



Consumers' Forum 2022

Web Conference “PNRR consumatori, CF ne discute con le
Authority finanziarie”

Intervento di Maria Luisa Cavina
Capo del Servizio Tutela del Consumatore di IVASS

24 febbraio 2022

Grazie al Presidente di Consumers' Forum Sergio Veroli, al prof. Fabio Bassan e all'Università Roma Tre per l'invito alla Web Conference e per questa occasione di confronto.

Il settore assicurativo e, dunque, l'attività di IVASS - seppur non direttamente citati dal PNRR- sono coinvolti in almeno tre delle missioni in cui esso si articola. Mi riferisco in particolare alla Missione 1 "Digitalizzazione, innovazione, competitività e cultura" (che sostiene la transizione digitale del Paese e la modernizzazione della Pubblica amministrazione, delle infrastrutture di comunicazione e del sistema produttivo e ha tra gli obiettivi l'innovazione e la competitività del sistema) in quanto uno degli obiettivi strategici di IVASS è certamente quello di accompagnare l'innovazione del mercato assicurativo in modo sostenibile, innanzitutto rispetto alla tutela del consumatore.

Penso anche alle Missioni 4 e 5 ("Istruzione e ricerca", "Inclusione e coesione") che puntano, seppur con target diversi (i giovani, la dimensione sociale e il sostegno all'imprenditoria femminile), a garantire le competenze e le capacità necessarie per rilanciare la crescita potenziale, la produttività, l'inclusione sociale e la capacità di adattamento alle sfide tecnologiche e ambientali del futuro, tutti elementi che connotano un altro importante obiettivo strategico di IVASS, ossia la promozione dell'educazione assicurativa.

Al contempo, la **semplificazione amministrativa e normativa** è l'intervento riformatore essenziale per la crescita del Paese e supporta trasversalmente tutte le sei Missioni del PNRR.

Il mercato assicurativo e il suo contributo alla ripresa

Per capire come il mercato assicurativo possa contribuire alla ripresa e allo sviluppo del Paese post-Covid, dobbiamo considerarlo in una duplice dimensione:

- sia nella sua veste di investitore istituzionale, come canalizzatore di risorse finanziarie verso investimenti di lungo termine, con attenzione alla transizione verso un'economia sostenibile
- sia nella sua funzione tipica di assunzione e trasferimento dei rischi (come *shock absorber*), fornendo protezione a famiglie e imprese e mitigando gli effetti di eventi avversi.

Il ruolo delle imprese assicurative come **investitori istituzionali** è definito da regole e modelli di *business* che possono incidere sul supporto all'economia e per la transizione *green*. In generale, le ingenti risorse gestite dalle compagnie possono essere adeguatamente indirizzate - attraverso provvedimenti *ad hoc* - verso obiettivi meritevoli come il sostegno alle PMI, la realizzazione di progetti infrastrutturali, la transizione climatica, insomma all'economia reale.

In questo contesto si inserisce la revisione della Direttiva Solvency II, tra i cui principali obiettivi rientra l'esigenza di attenuare la volatilità insita in un sistema prudenziale basato su valori di mercato per riflettere in modo più appropriato la natura di lungo termine del business assicurativo¹.

Con riferimento al ruolo tipico di ***shock absorber***, è importante ricordare che nelle recenti crisi che hanno colpito il sistema finanziario il settore assicurativo ha tendenzialmente svolto un ruolo di stabilizzatore, anche lato investimenti, in virtù di un modello di business in cui – **nel comparto vita** – trovano ancora spazio prodotti con garanzia e strategie di investimento a scadenza. D'altro canto, è noto che rispetto agli altri Paesi europei l'Italia è sotto-assicurata, specie nel **comparto danni**: in particolare sono poco diffuse le assicurazioni a copertura dei rischi nel segmento delle piccole e medie imprese, quelle contro le catastrofi naturali, come terremoti e inondazioni, così come coperture comuni come le polizze del comparto salute e quelle a protezione dei beni privati. Paradossalmente, questa condizione di sotto-assicurazione ha tenuto indenne il mercato

¹ La proposta di revisione normativa di recente avanzata dalla UE introduce temperamenti volti a limitare l'eccessiva volatilità nel breve termine del requisito patrimoniale e ad introdurre misure volte a sostenere gli investimenti a lungo termine.

italiano da conseguenze severe dovute alla pandemia, proprio per la scarsa diffusione di prodotti di protezione.

Esiste quindi un gap che sarebbe bene colmare in una prospettiva di protezione individuale (per singoli, famiglie e imprese), di benessere collettivo, di competitività del sistema economico.

A tal fine, a mio avviso risultano cruciali **tre aspetti** su cui vorrei soffermarmi: **l'evoluzione digitale, la semplificazione, l'educazione assicurativa, nei quali l'IVASS, come autorità di supervisione e regolazione, gioca un ruolo importante.**

La trasformazione digitale

Guardando al futuro, due sono i trend più significativi in atto nel mercato assicurativo: la crescente domanda di servizi di prevenzione dei rischi, oltre che di protezione, e l'offerta di prodotti *taylor-made* e personalizzati.

Entrambe le tendenze si fondano sulla crescente disponibilità di una enorme mole di dati che permette di focalizzare l'attenzione sulle caratteristiche dell'individuo e sui suoi specifici bisogni: si afferma un nuovo approccio che mette al centro dell'offerta le esigenze della clientela (cd. approccio *consumer-centric*).

Si vanno diffondendo prodotti innovativi, arricchiti di strumenti/servizi digitali, che tendono ad ampliare la catena di valore tradizionale del business assicurativo e a rendere più efficienti i processi di sottoscrizione dei contratti e liquidazione dei sinistri.

Dal monitoraggio svolto dall'IVASS sul mercato, emerge che le polizze legate alla salute e alla mobilità sono tra i prodotti sui quali ha inciso maggiormente l'affermazione del digitale.

Nel comparto salute, le polizze tendono ad essere arricchite da servizi di assistenza per assecondare la crescente domanda di prevenzione e si inseriscono in prodotti multirischio personalizzabili, acquistabili anche su piattaforme di e-commerce.

Anche nel settore automotive l'offerta è sempre più rivolta ad un'auto "connessa" e vengono sviluppate polizze interamente digitali con garanzie personalizzabili. Qui la prevenzione passa per comportamenti di guida virtuosi che premiano il cliente sul fronte delle tariffe applicate: le *black box* registrano le abitudini di guida e premiano i più prudenti. Le possibilità di rilevare le abitudini di guida sono sempre più incorporate nelle automobili stesse: l'accesso ai dati del cliente rappresenterà il fulcro della concorrenza assicurativa di domani nell'automotive, dove la regolamentazione dell'open insurance potrà fare la differenza.

Più volte è stato sollevato il dubbio che il mercato assicurativo digitale possa mettere in discussione il rapporto fiduciario al quale siamo abituati a riferirci in un contesto più tradizionale. L'Intelligenza Artificiale ha innescato lo sviluppo di servizi di *robo-advice* che farebbero sembrare superfluo recarsi in agenzia e confrontarsi con l'agente. Ma ciò non è sempre vero. Non lo è per quelle fasce di clientela poco avvezze al ricorso al digitale, non lo è neppure quando si ha bisogno di un consiglio, di confrontarsi, o quando si ha bisogno di risolvere un problema specifico, magari relativo alla liquidazione di un sinistro.

In definitiva, quello che appare prospettarsi – come peraltro rilevato nell'ultimo *Consumer Report* di EIOPA – è la coesistenza dei due modelli distributivi - digitale e tradizionale - in ottica integrata a seconda del tipo di prodotto e della fase distributiva.

In altre parole, il rapporto fiduciario (e il fattore umano) restano ancora centrali, ma cambiano le modalità attraverso le quali si può creare fiducia: multicanalità, un'informativa chiara, procedure *user-friendly*, facilità di contattare l'intermediario sono tutti fattori vincenti per far sì che il cliente si affidi.

Sappiamo tuttavia che accanto alle luci, ossia alle grandi opportunità di crescita e sviluppo, l'affermarsi dell'insurtech crea anche nuovi profili di rischio.

Il primo a venire in mente quando si parla di digitale è senz'altro il rischio cyber.

La scelta operata dal legislatore è stata di istituire un'authority ad-hoc, l'Agenzia per la cybersicurezza nazionale (<https://www.acn.gov.it/>), per presidiare con estrema attenzione questo tipo di rischio.

Per quanto riguarda in modo più specifico le compagnie assicurative, che sono al contempo *provider* di coperture ed esse stesse soggetti vulnerabili, IVASS ha agito sul piano della regolamentazione secondaria, prendendo in considerazione questo profilo di rischio e disciplinandolo sul piano dei requisiti di governance, pianificazione e presidio da parte delle compagnie.

Ma tra le possibili insidie non c'è soltanto questa: dalla prospettiva di chi, come IVASS, ha il compito di assicurare la tutela del consumatore non si possono ignorare i rischi di esclusione dal mercato per la clientela poco digitalizzata, o l'abbassamento del livello di protezione che può annidarsi nei processi digitali e/o nella spersonalizzazione del rapporto tra intermediario e assicurato.

Occorre trovare il giusto equilibrio tra prevenzione e gestione di questi rischi da un lato e promozione dell'innovazione dall'altro. Non possiamo permetterci di rimanere indietro sul piano dell'innovazione tecnologica, ma dobbiamo verificare la tenuta degli schemi tradizionali di regolamentazione e dei modelli di vigilanza applicati.

Insomma, occorre per quanto possibile evitare fughe in avanti sul piano tecnologico che possano risultare *detrimental* per il consumatore.

Dal canto suo IVASS si è attrezzato al suo interno con l'istituzione di una Cabina di Regia *Insurtech* che ha il compito di seguire l'evoluzione del mercato assicurando un raccordo tra le diverse strutture dell'Istituto nell'analisi del fenomeno e nel confronto con il mercato. Un aspetto importante è anche quello dell'adeguamento degli *skill* necessari a seguire e valutare le nuove esperienze, anche attraverso visite *on-site*.

E' poi il caso di citare l'esperienza della *Sandbox*. L'obiettivo di creare un ambiente regolamentare e di vigilanza protetto nel quale tuttavia possano diffondersi innovazioni tecnologiche è stato declinato con la creazione della "Sandbox regolamentare", un sistema di sperimentazione normativa istituito dal MEF e gestito dalle tre Autorità di vigilanza al quale operatori con progetti maturi per andare sul mercato ma molto innovativi possono chiedere di essere ammessi per beneficiare di alcune deroghe dalla normativa secondaria di vigilanza o iniziare ad operare sotto l'attento monitoraggio delle autorità. Ciò consente sia di testare

il progetto in sé e la sua effettiva utilità per il mercato, sia di verificare l'adeguatezza della normativa - in primis quella a tutela del cliente - e proporre, ove ritenuto opportuno per promuovere l'innovazione, di modificare il quadro di regole vigenti. La prima finestra temporale per la presentazione delle domande si è chiusa a metà gennaio e, per quanto riguarda IVASS, sono in fase di valutazione 4 tra le domande presentate.

La *Sandbox* regolamentare ci mostra che protezione del consumatore e sviluppo possono andare di pari passo. Analoga considerazione è da farsi a proposito della **semplificazione dei contratti e dell'informativa di trasparenza**, che accanto alle finalità di tutela rappresentano fattori suscettibili di ridurre il "gap assicurativo" del mercato italiano.

La semplificazione dei contratti - l'informativa di trasparenza

La capacità di elaborare prodotti adeguati, chiari in ciò che offrono e ciò che non offrono, che corrispondano alle esigenze dei clienti - nella maggior parte dei casi raccolte dagli intermediari nel momento della collocazione del prodotto - resta uno dei fattori chiave per la crescita del mercato.

Alla semplificazione della struttura contrattuale occorre accompagnare la semplificazione del linguaggio. Altrettanto importante è l'informativa di trasparenza: informazioni chiare ed essenziali, che mettano il consumatore in grado di comprendere e quindi di scegliere consapevolmente il prodotto più confacente alle sue esigenze sono un pilastro essenziale nella costruzione di una cornice di tutele efficaci nel convogliare il risparmio verso il mercato assicurativo.

Nell'ambito della semplificazione dei contratti assicurativi, tipico dell'iniziativa privata, IVASS ha ritenuto più appropriato scegliere una strada non impositiva, ma piuttosto di stimolo all'autoregolamentazione del mercato. E' un percorso in atto, non breve né privo di difficoltà, ma alcune buone pratiche si stanno già diffondendo.

In tema di informativa, il quadro di riferimento è costituito invece da una disciplina articolata, contenuta in norme primarie di derivazione comunitaria e in una nutrita

regolamentazione secondaria emanata dall'Istituto, che prevede obblighi a carico delle imprese e dei distributori il cui presidio è affidato all'attività di vigilanza dell'IVASS - sia cartolare che ispettiva - sulla condotta di mercato, agli strumenti di tutela individuale del cliente messi a disposizione (reclami, *Contact Center Consumatori*) e in prospettiva a nuovi strumenti di indagine (*mystery shopping*) per la valutazione della correttezza dei comportamenti.

L'educazione assicurativa

Parlando della semplificazione contrattuale e dell'informativa di trasparenza ho già messo in evidenza che entrambe sono determinanti per la comprensione e la consapevolezza del consumatore.

Per contribuire allo sviluppo corretto del mercato occorre tuttavia promuovere, accanto all'azione di vigilanza a protezione dei consumatori, anche una robusta diffusione di forme di autotutela attraverso l'elaborazione e l'attuazione di una solida, articolata **strategia nazionale di educazione finanziaria, assicurativa e previdenziale**.

Questa strategia integrata di tutela e autotutela è indirizzata all'intera collettività dei consumatori di servizi assicurativi, con un occhio particolare ai giovani, che sono meno tutelati delle generazioni precedenti in termini di stabilità del lavoro, del reddito, di capacità dello Stato di fornire prestazioni previdenziali e assistenziali. È dunque importante che comprendano l'importanza di sostituire le "garanzie", di cui godevano i genitori, con protezioni assicurative capaci di colmare i rischi vecchi e nuovi (es. il cyber per giovani imprenditori) che si troveranno ad affrontare.

IVASS partecipa e opera in stretto coordinamento con il Comitato per la programmazione e il coordinamento delle attività di educazione finanziaria (Comitato EduFin) che ha tra i suoi obiettivi quello di includere l'educazione finanziaria, assicurativa e previdenziale nei programmi scolastici.

Educare i giovani oggi ci assicurerà una popolazione adulta consapevole e in grado di fare scelte razionali domani: è intuitivo, ma lo confermano anche studi condotti da accademia, organismi internazionali, istituzioni, compreso l'IVASS. In campo assicurativo partiamo da una conoscenza di base molto bassa, dobbiamo recuperare.

È un percorso di lungo termine: nel frattempo dobbiamo continuare ad agire sui diversi fronti – oltre a bambini e ragazzi, adulti, piccole imprese – mettendo a fattor comune le risorse disponibili e senza dimenticare che accanto all'educazione finanziaria è oggi indispensabile intervenire sull'educazione digitale, per mettere le persone in condizione di beneficiare di servizi più efficienti, facendo un uso informato e sicuro degli strumenti e dei canali digitali, anche per non cadere nelle trappole di quanti sfruttano la tecnologia e fanno leva sulle vulnerabilità del fattore umano.

L'Arbitro Assicurativo

Infine, vorrei ricordare che un importante contributo alla crescita della fiducia dei consumatori nell'offerta assicurativa e nel ruolo delle imprese sarà determinato dall'avvio dell'**Arbitro Assicurativo**.

Nel settore bancario e finanziario, il meccanismo di risoluzione stragiudiziale delle controversie ha dimostrato la capacità di rafforzare la tutela a favore degli utenti e ci aspettiamo analoghi risultati anche nel settore assicurativo.

L'Arbitro costituirà un sistema economico e veloce per risolvere conflitti tra assicurati e assicuratori che, nelle nostre aspettative, dovrebbe indurre sia gli operatori sia la clientela a comportamenti improntati a buona fede e correttezza, innalzando la fiducia nell'efficacia della protezione assicurativa e diminuendo i costi gestionali.