



Bancassicurazione auto

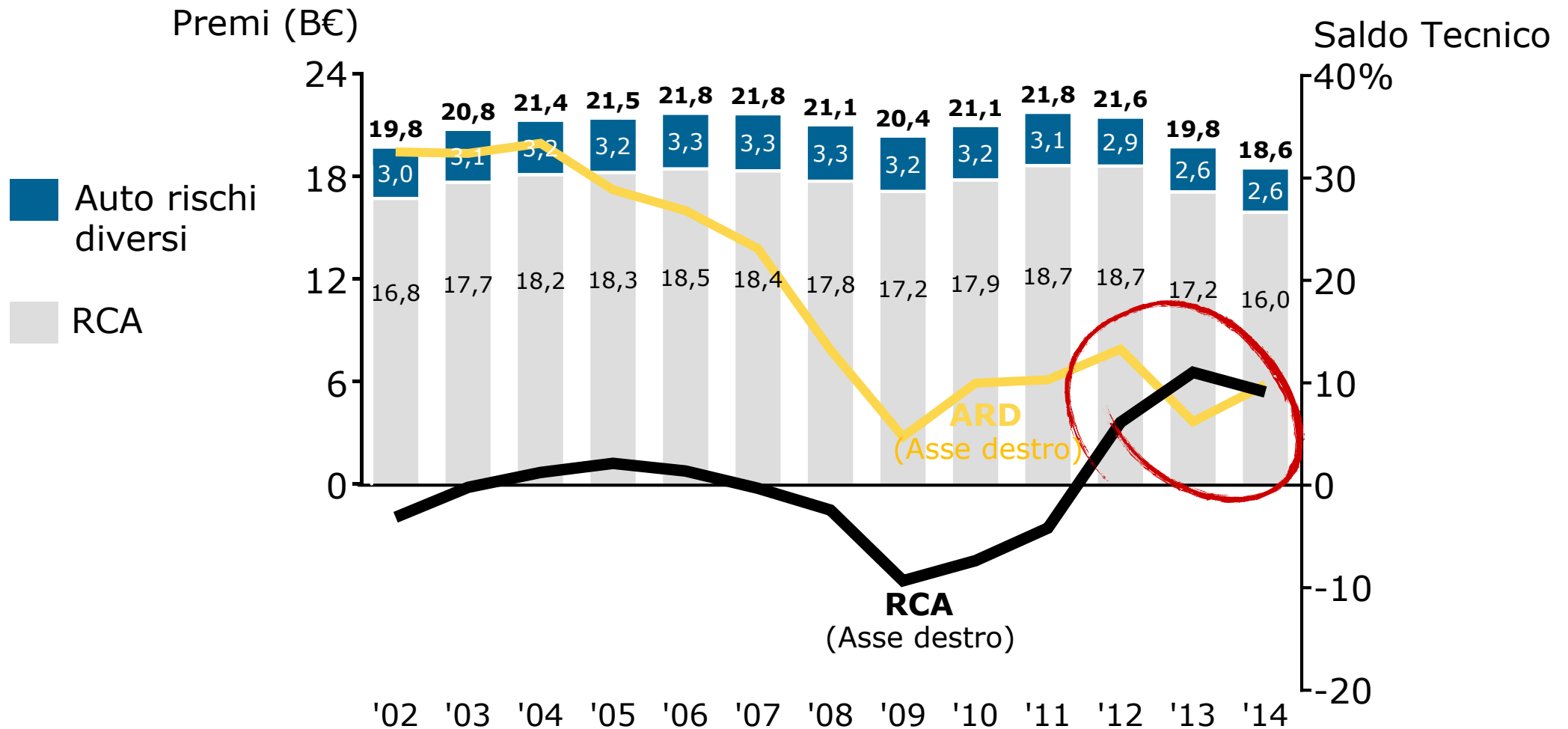
Spunti di riflessione su come concretizzare questa opportunità

Matteo Carbone

Roma, 8 Ottobre 2015

L'assicurazione auto italiana negli ultimi anni sta attraversando una congiuntura estremamente profittevole accompagnata dalla riduzione delle tariffe RCA

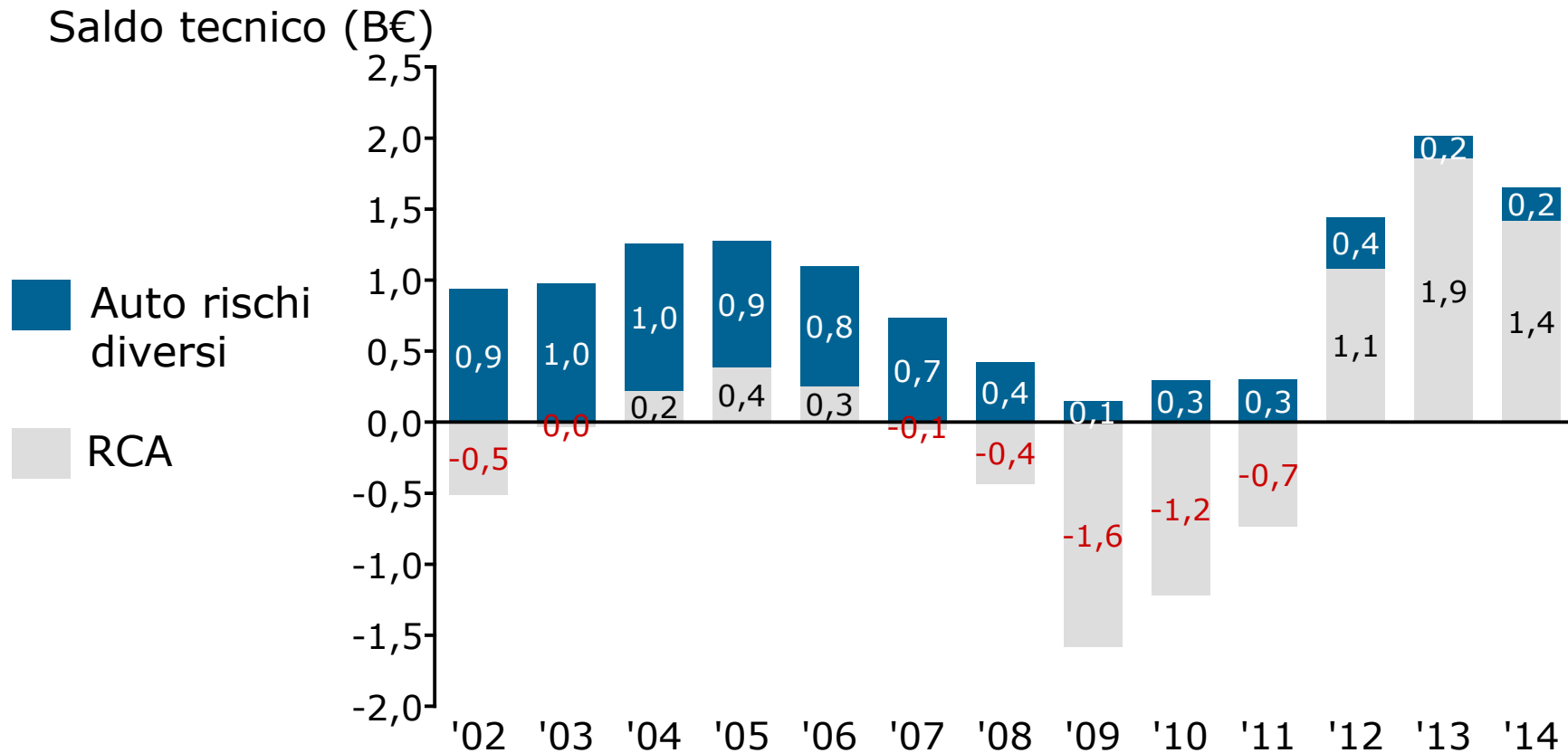
Mercato assicurativo auto italiano



Perimetro totale mercato, incluso LPS
Fonte: Elaborazioni Bain su dati Ania

Il settore ha **generato nell'ultimo anno 3,7€B**, di cui più di 2 B€ come commissioni per i distributori

Mercato assicurativo auto italiano



Provvigioni(B€)

RCA	1,8	1,9	1,9	1,9	2,0	1,9	1,9	1,8	1,8	1,9	1,8	1,7	1,6
ARD	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,6	0,6	0,6	0,5	0,5	0,5	0,4	0,5

Perimetro totale mercato, incluso LPS
Fonte: Elaborazioni Bain su dati Ania

I telematics (Connected Car) sono il **cambiamento più significativo negli ultimi 10 anni** sul mercato assicurativo auto italiano

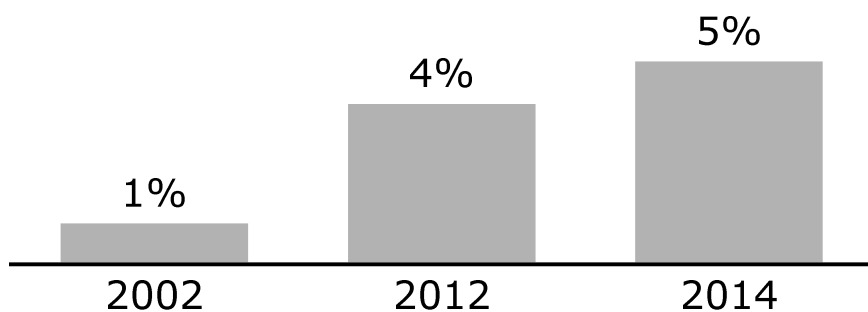
Mercato assicurativo italiano



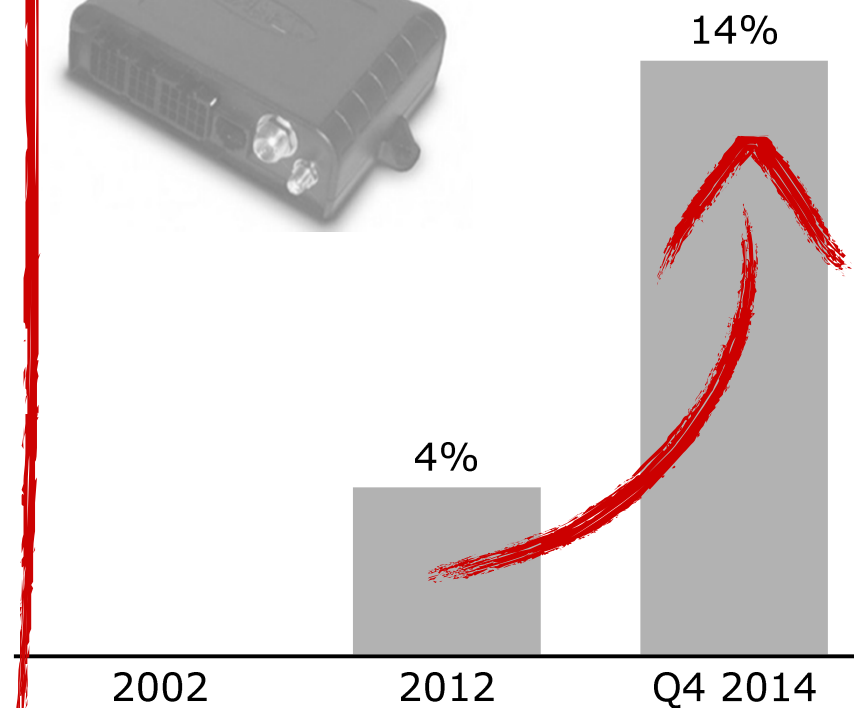
PENETRAZIONE ONLINE SU TOTALE PREMI AUTO



80% DEL MERCATO CONTINUA AD ESSERE CONTROLLATO DAL CANALE AGENZIALE



PENETRAZIONE TELEMATICS SU TOTALE POLIZZE RCA



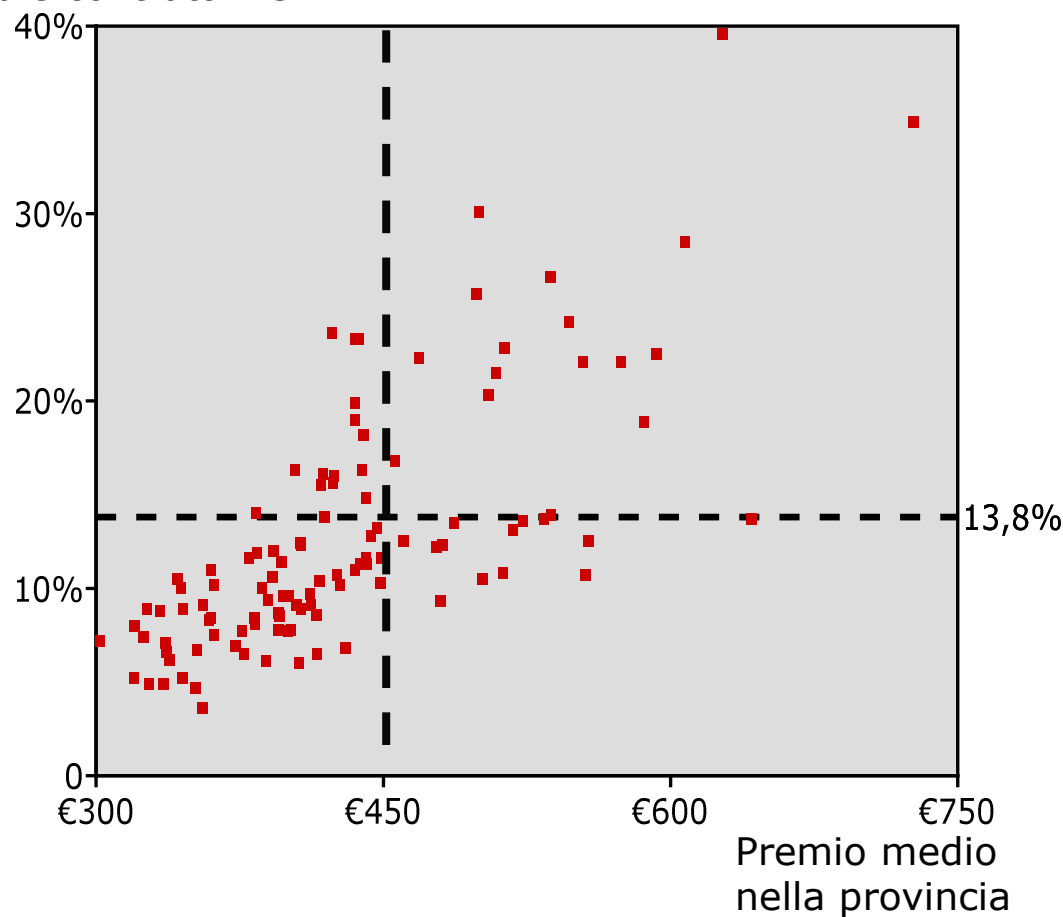
Fonte: Elaborazioni Bain su dati IVASS



Penetrazione telematics >30% in alcune province e crescente sofisticazione dei prodotti

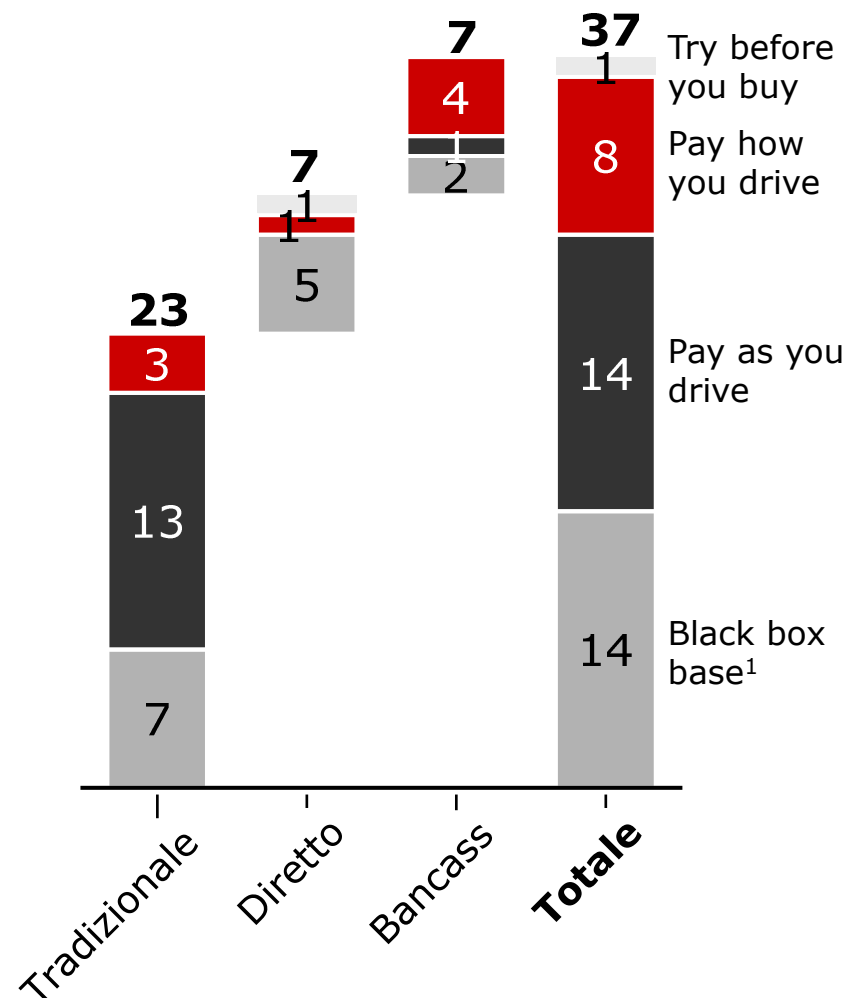
PENETRAZIONE TELEMATICS PER PROVINCIA H1 '15

Penetrazione su totale contratti RCA



BENCHMARK OFFERTA ITALIANA

Numero offerte

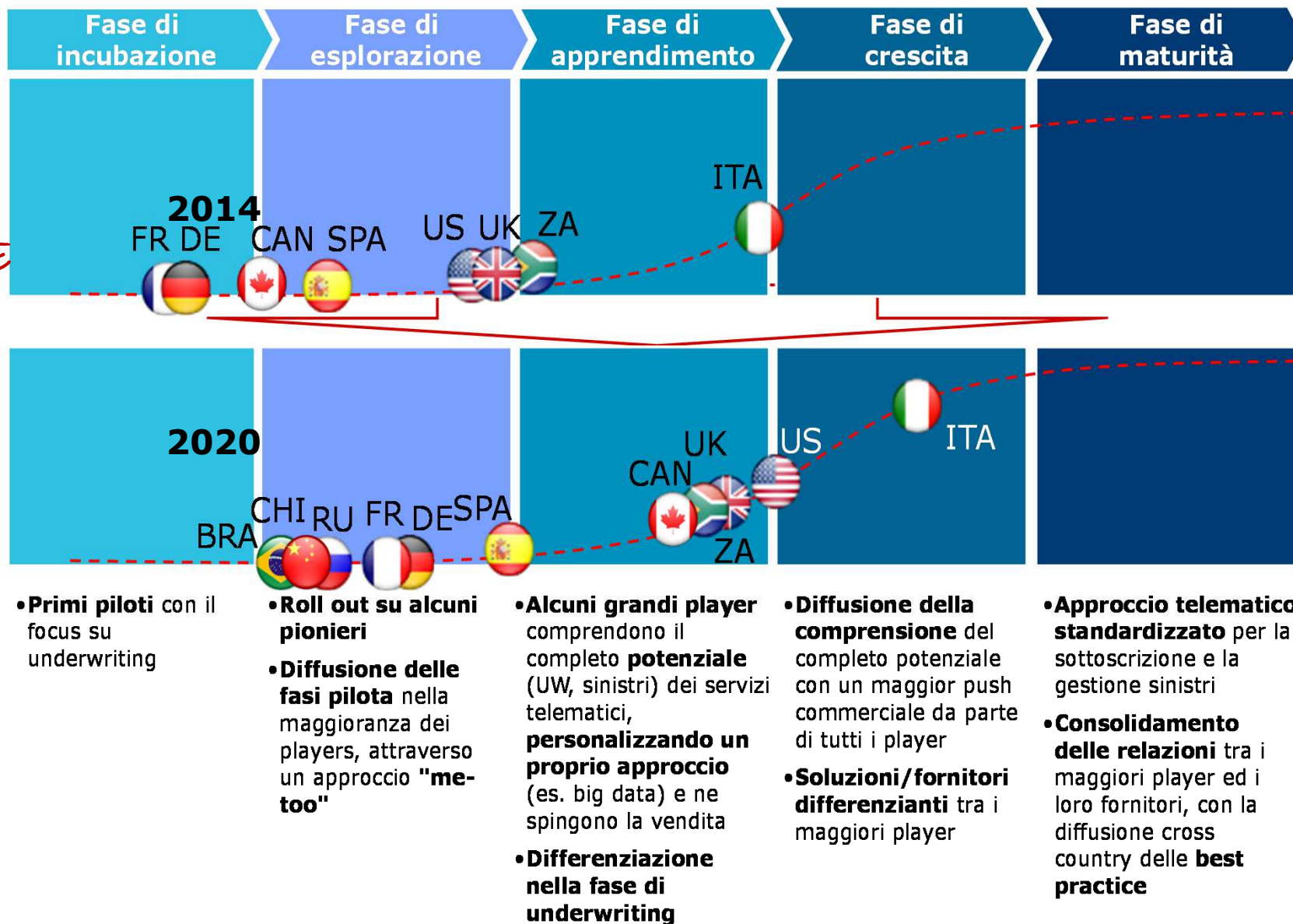


¹Black box base: nessuna variabilità di pricing/ scontistica a fronte di Km percorsi o comportamento di guida

Fonte: Osservatorio Telematics, Connected Insurance & Innovation, Mystery shopping Bain ottobre '14 e elaborazioni Bain su dati IVASS

L'Italia nei motor telematics rappresenta il pioniere e ha acquisito un **bagaglio di esperienze unico a livello internazionale**

STADI DI
MATURAZIONE
DEL MOTOR
TELEMATICS
PER PAESE



Fonte: Osservatorio Telematics, Connected Insurance & Innovation

I telematics impattano tutta la value chain assicurativa e **crea concretamente valore sul conto economico assicurativo**

• LOYALTY E INDIRIZZO COMPORAMENTI

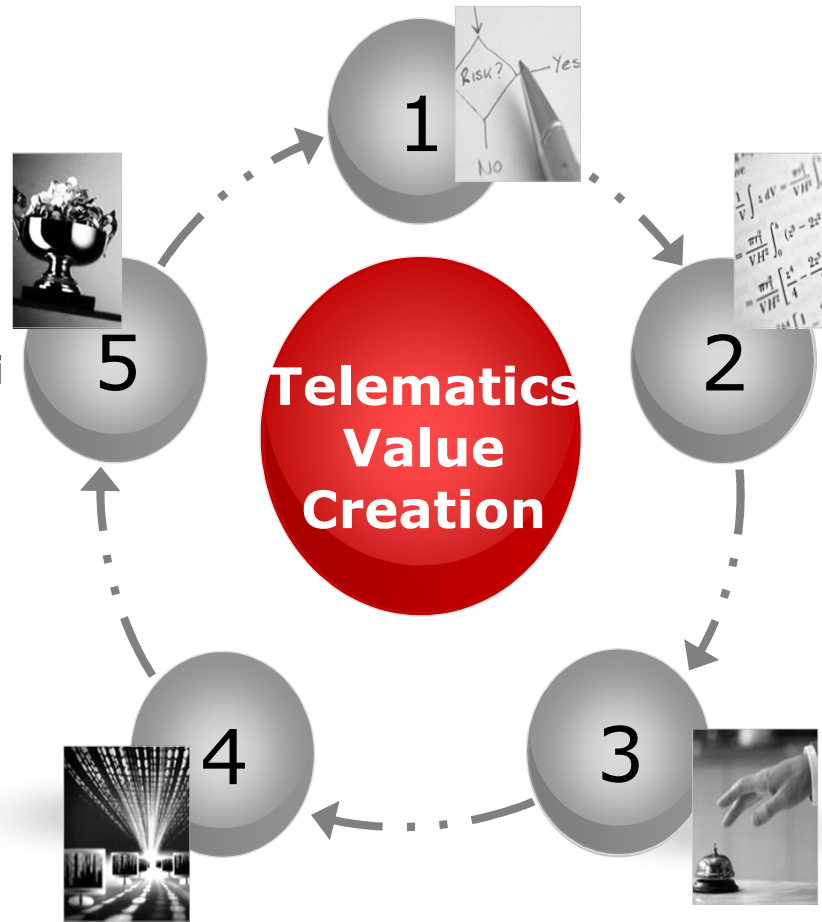
- Sistemi di **loyalty basati sui comportamenti di guida rilevati**
- Incentivazione **comportamenti virtuosi**
- **Gamification**

• LOSS CONTROL

- Intervento proattivo in caso sul **sinistro**, limitando l'esborso finale
- Informazioni **"oggettive"** per la **gestione del sinistro**

• SELEZIONE DEL RISCHIO:

- **Acquisizione clientela meno rischiosa** con conseguente **riduzione intenti fraudolenti**
- Rafforzamento del **processo di underwriting**



• PRICING RISK-BASED

- **Pricing** basato su **"quantità" e livello di esposizione al rischio**

• SERVIZI...

- **...informativi** legati alla polizza
- **...a valore aggiunto per il guidatore**
- **...commerciali** mirati al **cross selling assicurativo e di prodotti ecosistema**

Apertura dell'Osservatorio agli stakeholder del Connected Insurance mirato a un nuovo approccio di ricerca e di confronto guidato da Bain

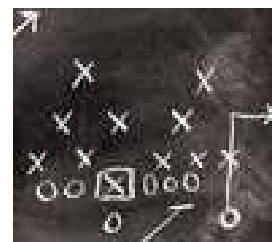
Contenuti dell'Osservatorio

1. Raccolta **evidenze quantitative** sul comparto del connected insurance nel mercato italiano
2. **Ricerche sui consumatori** e attività mirata di **mystery shopping** delle offerte
3. Analisi delle best practice con **benchmark** del mercato italiano e **scouting delle innovazioni** internazionali
4. **Tre momenti** nel corso dell'anno **di confronto collegiale** con tutti gli Stakeholder partecipanti all'Osservatorio per lo scambio di idee ed esperienze sul connected insurance
5. **Incontri individuali con ciascuna Compagnia** di deep dive sui temi dell'Osservatorio

Obiettivi



Razionalizzare la **conoscenza** quali-quantitativa del Connected Insurance in Italia



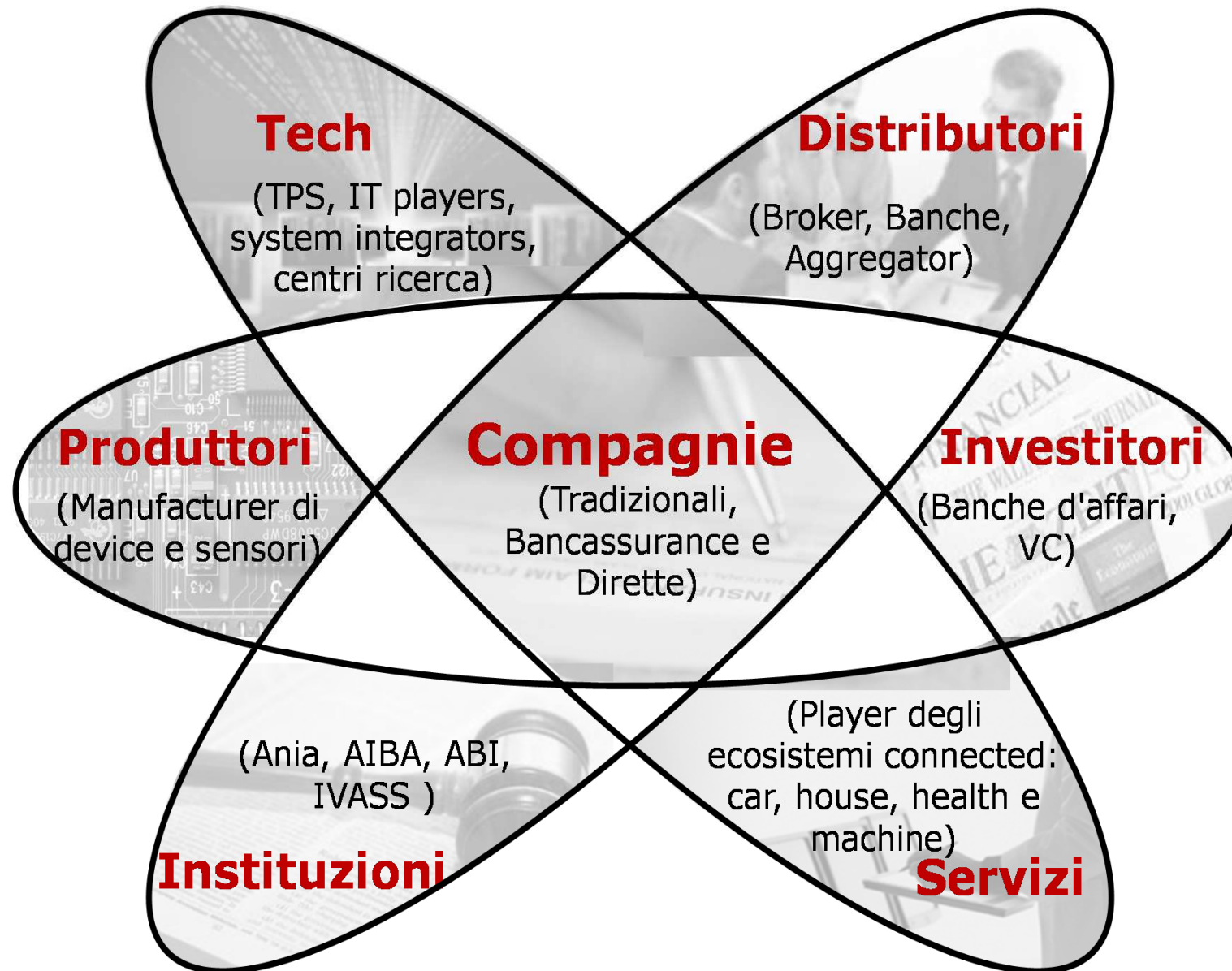
Dare una **lettura critica** dei **trend chiave** e diffondere la **cultura dell'innovazione**















Stimolare il **confronto tra gli stakeholder** sulle sfide chiave che accomunano tutto il settore e possono essere oggetto di riflessioni di sistema



Vogliamo aggregare all'iniziativa le Compagnie e tutti gli **stakeholder interessati a partecipare a questo nuovo paradigma**



Il canale bancassurance: l'offerta assicurativa auto è ormai **presente nelle filiali di tutte le principali banche**

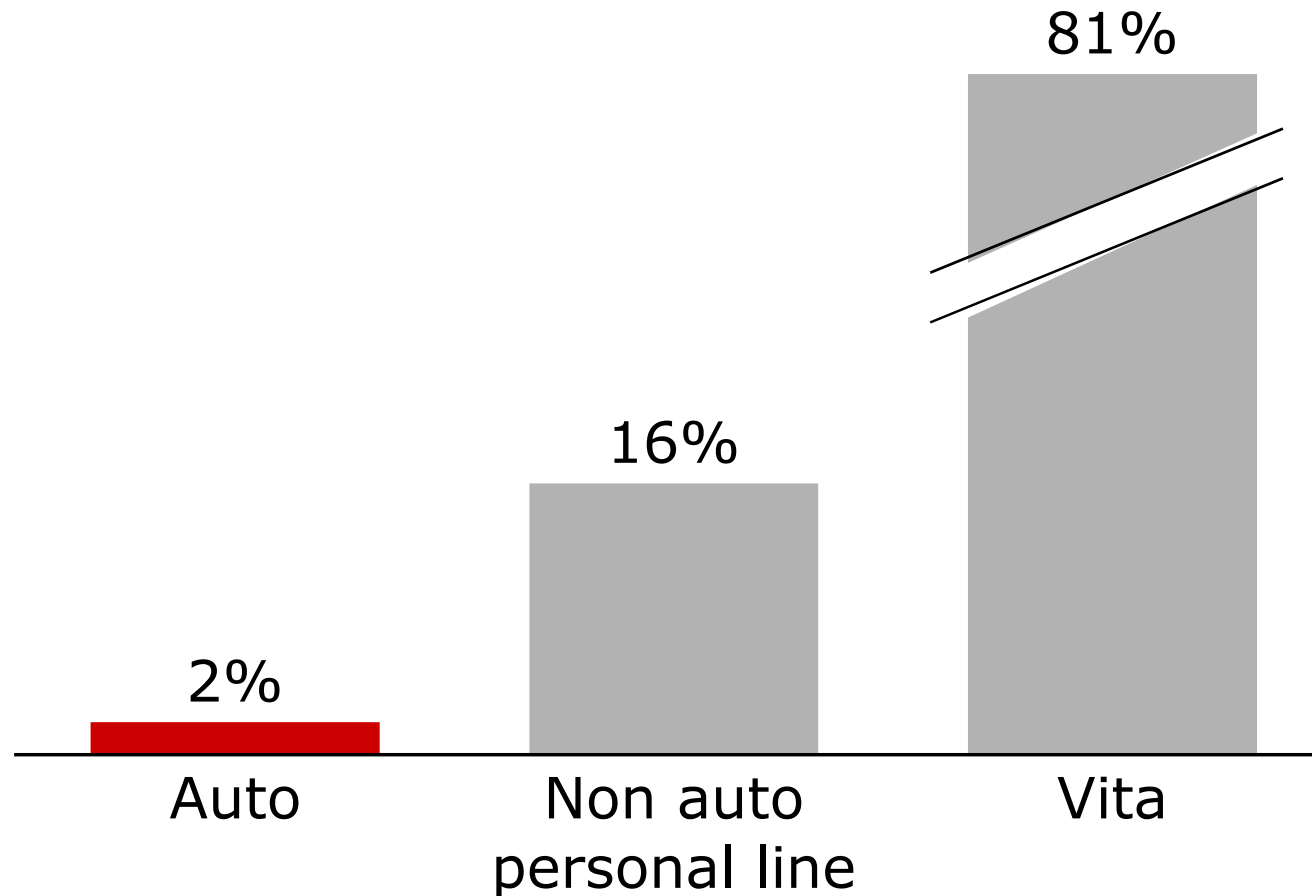
GRUPPO BANCARIO	# FILIALI	OFFERTA AUTO	PROD. TELEMATICS	MODELLO
	2014			
• Intesa Sanpaolo	4.459	✓	✓ PAYD	 Captive
• UniCredit	4.152	✓		 Joint Venture
• Monte dei Paschi di Siena	2.472	✓	✓ Box base	 Joint Venture
• Banco Popolare	1.925	✓	✓ Box base	 Joint Venture
• UBI Banca	1.760	✓	✓ PHYD	 Accordo distributivo
• Gruppo BPER	1.303	✓		 Joint Venture
• BNP Paribas	917	✓	✓ PHYD	 Joint Venture
• Cariparma	864	✓		 Captive
• Popolare di Milano	748	✓		 Joint Venture
• Carige	677	✓		 Accordo distributivo
• Popolare di Vicenza	641			
• Credem	547	✓	✓ PHYD	 Accordo distributivo
• Credito Valtellinese	541	✓	✓ PHYD	 Accordo distributivo
• Gruppo Veneto Banca	494			
• Deutsche Bank	361			

Prodotto Cargeas

Prodotto Genertel

La bancassicurazione nell'auto ha la **possibilità di replicare il successo** ottenuto su altri rami

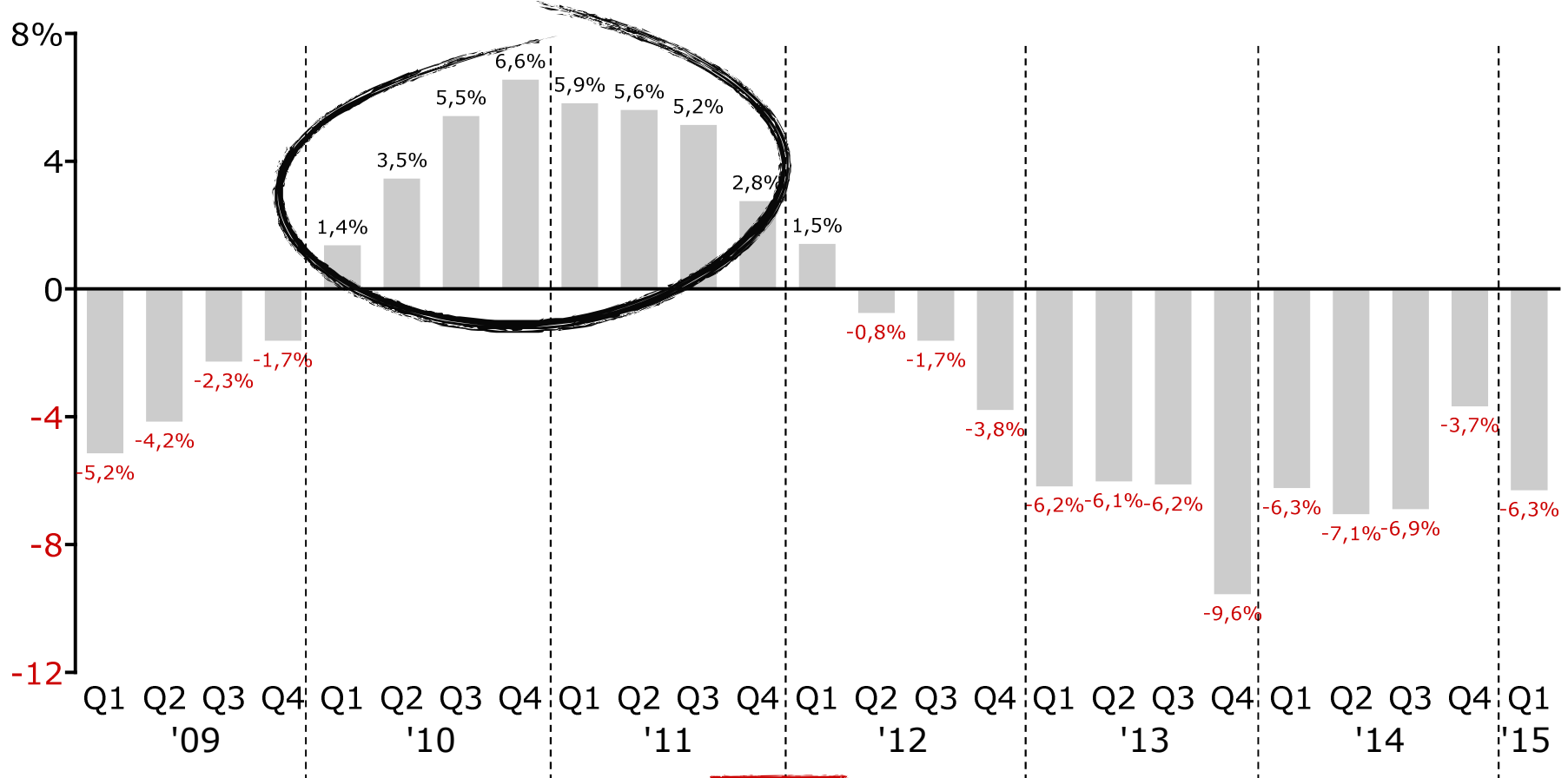
Penetrazione sportelli, uffici postali e reti di promozione su totale premi



Perimetro totale mercato, incluso LPS
Fonte: Elaborazioni Bain su dati Ania e IVASS

Il presidio della ciclicità tecnica del mercato sarà una delle sfide chiave per le Compagnie di Bancassicurazione

Variazione dei premi RCA contabilizzati nel trimestre (vs trimestre anno precedente)*



Necessari processi strutturati e frequenti di pricing management per competere con le Compagnie tradizionali

*Premi RCA per aziende di rappresentanza nazionale ed extra UE del lavoro diretto italiano. Le variazioni tengono conto di una base omogenea
Fonte: stime bain Bain su dati IVASS

L'auto è un prodotto di domanda diffuso su tutta la base clienti, il canale distributivo bancario è nella condizione di **scegliere il proprio ruolo strategico...**

- Santander ha lanciato un **comparatore di polizze** auto che consente al cliente di :
 - Confrontare le offerte motor di **6 differenti compagnie**
 - Acquistare la polizza con un approccio multicanale (on-line, per telefono o in filiale)



superbuscador
AUTOSEGUROS SANTANDER

Santander

Seguro a terceros ampliado

Cobertura	Compañía	Forma de pago	Robo Incendio	Vehículo sustitución	Gestión multas	Contratar
<input type="radio"/> Todo riesgo		Anual	?	?	?	
<input type="radio"/> Todo riesgo con franquicia 201 € a 300 €	ZURICH	230 €	✓	Opcional	✓	Teléfono Online
<input checked="" type="radio"/> Terceros ampliado	Reale	238 €	✓	Opcional	✓	Teléfono Online
<input type="radio"/> Terceros con lunas	pelayo	315 €	✓	Opcional	✓	Teléfono Online
	AXA	523 €	✓	✗	✓	Teléfono Online
	PlusUltra Seguros	No se ha podido obtener una tarifa. Si desea ayuda, llámenos. 91 278 16 97				
	Direct.	No se ha podido obtener una tarifa. Si desea ayuda, llámenos. 91 278 16 97				

Modificar datos >

Detalles comparativa de coberturas >

...**sfruttando la tecnologia** per portare in modo efficiente (limitato impatto sull'attività del gestore) il prodotto auto alle fasce di clienti su cui l'offerta è conveniente

- 1** **Inserimento nell'app della banca** del modulo dell'offerta assicurativa auto
- 2** La registrazione con i **dati necessari per una quotazione completa** (targa veicolo, attuale classe di merito)
- 3** L'app **registra i dati del comportamento di guida** per un periodo definito e comunica **feedback al cliente**
- 4** Al termine del periodo viene proposta la polizza più adatta per il cliente con una **quotazione personalizzata** sul suo stile di guida

Tipologia prodotto

- Polizza con **tariffa Pay How You Drive** (behavioral) con:
 - implica l'installazione della **backbox**
 - ha come **premio mensile di ingresso quello preventivato** con l'applicazione
 - **mensilmente avviene addebito diretto su c/c con regolazione premio** (in funzione dell'effettivo comportamento di guida)

Molteplici **segnali concreti di innovazione** stanno profondamente modificando il profilo del settore assicurativo

ASPETTATIVE DEI CLIENTI

3 clienti su 4 si aspettano di poter avere un'interazione multicanale con la propria compagnia

STRUTTURA DEI PRODOTTI

Cash back del rifornimento effettuato in funzione comportamenti di guida virtuosi (es. Vitality Drive)

RUOLO DEGLI ECOSISTEMI

Comparatori di polizze auto sfruttano back-box open-source vendute direttamente ai consumatori (es. Mojio e Onsurance)

SERVIZI LEGATI ALLA POLIZZA

Alert ai clienti in caso di auto lasciata parcheggiata in una zona oggetto di lavaggio strade (es. Metromile)

Esiste un ampio spettro di possibili servizi associabili al box per fornire servizi/ assistenza al cliente, in cui l'app ha un ruolo rilevante

