

## PRIMO PIANO

### Nzia, via anche Swiss Re

La Net zero insurance alliance (Nzia) va in pezzi. Anche Swiss Re abbandona la principale alleanza mondiale tra assicuratori sul clima, seguendo così l'esempio di Zurich e delle tedesche Munich Re e Hannover Re. Swiss Re, tuttavia, rimane parte della Net zero asset owner alliance, l'altra sottounità della Glasgow financial alliance for net zero (Gfanz), costituita nel 2021.

Il secondo più importante riassicuratore al mondo ha spiegato che la sua uscita non riflette un minore impegno nei confronti delle politiche climatiche e che la sua strategia di sostenibilità "rimane invariata", come riporta Bloomberg.

La Nzia, con la partenza di Swiss Re, conta ancora 27 membri, tra cui Allianz, Aviva, Axa, Generali, Intesa Sanpaolo, che insieme rappresentano circa il 15% dei premi globali.

Le compagnie che hanno già lasciato Nzia hanno detto di averlo fatto perché più convincente dell'efficacia di perseguire individualmente gli obiettivi climatici rispetto a un approccio collettivo. L'alleanza aveva risposto il mese scorso parlando di nuovi provvedimenti per "far avanzare l'agenda assicurativa net zero a livello globale e per fornire ai suoi membri un quadro da utilizzare per prendere decisioni indipendenti per stabilire i propri percorsi net zero individualmente".

Fabrizio Aurilia

## MERCATO

### Noleggino di lungo termine, un mercato per le assicurazioni

La crescita del settore può offrire varie opportunità di rilancio per il business auto delle compagnie: l'aumento della domanda, unito a dinamiche di fidelizzazione degli assicurati e attrazione di nuovi clienti, può rappresentare una linea di offerta funzionale alla sostenibilità dell'attività

Il business auto torna a essere un rompicapo per le assicurazioni. Nel quarto trimestre del 2022 i premi medi effettivamente pagati hanno ripreso a crescere, trainati dal premio medio della nuova produzione, come evidenziato dalle analisi di **Innovation Team**, che vedono da metà 2022 i premi medi di listino del mercato in incremento dopo un lungo periodo caratterizzato da premi in riduzione. Tuttavia, la raccolta dell'Rc auto nel 2022 è stata inferiore all'anno precedente (-1% secondo l'**Ania**) con una marginalità complessiva negativa: si stima un combined ratio di mercato di 102,1 punti, nonostante l'ipotesi di ulteriore smontamento di riserve. I motivi principali risiedono nella ripresa della frequenza sinistri (+3,9% rispetto al 2021) e nell'aumento del costo delle riparazioni e delle lesioni. L'effetto dell'inflazione sui costi di materiali e manodopera nel 2022 è stato pari a circa cinque punti percentuali secondo le stime di **Mbs Consulting**. A questo quadro si aggiunge la contrazione dei volumi dell'immatricolato: nel 2022 sono stati immatricolati 1,4 milioni di veicoli, in calo del 9,7% rispetto al 2021. La contrazione arriva a circa 500mila vetture in meno rispetto ai volumi delle immatricolazioni nel 2019 (1,9 milioni di veicoli). Risulta invece in forte crescita il segmento del noleggio di lungo termine (Nlt): il volume delle immatricolazioni è stato pari a 365mila veicoli, in crescita di oltre il 20% rispetto al 2021, e superiore rispetto ai volumi assoluti registrati nel 2019. In termini di incidenza, questo significa che, secondo le proiezioni di mercato, a partire dal 2024 ogni quattro veicoli nuovi immatricolati, uno sarà con la formula del noleggio.

#### LA CRESCITA DEL MERCATO

Il contesto geopolitico internazionale continuerà a pesare come fattore di rischio: nel corso del 2021 e 2022, abbiamo assistito a un allungamento sensibile dei tempi di consegna, per le carenze di approvvigionamento, le difficoltà di produzione e una sofferenza della filiera logistica. Tuttavia, anche sottoposto a stress significativi tra i quali Covid-19, inflazione e tensioni sulle supply chain, il comparto Nlt in questi anni ha mostrato solidità: oltre a beneficiare di contratti di medio periodo che assorbono eventuali shock di breve termine, bisogna considerare anche la capacità dei noleggiatori di proporre nuove linee di offerta, tra cui il *second life* e il servizio di preassegnazione che hanno contribuito in modo importante alla tenuta dei volumi di vendita e dei tempi di consegna.

Infine, il Nlt sta contribuendo allo spostamento del mix di immatricolazioni verso veicoli green, come le vetture elettriche e ibride. In generale, appare sempre più chiaro come il noleggio permetta a una ampia fascia di clienti di accedere con costi ridotti a questi veicoli, sostenendo la crescita della domanda grazie alla flessibilità rispetto al tradizionale acquisto del veicolo. (continua a pag. 2)



(continua da pag. 1) Domanda che nei prossimi anni beneficerà ulteriormente della rapida evoluzione tecnologica che impatterà verosimilmente sulle performance dei veicoli elettrici, in termini ad esempio di durata complessiva, di autonomia, di esperienza di guida. Si assisterà potenzialmente a un ciclo di obsolescenza dei veicoli più rapido, un ulteriore elemento a sostegno della forma del noleggio rispetto all'acquisto.

## LE FLOTTE NELLE ASSICURAZIONI

Per le assicurazioni il business delle flotte è da sempre poco profittevole, specialmente nel caso di grandi contratti. Le esperienze progettuali di Mbs Consulting indicano che, sul solo dato di frequenza sinistri, si osserva in alcuni segmenti di clienti ad alta percorrenza un valore medio pari anche al doppio rispetto al comparto retail. La differenza di marginalità sulla componente Rc auto tra una grande flotta (nell'ordine di mille veicoli e oltre) e una piccola flotta (qualche decina di veicoli) può essere superiore anche a 20 punti di combined ratio. Il maggiore costo unitario dei veicoli a noleggio, e la maggior dotazione di servizi tecnologici, incide ulteriormente sui costi delle riparazioni.

Un'altra caratteristica di questo business è poi la forte presenza di broker, che intermediano la relazione con i grandi noleggiatori, gestendo volumi significativi con meccanismi di gare ricorrenti che concorrono al contenimento della marginalità di questo business per le compagnie.

## LE OPPORTUNITÀ PER LE COMPAGNIE

Per le compagnie, l'opportunità è rappresentata dalla vendita di servizi NIt, integrati con coperture assicurative e servizi propri, attraverso le reti agenziali. Una evoluzione rispetto al tradizionale ruolo di assicuratore di flotte, che richiede di indirizzare diverse scelte strategiche, tra le quali l'offerta, la distribuzione in agenzia e il modello di supporto dalla sede, studiando anche possibili partnership con noleggiatori. In fondo a questo percorso di trasformazione, ci sono alcuni vantaggi potenzialmente strategici per le compagnie. Un primo elemento di valore è la progressiva diffusione del NIt a segmenti di clientela sempre più ampi e diversificati, più vicini ai clienti tradizionalmente gestiti dagli agenti assicurativi. In passato, le vetture a noleggio erano una prerogativa quasi esclusiva di grandi aziende e pubblica amministrazione. Oggi stiamo assistendo a un graduale incremento della penetrazione di questa offerta nel segmento delle medie e piccole imprese, dei professionisti e anche in quello delle famiglie. Il potenziale per il mercato italiano è significativo: Mbs Consulting stima l'attuale penetrazione delle soluzioni NIt nel 55% delle immatricolazioni nel segmento Pmi (imprese fino a 250 addetti), mentre per professionisti e retail il dato è pari al 10%. A titolo di confronto, nelle grandi aziende (oltre 250 addetti) le auto aziendali immatricolate con soluzioni NIt sono pari al 75% del totale. I driver che potranno pertanto sostenere la crescita della domanda di NIt nei segmenti Pmi e professionisti sono robusti: benefici fiscali, comodità di un servizio tutto incluso che comprende assicurazione, riparazioni e manutenzione periodica, accesso a soluzioni di mobilità green a condizioni vantaggiose. Su questi segmenti, la forza della relazione con i clienti attraverso le reti agenziali e la loro capillarità sul territorio costituiscono un elemento di valore distintivo per le compagnie.

## FIDELIZZAZIONE E ATTRATTIVITÀ DEL CLIENTE

In secondo luogo, la durata pluriennale dei contratti di noleggio, tre/quattro anni a seconda delle soluzioni, offre una possibilità di fidelizzazione maggiore dei clienti rispetto al solo contratto assicurativo, di durata annuale, e contribuisce al contenimento del rischio di migrazione del portafoglio auto indotta dallo sviluppo del NIt. Un terzo punto fondamentale è l'attrattività del servizio NIt verso i nuovi clienti. Grazie alla domanda crescente, il NIt rappresenta una leva commerciale per allargare la propria base clienti attraendo imprese, professionisti e famiglie, il cui potenziale assicurativo potrà essere sviluppato dalla compagnia nel tempo. Non da ultimo, il NIt è una leva per fidelizzare e migliorare il servizio offerto alla propria rete agenziale, offrendo una soluzione che può sostenere in modo significativo la redditività della agenzia. Tra gli intermediari, l'offerta NIt è sempre più ricercata, spesso anche attraverso accordi indipendenti con distributori e noleggiatori. Per una compagnia, pertanto, una linea di offerta NIt per la propria rete rappresenta un modo per supportare commercialmente gli intermediari, offrire opportunità di diversificazione dei percorsi di carriera della sottorete, differenziandosi rispetto ai mandati di agenzia concorrenti nelle reti a forte incidenza del plurimandato.

Grazie a queste caratteristiche, il NIt può dunque rappresentare una linea di offerta funzionale alla sostenibilità del business assicurativo, non solo per l'auto ma anche per altre linee di offerta di coperture e servizi, come la salute e il welfare, che hanno in comune con il noleggio i medesimi target di clientela tra cui aziende, Pmi e professionisti.



**Giovanni Meroni**, partner Mbs Consulting  
**Vito Pagliaccio**, partner Mbs Consulting  
**Claudio Fortunati**, senior manager Mbs Consulting