi principali per far esplodere, al contrario, i rischi operativi, le necessità che ogni amministratore,



ogni figura apicale, ha in capo per cercare di far quadrare i conti a fine anno. Scelte, a volte, necessariamente coraggiose che se mal interpretate o valutate rischiano di causare danni seri all'azienda stessa.

I nostri Clienti, le aziende del terzo millennio, quelli che sono riusciti a crescere o comunque a resistere all'ondata della globalizzazione hanno necessità di una consulenza ad alto livello. Un vero e proprio Risk Management che riesca a supportarli in questo delicato percorso. Tante sono infatti le nuove esigenze, le necessità. Quella appena accennata ne è solo un esempio ma sono diverse le più recenti frontiere del rischio e dell'esposizione.

Pensiamo al cyber. Abbiamo appena parlato di piattaforme e di tecnologia, riflettiamo sulle conseguenze devastanti che possono avere un attacco *hacker*, un *ransomware*, a seguito del quale viene chiesto un riscatto per riavere indietro i propri file, che spesso risultano comunque corrotti, o ancora un crash informatico che metta in ginocchio un'azienda "globale", che ne rovini la reputazione, che la blocchi anche solo per qualche giorno.

Consideriamo anche i costi delle consulenze legali che vanno necessariamente sostenuti a seguito di contenziosi per violazione di norme o regolamentazioni che, abbiamo visto, sono sempre più stringenti.

Riflettiamo sulle responsabilità intellet-

tuali, al ruolo sempre più esposto del professionista che presta la sua "mente", la sua competenza. Pensiamo a quanto spesso si sovrapponga con le responsabilità più accettate e tradizionali, legate al prodotto.

Solo alcune Compagnie hanno avuto il coraggio e la lungimiranza di voler offrire al mercato punti di riferimento che supportino i broker in questo tipo di consulenza ad alto livello.

AIG, la compagnia che più di ogni altra ha saputo, da sempre, anticipare le tendenze giurisprudenziali e i nuovi ambiti che necessitavano di copertura, nel 2012 ha creato BLUE Underwriting, la MGA specializzata in questi settori, proprio per dare la possibilità a tutti i broker - che ne costituiscono il canale distributivo preferenziale - di proporre le risposte di cui i Clienti hanno necessità.

Una realtà autonoma che permette al broker di continuare a svolgere il proprio compito e dovere deontologico senza frustrazioni o difficoltà, prestando ascolto e fornendo risposte, creando insieme, nel massimo rispetto dei ruoli, la copertura più consona e aderente alle necessità del comune Cliente.

Gli underwriter di BLUE sono persone, non macchine. Professionisti che si confrontano quotidianamente sul mercato e che sanno trovare e proporre soluzioni ad hoc anche per i professionisti o le imprese che svolgano attività centrali o collaterali non riconducibili a standard.

BLUE non può né vuole relazionarsi con i clienti finali o avvalersi di collaboratori iscritti in sezione E del RUI e non si pone pertanto in nessuna maniera come competitor dei suoi oltre quattrocento principali alleati, ovvero agenti e broker con i quali collabora quotidianamente. Camilla Bassi e il BLUE Team vi aspettano nella sede della Società, in Via San Vittore, per illustrarvi, nello specifico, tutte le possibilità e gli ambiti di azione della struttura.