

Capgemini press contacts:**Laura Muratore**

Marketing & Communication Director
laura.muratore@capgemini.com

Michela Cotich

Marketing & Communication
michela.cotich@capgemini.com
+39 347 3620244

Community Group:**Michele Bon**

michele.bon@communitygroup.it
+39 338 6933868

Carlo Carboni

carlo.carboni@communitygroup.it
+39 348 9412226

World InsurTech Report 2019: il ruolo delle assicurazioni è in continua evoluzione mentre le InsurTech portano la digital customer experience a un livello successivo

La collaborazione tra assicuratori e InsurTech è fondamentale per gestire le richieste da parte dei clienti di servizi a valore aggiunto, personalizzazione e flessibilità dell'offerta

Milano, 7 ottobre 2019 - Il settore assicurativo sta affrontando un cambiamento strutturale e una collaborazione efficace con le InsurTech diventa essenziale per soddisfare le crescenti aspettative dei clienti: è quanto emerge dal [World InsurTech Report 2019](#) (WITR), pubblicato oggi da Capgemini ed [Efma](#).

*"Con l'evoluzione del mercato assicurativo le aziende del comparto andranno oltre il loro ruolo tradizionale, ovvero quello di coprire le perdite nelle quali i clienti incorrono, per diventare dei partner in grado di identificare e prevedere i rischi, offrendo assistenza in ambito assicurativo e per le esigenze correlate non assicurative", ha dichiarato **Monia Ferrari, Financial Services Director di Capgemini Business Unit Italy**. "Per approfondire le relazioni con i clienti, le compagnie di assicurazione dovranno incrementare la collaborazione con le InsurTech, che hanno già portato la customer experience ad altissimi livelli sfruttando le tecnologie più innovative e l'uso dei dati".*

*"Le compagnie di assicurazione possono trarre beneficio dalle partnership con le InsurTech man mano che il mercato diventa sempre più affollato", ha affermato **Vincent Bastid, Secretary General di Efma**. "Dai dati si evince che gli assicuratori e le InsurTech sono pronti a collaborare, a beneficio del cliente che avrà a disposizione prodotti e servizi più avanzati".*

Il World InsurTech Report 2019 individua un nuovo ecosistema assicurativo con un mercato aperto, basato sullo sviluppo di nuove esperienze che rispondono alle esigenze dei clienti, su una selezione strutturata delle InsurTech e su un go-to-market collaborativo. Di seguito i principali risultati dello studio:

Sono in corso quattro cambiamenti fondamentali nel settore

Il report evidenzia che l'industria assicurativa si sta evolvendo in quattro modi diversi:

- Il focus si sposta dal prodotto alla customer experience: il 70% degli assicuratori e delle InsurTech ha dichiarato che è fondamentale concentrarsi su soluzioni di rischio olistiche per i clienti al fine di creare il mercato assicurativo del futuro.

- L'evoluzione dei dati come asset chiave: più del 70% delle compagnie di assicurazione e delle InsurTech ha dichiarato che le capacità avanzate di gestione dei dati sono di estrema importanza.
- Il passaggio dal possesso degli asset a un'economia condivisa: più del 35% delle compagnie di assicurazione e delle InsurTech ritiene fondamentale il possesso condiviso degli asset.
- Partnership con operatori specializzati che superino il tradizionale approccio "Build or Buy": il 90% delle InsurTech e il 70% degli operatori tradizionali hanno dichiarato di voler avviare collaborazioni tra loro. Sia le compagnie di assicurazione che le InsurTech desiderano inoltre collaborare anche con altri settori, come quello sanitario, turistico, dei trasporti e dell'ospitalità.

La digital maturity è una priorità per gli assicuratori, ma le aspirazioni non corrispondono alla realtà

Mentre gli assicuratori si rendono conto dell'importanza di questi cambiamenti fondamentali, c'è un divario significativo tra le aspettative e l'attuale digital maturity. Ad esempio, il 79% delle compagnie di assicurazione afferma che le capacità avanzate di gestione dei dati sono importanti, ma solo il 37% ha in atto una concreta strategia di trasformazione digitale. Allo stesso modo, oltre un terzo (37%) ha dichiarato che la condivisione degli asset è fondamentale, tuttavia solo l'11% sta facendo leva sull'open architecture per collaborare con altri operatori del settore.

Collaborazioni e partnership devono diventare prioritarie

Il 68% delle compagnie di assicurazione afferma che le partnership hanno un ruolo di primo piano, tuttavia solamente il 32% ha dichiarato di avere all'attivo collaborazioni con partner del proprio ecosistema per fornire servizi a valore aggiunto. Un ecosistema integrato digitalmente sarà fondamentale per supportare le richieste dei clienti in termini di esperienze personalizzate e in tempo reale, offrendo servizi più convenienti e senza soluzione di continuità. Se da un lato è chiaro che le partnership aiuteranno a soddisfare le esigenze dei clienti, dall'altro c'è ancora molta strada da fare: meno del 40% degli operatori tradizionali desidera costruire infrastrutture tecnologiche predisposte per una collaborazione aperta con le InsurTech, al contrario più del 60% delle InsurTech desidera lavorare con gli assicuratori e porre le basi per una collaborazione di questo tipo.

Chi si trasforma in "Inventive Insurer" sarà sulla buona strada per raggiungere il successo

Lo studio stabilisce che il futuro successo sul mercato dipende in larga misura dalla capacità degli assicuratori di evolvere in *Inventive Insurer*. Ciò richiederà un miglioramento della loro maturità digitale e l'aumento dell'agilità, nonché l'adesione a un ecosistema aperto per accertarsi che il cliente rimanga al centro del proprio business e proporre offerte digitali basate su una collaborazione efficace con le InsurTech.

Metodologia di ricerca

Il World InsurTech Report (WITR) 2019 copre tutti e tre i grandi segmenti del settore assicurativo: ramo vita, danni e malattia. Il report di quest'anno si basa su informazioni raccolte attraverso due fonti: sondaggi e interviste con le compagnie di assicurazione tradizionali e le InsurTech. Tale ricerca, nel suo insieme, ha raccolto le opinioni di oltre 75 dirigenti in 20 mercati: Australia, Belgio, Brasile, Cina, Danimarca, Francia, Germania, India, Israele, Italia, Giappone, Singapore, Sudafrica, Spagna, Svezia, Svizzera, Olanda, Turchia, Regno Unito e Stati Uniti.



Capgemini

Leader mondiale nei servizi di consulenza e tecnologia e in ambito di digital transformation, Capgemini è all'avanguardia nell'innovazione per consentire ai suoi clienti di orientarsi al meglio in un mondo costantemente in evoluzione del cloud, del digitale e delle piattaforme. Forte di 50 anni di esperienza e di una profonda conoscenza degli specifici settori di mercato, Capgemini sostiene le organizzazioni nel realizzare le proprie ambizioni di business, offrendo una gamma di servizi che vanno dalla strategia alle operations. Capgemini è mossa dalla convinzione che il valore di business della tecnologia sia creato dalle e attraverso le persone. Con un'organizzazione multiculturale di 200.000 dipendenti presenti in più di 40 paesi nel mondo, nel 2018 il Gruppo Capgemini ha registrato ricavi per 13,2 miliardi di euro.

Visita il nostro sito www.it.capgemini.com. *People matter, results count.*

Efma

Organizzazione globale senza fini di lucro fondata nel 1971 da banche e compagnie di assicurazioni, Efma facilita l'attività di networking tra i decisori. Fornisce analisi di qualità per aiutare le banche e le compagnie di assicurazione a prendere le decisioni giuste per promuovere l'innovazione e promuovere la loro trasformazione. Oltre 3.300 brand in 130 paesi sono membri di Efma. Sede centrale a Parigi. Uffici a Londra, Bruxelles, Stoccolma, Bratislava, Dubai, Milano, Montreal, Istanbul, Pechino, Tokyo e Singapore. Per informazioni visitare il sito www.efma.com

Efma Press Contact:

Anna Quinn

Tel.: +33 1 47 42 6771

E-mail: anna.quinn@efma.com