



Forum Bancassicurazione 2022
Apertura dei lavori

Gianfranco Torriero - Vice Direttore Generale ABI

28 Settembre 2022

1

Principali trend di mercato

2

Il cliente tra protezione, digitalizzazione ed ESG

3

Il contesto normativo: le principali evoluzioni

① Principali trend di mercato

Principali trend di mercato

Vita

- **Nel 2021 il comparto bancassicurativo**, in crescita rispetto al 2020, **ha consolidato la propria rilevanza** sia in ambito **Vita** che **Danni**, **ma 2022....**
- **La raccolta premi Vita**, pari a **123 miliardi** di euro **nel 2021**, ha registrato un **incremento** di circa **10 miliardi** rispetto al 2020 (+8% YoY), trainato da una **crescita rilevante** del comparto **unit linked**. **Nei primi mesi 2022 contrazione a seguito instabilità mercati finanziari.**
- **Filiali e consulenti finanziari abilitati all'offerta fuori sede rimangono il principale canale distributivo** con **~75% dei premi**, seguiti dagli Agenti (~15% dei premi) e dal business sottoscritto direttamente dagli operatori (10%)

Danni

- Il comparto **Danni**, pari a **39 miliardi** di euro **nel 2021**, ha registrato una **crescita** (+3%), trainata dal **comparto Non Motor, che prosegue all'inizio del 2022.**
- Il canale Bancassurance **conferma** nel 2021 una **posizione rilevante** (8% del totale business Danni, quota raddoppiata dal 2013 al 2021)

② Il cliente: alcuni fenomeni che orientano le scelte future



PROTEZIONE E RISPARMIO

Almeno tre obiettivi



DIGITALIZZAZIONE

Domanda e offerta



SOSTENIBILITÀ

Percezione e normativa

② Il cliente: il risparmio e gli investimenti incorporano un bisogno di protezione



Il principale driver di risparmio/investimento è rappresentato dal bisogno di riuscire a fronteggiare i **rischi futuri**, soprattutto da parte dei Baby Boomers.

Driver di investimento

		Generazione Y 18-34	Generazione X 35-44	Baby Boomers 45-64	Senior 65-74
Accumulare un capitale come riserva di sicurezza per il futuro	61	44	69	72	37
Mettere soldi da parte in caso di emergenze, imprevisti	31	49	21	29	34
... pensione integrativa per mio benessere quando andrò in pensione	20	26	17	17	27
Per avere rendimenti-guadagni per migliorare mio tenore di vita	12	24	18	8	2
Per garantire possibilità di studiare miei figli /nipoti (università, ...)	12	5	15	16	5
Per acquistare la casa	9	25	11	3	3
Proteggere il capitale perdita di valore aumento prezzi nel tempo (inflazione)	7	14	4	6	7
Per fare acquisti (auto, casa)/risorse per tempo libero/vacanze/ ...	6	14	9	2	2
Saldare i debiti (es. mutui, finanziamenti, ecc.)	4	6	1	6	-
<i>Non ho motivazioni precise per risparmiare/investire</i>	2	1	5	-	4

Legenda colori: sopra media (azzurro) e sotto media (grigio), stat. significativa

Base: Investitori

36a. Ci sono molti motivi per cui le persone risparmiano ed investono il proprio denaro. Quali sono gli obiettivi per cui lei risparmia o investe? (più risposte)

② Il cliente: quasi 1 investitore su 3 ha preferito investimenti collegati a polizze nel 2021. Comportamenti agiti



Tipologia di investimenti effettuati negli ultimi 12 mesi

		Generazione Y 18-34	Generazione X 35-44	Baby Boomers 45-64	Senior 65-74
Almeno uno (Net)	78	73	81	78	79
investimenti collegati a polizze assicurative per proteggermi da imprevisti	31	23	34	34	27
Solo investimenti di breve periodo (1-2 anni)	25	25	22	21	40
investimenti di medio - lungo periodo (dai 3 anni fino ad oltre 10 anni)	18	25	18	18	11
ho sottoscritto un piano di accumulo	13	9	21	13	3
ho comprato titoli di stato	4	2	4	3	8
investimenti 'sostenibili'/socialmente responsabili/ ESG	3	6	2	2	2
altro	2	3	3	1	2
Non ho fatto nulla	22	27	20	22	21

Base: Investitori

In questo ultimo anno lei in particolare cosa ha fatto nell'ambito dei suoi investimenti? Ha fatto qualcosa?

Legenda colori: sopra media (azzurro) e sotto media (grigio), stat. significativa

2

Il cliente: i più giovani (*generazione Y*) guardano con interesse a forme di risparmio a lungo termine che incorporino una protezione (nel breve/tempestiva)



Propensione a fare investimenti di medio lungo periodo

La propensione ad investire nel lungo periodo è più alta tra i giovani, più interessati ad una protezione per spese impreviste future

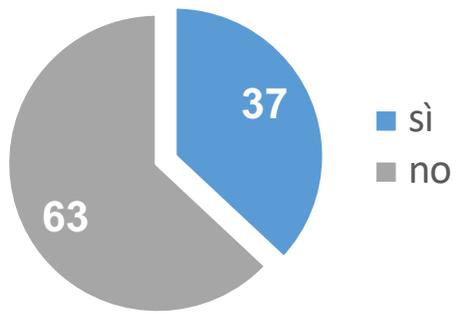
32% (25%+ 7%)

Hanno fatto o pensano di fare solo investimenti di breve periodo e/o pensano di lasciare fermo tutto in liquidità

(Oltre alla fiscalità di vantaggio)

Ma.....

Pensando ai suoi investimenti futuri, sarebbe disposto a **tenere investita una parte di patrimonio** senza poterla riscattare né movimentare per **10 anni** in cambio di una **protezione** per spese impreviste che deve sostenere?



	Generazione Y 18-34	Generazione X 35-44	Baby Boomers 45-64	Senior 65-74
Tot	37	38	34	34
sì	44	38	34	34
no	56	62	66	67

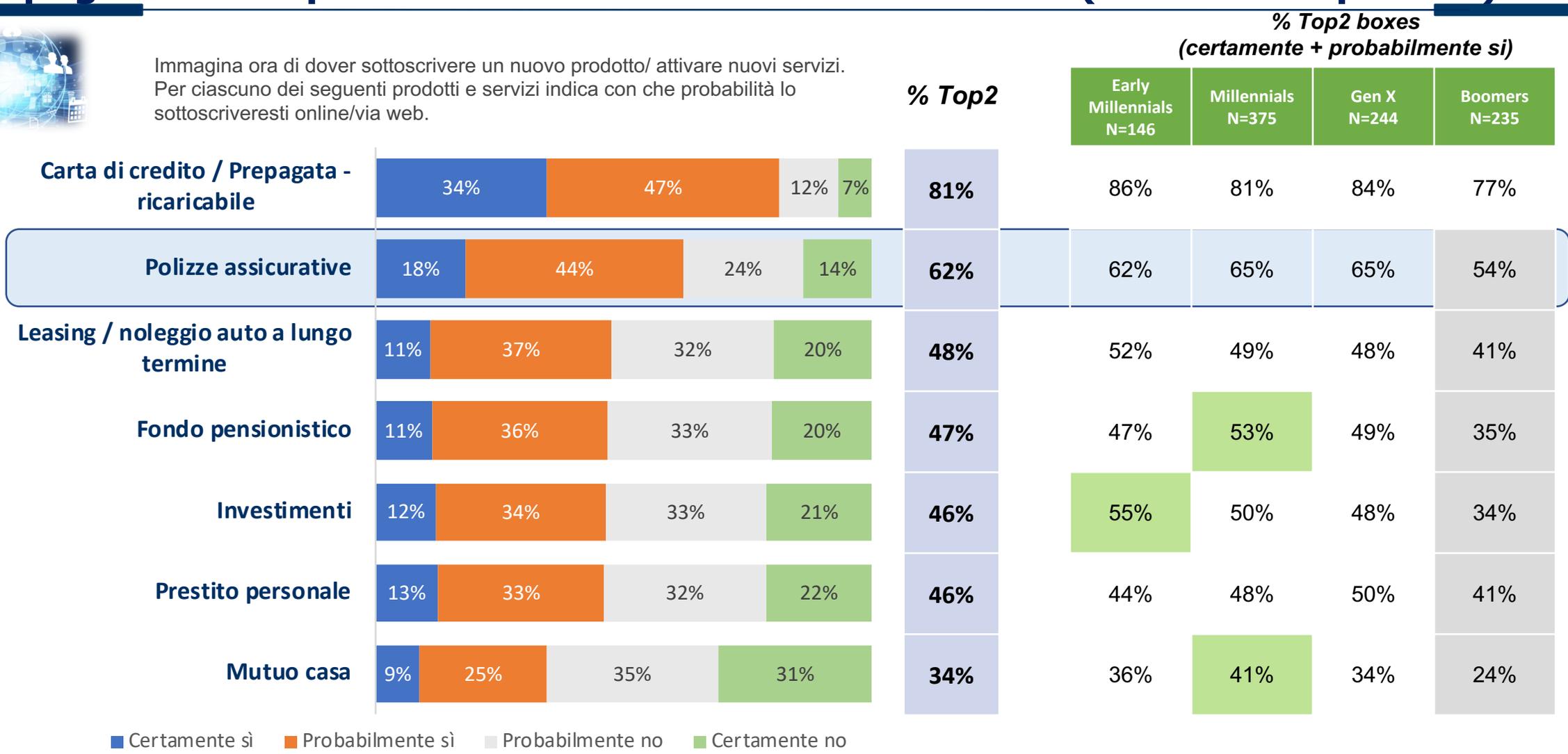
Q39bis Pensando ai suoi investimenti futuri, sarebbe disposto a tenere investita una parte di patrimonio senza poterla riscattare né movimentare per 10 anni in cambio di una protezione per spese impreviste che deve sostenere?

2

Il cliente: propensione all'acquisto online presso chi usa il digital banking: carte di pagamento e polizze assicurative in cima alla lista (ruolo micropolizze)



Immagina ora di dover sottoscrivere un nuovo prodotto/ attivare nuovi servizi. Per ciascuno dei seguenti prodotti e servizi indica con che probabilità lo sottoscriveresti online/via web.



■ Certamente sì ■ Probabilmente sì ■ Probabilmente no ■ Certamente no

Semplicità e trasparenza

↑ ↓ Differenza stat. Significativa al 95% vs Totale

Base: totale campione (1000)

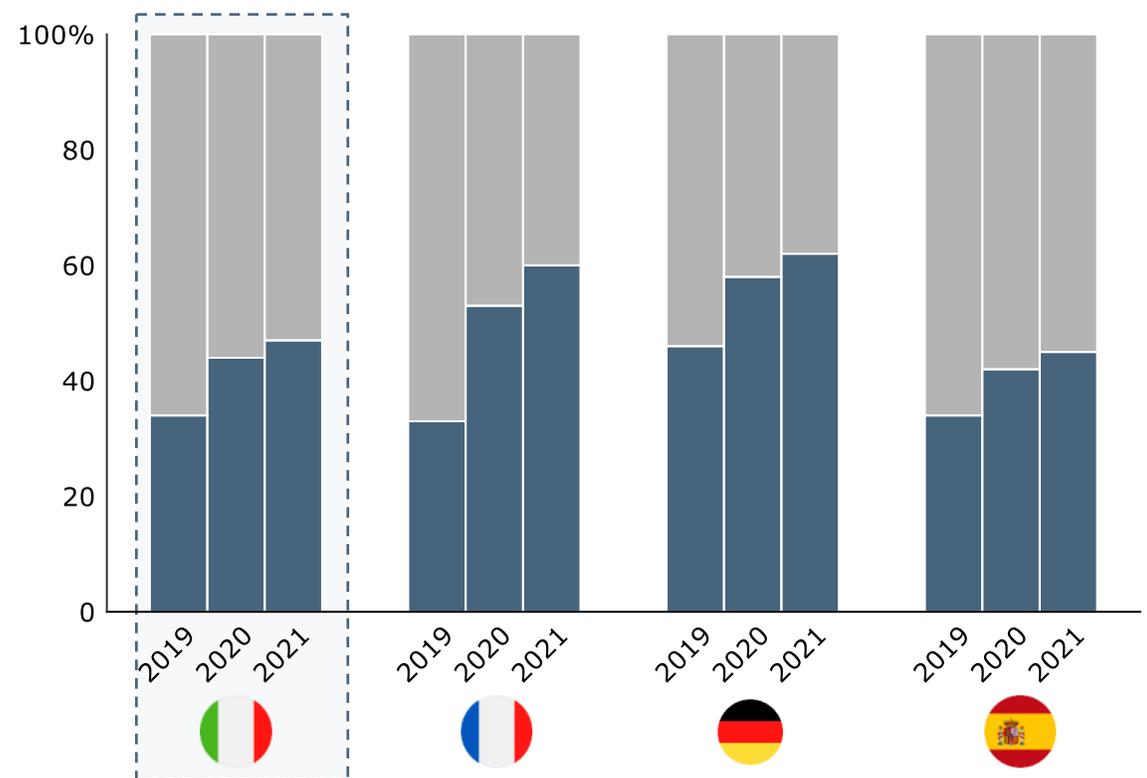
Fonte: Osservatorio Digital Banking 2022 ABI Lab in collaborazione con BVA DOXA - Analisi sul cliente - Edizione 2022- INDAGINE ONLINE Popolazione italiana 18-74 anni con accesso ad internet, avente rapporti in essere con almeno una banca e che effettua operazioni (anche solo consultative) di digital banking.

2 Il cliente: penetrazione digitale crescente ma esperienze erogate con opportunità di miglioramento



Clienti attivi digitalmente (% su totale)

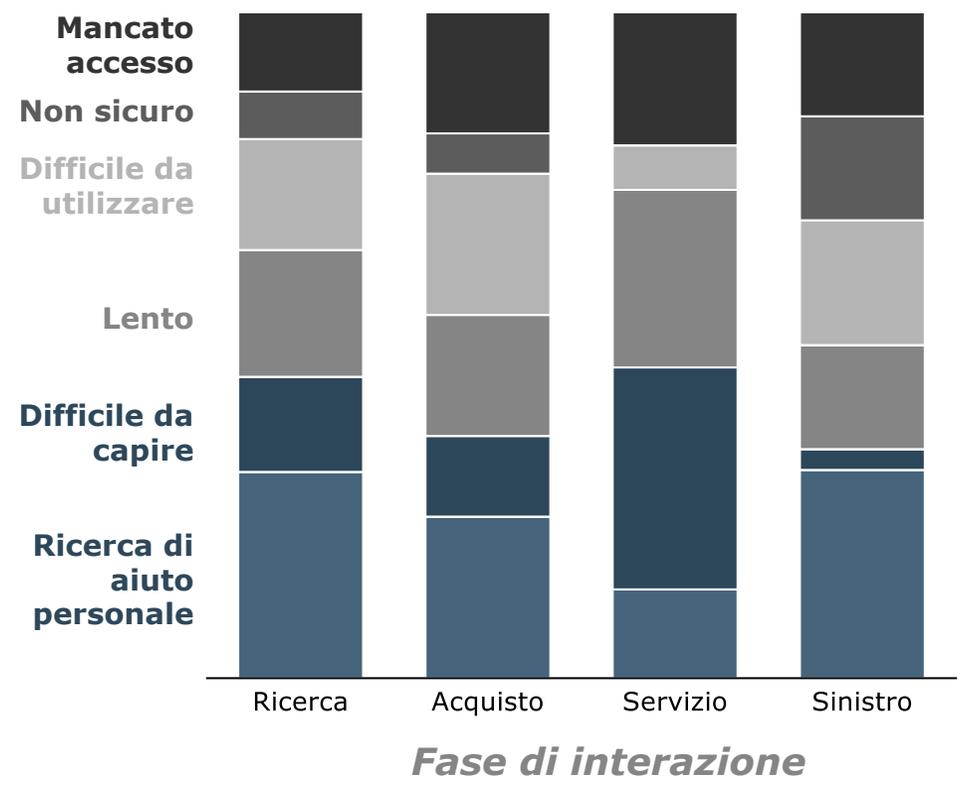
■ Non attivi digitalmente ■ Attivi digitalmente



La percentuale media di clienti attivi digitalmente è aumentata dal ~40% al ~55% tra 2019 e 2021

Problemi riscontrati dai clienti che interagiscono digitalmente (**effettivi e percepiti**)

🇮🇹 Focus Italia (segmento Danni)

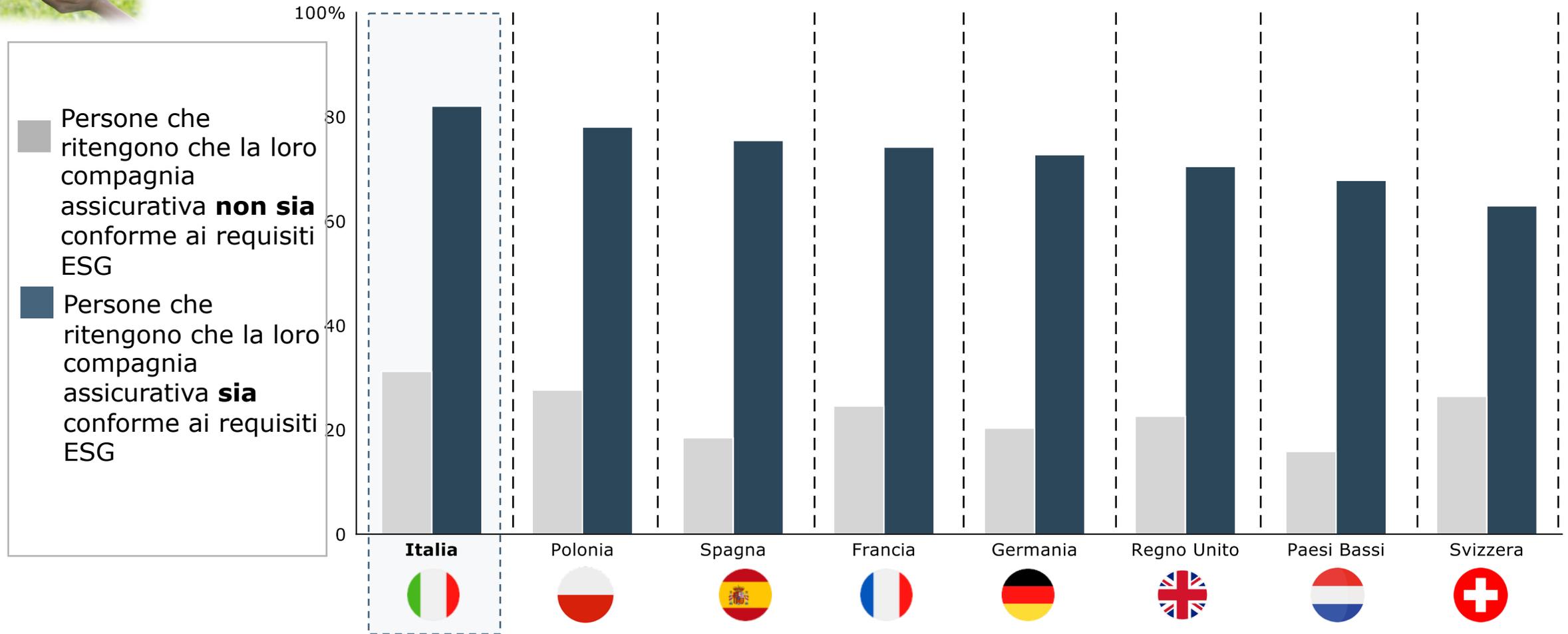


Fonte: Analisi Bain Customer Insurance Trends, 2019, 2020, 2021
 Interviste online svolte a livello global con metodologia CAWI. Campione Italia n 2500 casi

② Il cliente: temi ESG sempre più rilevanti per clienti di assicurazioni



Clienti propensi a fare il prossimo acquisto dalla stessa Compagnia assicurativa



② Il cliente: temi ESG sempre più rilevanti anche per i bancarizzati evoluti

Giugno 2022 - BANCARIZZATI EVOLUTI

Azioni in cui la Banca si potrebbe attivare per essere più sostenibile



Valori %. Scala da 3 a 8

■ voto 8 ■ voto 7+8

Sviluppo di **prodotti di risparmio e investimento**
costruiti tenendo **conto dei criteri ESG**

21

49

I *prodotti di investimento ESG* registrano percentuali di interesse significative

Per memoria. Altre indicazioni

- ***Sostegno al territorio***
- ***Misure per clienti meno digitali***
- ***Sociale***

Su quali delle seguenti azioni lei ritiene che la sua **banca dovrebbe attivarsi** per essere più **sostenibile**, ossia attenta agli cosiddetti aspetti ESG (ambientali, sociali, di governo dell'impresa)?
Per ciascun aspetto, indichi le sue preferenze/**interesse** con una scala da 3 a 8 - Base: Totale campione

③ Evoluzioni normative in tema di finanza sostenibile (almeno 19 fonti normative)

IDD e preferenze di sostenibilità

Il 2 agosto 2022 sono entrate in vigore le nuove previsioni MiFID II e IDD che introducono l'obbligo per gli intermediari di raccogliere **le preferenze di sostenibilità dei clienti** e di integrarle nella valutazione di adeguatezza.

L'ESMA e l'EIOPA hanno avviato due distinte consultazioni volte a declinare le modalità operative con le quali dovrebbero essere implementati i nuovi obblighi.

Il 23 settembre u.s. sono stati pubblicati i nuovi Orientamenti ESMA sui requisiti di adeguatezza MiFID II che inglobano le preferenze di sostenibilità. E' previsto **un delay di applicazione di 6 mesi dalla futura pubblicazione della traduzione ufficiale** nelle diverse lingue nazionali.

SFDR

Il 25 luglio scorso sono state pubblicate le norme tecniche di regolamentazione (**RTS**) del Regolamento sulla trasparenza in materia di sostenibilità dei servizi finanziari (c.d. SFDR). L'applicazione degli RTS decorre dal 1° gennaio 2023.

Da tale data si **applicano le nuove norme di dettaglio che prevedono anche informazioni quantitative sugli obiettivi di investimento dei prodotti finanziari (ivi inclusi i prodotti di investimento assicurativi)** e nella **dichiarazione sulla considerazione dei principali effetti negativi delle decisioni di investimento sui fattori di sostenibilità** dovuta dai partecipanti ai mercati finanziari (tra i quali rientrano le imprese di assicurazione).

Le sfide per gli operatori del comparto

- Nei prossimi anni, gli operatori dovranno **navigare scenari di incertezza e affrontare nuove sfide:**
 - **Rafforzare** ulteriormente il servizio di **consulenza assicurativa**, continuando ad approfondire i **bisogni della clientela**
 - Evolvere **prodotti e servizi**, mettendo a punto soluzioni in grado di **proteggere** i clienti in **scenari di mercato incerti**
 - Evolvere i **modelli di interazione e servizio al cliente**, coniugando la **rapidità del digitale** con la **personalizzazione del canale fisico**
 - Mettere a punto **soluzioni e iniziative** che abbiano un **impatto positivo** sulla protezione dell'**ambiente** e della **collettività**

Il **Forum Bancassicurazione** ha l'**obiettivo** di **fornire spunti per riflettere** sull'**evoluzione** del ruolo che il **mondo bancario** ha nello sviluppo del business e della **cultura assicurativa nel Paese**

Questa edizione vuole focalizzarsi sulle **leve** da mettere in atto per:

- **Proteggere efficacemente cittadini e imprese** in uno **scenario di mercato complesso**, focalizzandosi sui **veri bisogni assicurativi**
- Contribuire alla **protezione** e al **benessere** dell'**ambiente** e della **collettività**

INFLAZIONE