



la TARIFFA  
quali sono le  
nuove sfide

Daniela D'Andrea  
CEO Swiss Re Italy

We're smarter together

## Persistere di tassi di interesse bassi: The new Normal

- L'impatto che uno scenario di bassi tassi di interesse ha sulle compagnie di assicurazione è il risultato di tre fattori combinati:
  - tassi di interesse garantiti offerti nei contratti di assicurazione,
  - rendimenti di mercato
  - disallineamento di duration fra attivi e passivi (duration gap)

Normativa Solvency II suggerisce di offrire ritorni garantiti più bassi ai nuovi contratti per ridurre i rischi di insolvenza e, in casi estremi, di rinegoziare i termini dei contratti attuali. Oppure ricondurre tutto o buona parte del rischio investimento in capo all'assicurato.

**Rischio:** *Necessità per alcune compagnie di remunerare gli azionisti tramite dividendi e buybacks, per aumentare i ritorni a breve, può alla lunga allontanare i capitali dai reinvestimenti in attività più produttive. Ciò in particolare può danneggiare la crescita dell'innovazione e della produttività.*

# Innovazione tecnologica: the new normal

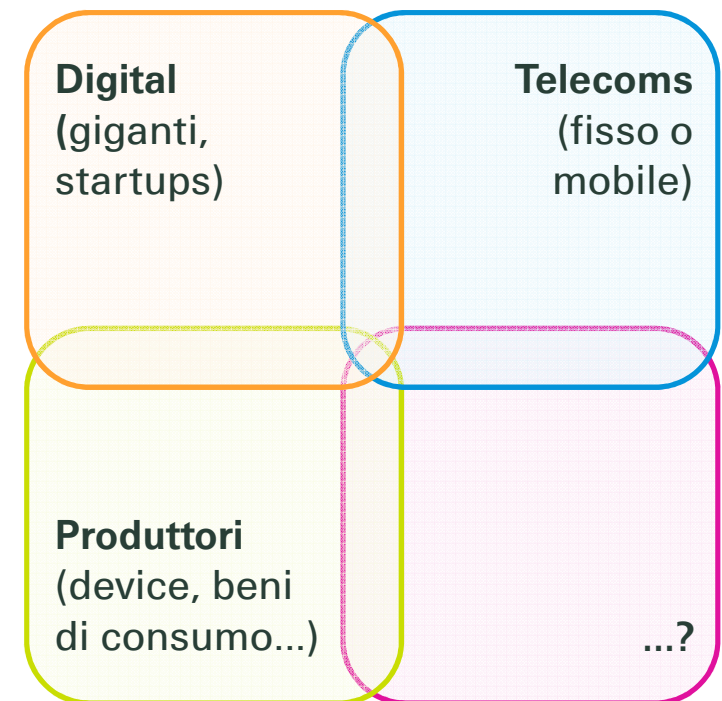
L'impatto della tecnologia sarà diverso per ciascuna linea di business

## Esempio Telematics: implicazioni per LoB

- Motor**
  - Sostituzione di stime di frequenza sinistri con dati **oggettivi/diretti** su stile di guida e utilizzo veicolo
- Property**
  - Componente **servizi** più ricca; possibile diversa **distribuzione**
  - Analisi e gestione rischi da **remoto**
- Life & Health**
  - **Selezione** di rischi; orientamento dei **comportamenti** "consoci"
  - Controllo/gestione digitale dei **costi**



## Partner tecnologici prioritari per ideare e realizzare soluzioni nuove



# Ad esempio, nel mondo Ageing e Longevity...

Settembre 2016  
G7 Health Ministers

WORLD ECONOMIC FORUM  
COMMITTED TO IMPROVING THE STATE OF THE WORLD

Global Agenda Council on Ageing

**Technological Innovations for Health and Wealth for an Ageing Global Population**



Allianz PARTNERS HEALTHCARE Swiss Re Vitality

## Technology focus area

1. Social connectivity, emotional health
2. Cognitive ability
3. Physical ability

## Impact on healthy ageing

- Sense of purpose, meaning in life, emotional contact
- Anxiety, depression; alcohol intake, nutrition, medication adherence
- Mobility, musculoskeletal disorders, dementia, cognitive decline

## 2 leve di business molto concrete



- **Acquisizione** di nuovi segmenti; proposizioni personalizzate e più ricche; cross-selling e VAS
- **Fidelizzazione**: riduzione abbandono; relazioni meno transazionali; più/nuovi punti di contatto



- **Selezione** clienti e **profili** di rischio: minore frequenza, migliori comportamenti
- **Sinistri**: notifica migliore/ più veloce; prevenzione frodi; servizi canalizzati a reti partner

### Possibili rischi da mitigare

#### Offerta

- Costi aggiuntivi per usare la tecnologia
- Complessità gestione dati nei legacy

#### Domanda

- Potenziale complessità di opzioni/servizi
- Dubbi sulla privacy nell'utilizzo dei dati

## 2 leve di business molto concrete

Aumentare  
i ricavi

- **Acquisizione** di nuovi segmenti; proposizioni personalizzate e più ricche; cross-selling e VAS
- **Fidelizzazione**: riduzione abbandono; relazioni meno transazionali; più/nuovi punti di contatto

Ridurre  
i costi

- **Selezione clienti e profili di rischio**: minore frequenza, migliori comportamenti
- **Sinistri**: notifica migliore/ più veloce; prevenzione frodi; servizi canalizzati a reti partner



## Targeting coi social media: per acquisizione clienti...

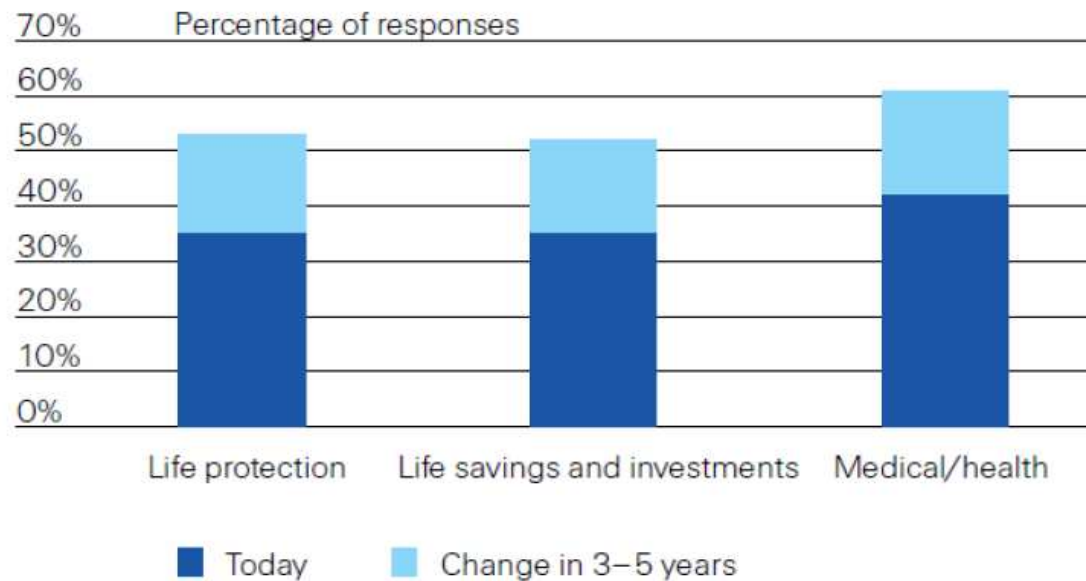






## Automation in underwriting is a growing trend that will be pushed to new frontiers by cognitive technologies and digital data

Percent of insurers who can auto-underwrite life and health products  
*Survey question: What share of your business can you auto-underwrite?*



Source: *Global Digital Insurance Benchmarking Report 2015*, Bain & Company, 2015.

## 2 leve di business molto concrete

Aumentare  
i ricavi

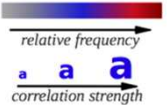
- **Acquisizione** di nuovi segmenti; proposizioni personalizzate e più ricche; cross-selling e VAS
- **Fidelizzazione**: riduzione abbandono; relazioni meno transazionali; più/nuovi punti di contatto

Ridurre  
i costi

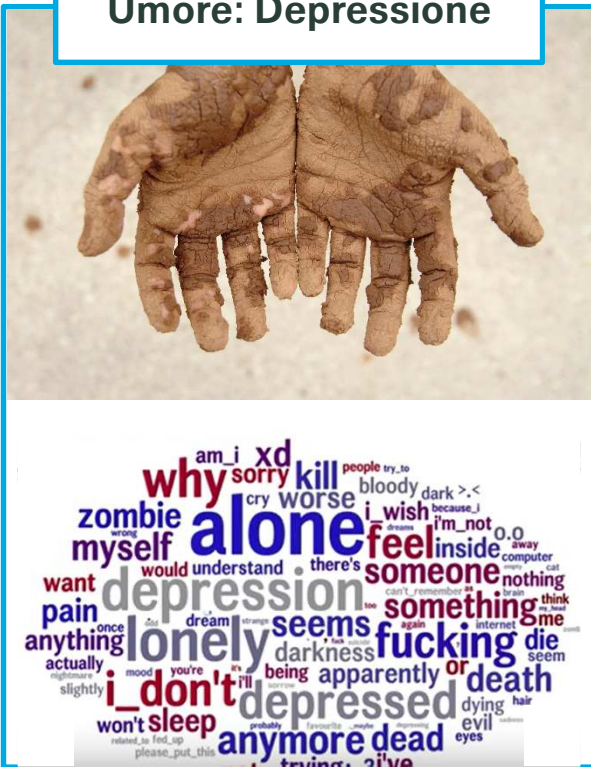
- **Selezione** clienti e **profili** di rischio: minore frequenza, migliori comportamenti
- **Sinistri**: notifica migliore/ più veloce; prevenzione frodi; servizi canalizzati a reti partner



# Targeting coi social media: per acquisizione clienti... o per pricing?



Umore: Depressione



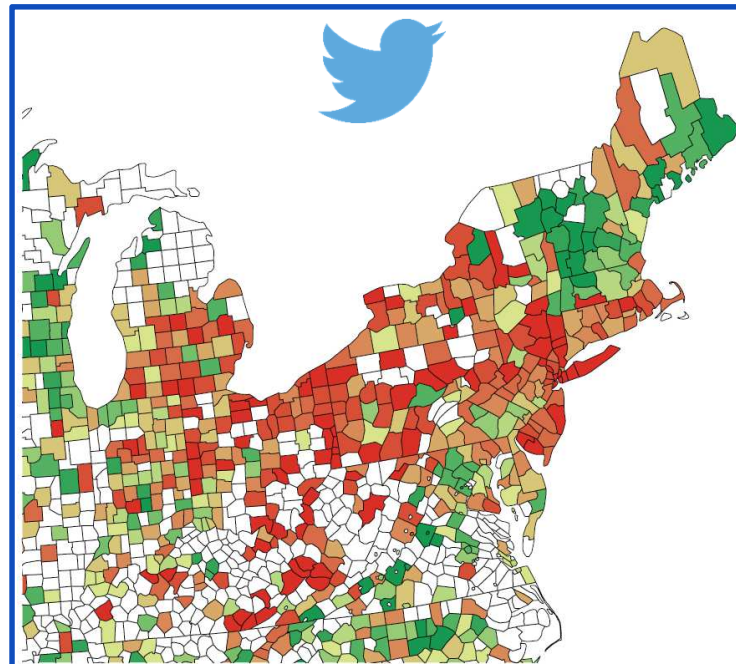
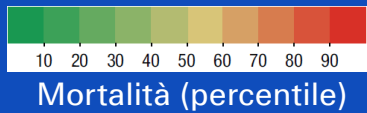
Rischio cardiaco



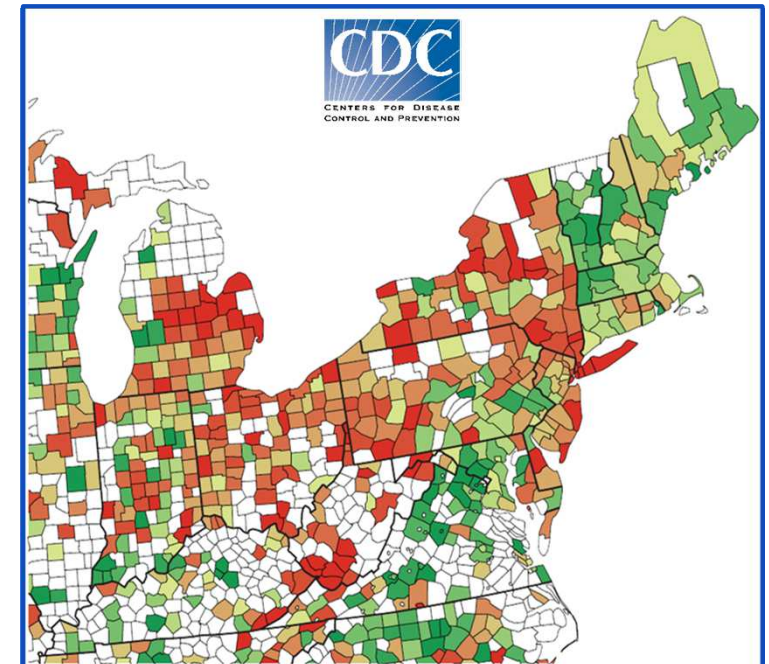
rischioso  
attento

## Targeting coi social media: per acquisizione clienti... o per pricing?

Mortalità  
corretta per l'età  
da AHD  
(malattie cardio-  
vascolari di origine  
arteriosclerotica)



Stimata tramite Twitter  
(modello predittivo del linguaggio)



Riportata ufficialmente dal CDC  
(Centers Disease Control Prevention)

The new normal.

## The new normal: meno peso alle serie storiche e maggiore centralità del cliente



- Assicuratori (e Riassicuratori...) spesso **molto distanti** dal cliente finale
- Ownership e valore del cliente catturato per lo più dai **canali distributivi**
- Lock-in (anche) grazie a **prodotti inflessibili**, non personalizzati ai bisogni



### Cliente al centro dello sviluppo offerte

**Quale problema del cliente** stiamo cercando di risolvere?

**Quale soluzione end-to-end**, basata su prodotto + servizio + vendita + tecnologia?

**Qual è il canale più adatto** per distribuzione e/o servizio?

# Q&A

Daniela D'Andrea  
CEO Swiss Re Italy

We're smarter together





# Legal notice

©2017 Swiss Re. All rights reserved. You are not permitted to create any modifications or derivative works of this presentation or to use it for commercial or other public purposes without the prior written permission of Swiss Re.

The information and opinions contained in the presentation are provided as at the date of the presentation and are subject to change without notice. Although the information used was taken from reliable sources, Swiss Re does not accept any responsibility for the accuracy or comprehensiveness of the details given. All liability for the accuracy and completeness thereof or for any damage or loss resulting from the use of the information contained in this presentation is expressly excluded. Under no circumstances shall Swiss Re or its Group companies be liable for any financial or consequential loss relating to this presentation.