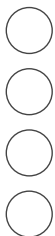


PRIVATE INSURANCE | ITALIA | EUROPA

Italia, le insurtech rosicchiano terreno

17 GIUGNO 2019 · GIORGIA PACIONE DI BELLO · 2 min

SALVA



- Le insurtech stanno portando l'innovazione nel settore assicurativo. Queste stanno infatti spingendo le compagnie a sviluppare soluzioni sempre nuove
- Tra cinque anni Bradimarte vede il 20% dell'offerta assicurativa Italiana veicolata tramite canali digitali, in linea con le medie Europee

READ MORE



OPERE D'ARTE

Art Basel 2019, vendite eccellenti a tutti i livelli

BY TERESA SCARALE

In Italia il digitale assicurativo fa fatica a decollare. Nel BelPaese "il 4% delle polizze viene veicolata tramite canali digitali, versus un 5,5% europeo. Di questo 4%, il settore auto rappresenta oltre il 90%" dichiara Simone Ranucci Brandimarte, Presidente del Gruppo DigiTouch

La tecnologia sta avanzando sempre di più. La blockchain, i Big data e l'intelligenza artificiale stanno sempre di più prendendo spazio. *Ma il mondo assicurativo è pronto all'avanzata del digital?* I colossi del web come Amazon e Google stanno iniziando a



sperimentare sempre più soluzioni assicurative ad hoc per i consumatori privati. Il mondo insurance italiano e non sta dunque cercando di rispondere a questi attacchi anche con l'aiuto delle insurtech, che portano innovazione. **Simone Ranucci Brandimarte**, Presidente del Gruppo DigiTouch spiega a **We- Wealth** la sua visione sul settore assicurativo italiano

Brandimarte, come sta cambiando il mondo delle assicurazioni? Quali nuovi fattori ci sono?

L'avvento di nuove tecnologie, legate alla blockchain, ai Big data, all'IoT e al machine learning, assieme allo sviluppo di un nuovo consumatore digitale, stanno richiedendo al comparto assicurativo una rapida e costante corsa alla digitalizzazione. Oggi solo il 5,5% dell'offerta assicurativa, a livello Europeo, è veicolata tramite canali digitali: in una industry dove il 90% dei volumi è legato ad intermediazione fisica di agenti e broker, le assicurazioni hanno poco tempo per adeguarsi a questo nuovo mercato. Gli investimenti e le risorse in digitalizzazione sono ad oggi al centro dell'agenda delle compagnie assicurative, sia quelle globali che locali. L'industria assicurativa in tal senso è rimasta indietro nel rispondere alle nuove esigenze digitali di mercato; per questo dovrebbe puntare ad acquisire nuovi clienti tramite il marketing digitale con offerte sempre più mirate e profilate.

Che ruolo hanno le insurtech?

Le società insurtech portano innovazione nell'ambito della filiera assicurativa. Svolgono il ruolo di acceleratori di compagnie assicurative nel veicolare un'offerta tecnologica e digitale, ed abilitano un nuovo mercato con grandi distributori, come banche, telco ed utilities. Le società insurtech, permettono inoltre alle compagnie di sviluppare soluzioni innovative offrendo il proprio know-how e competenze altamente specializzate, che spesso le società non possiedono. Fondamentale, in questo contesto anche il ruolo dei gruppi di marketing digitale che affiancano le compagnie nella digital transformation e nella comprensione del nuovo consumatore.

Le compagnie tradizionali sono pronte all'arrivo dei grandi giganti (Amazon, Google) nel settore assicurativo?

I nuovi fattori competitivi nel mercato assicurativo saranno rappresentati da usability, accesso alla customer base e accesso ad una grande quantità di dati: è evidente che i players Ott (over the top) abbiano grandi requisiti per conquistare una fetta importante del mercato assicurativo. Laddove volessero aggredire il settore, avrebbero certamente strumenti e competenze di gran lunga superiori rispetto a quelle a disposizione delle compagnie tradizionali; uno dei possibili scenari è che queste compagnie vengano integrate all'interno di questi soggetti. La capacità di servire il consumatore digitale, mette gli Ott sopra ogni altro soggetto: non è quindi rilevante se le compagnie assicurative siano pronte o meno, ma il quando gli Ott vogliano entrare seriamente nel mercato.

La clientela italiana è più legata al mondo digital di Amazon o preferisce il contatto umano delle compagnie tradizionali?

In Italia il 4% delle polizze viene veicolata tramite canali digitali, versus un 5,5% europeo. Di questo 4%, il settore auto rappresenta oltre il 90%. La clientela italiana è pronta ad una proposta di natura digitale ma è l'offerta che è ancora carente, essendo il mercato rappresentato da decine di migliaia di intermediari fisici, in primis agenti e broker. Ritengo quindi che il consumatore Italiano sia pronto, come altri, a valutare un'offerta digitale e fruibile direttamente e che l'offerta delle compagnie assicurative si debba velocemente adeguare a colmare questo gap di aspettativa. Questa è una grande opportunità per un mercato come quello Italiano dove c'è ampio spazio per la crescita del settore assicurativo.

Visione fra cinque anni del mondo assicurativo in Italia Vs estero?

Il 20% dell'offerta assicurativa Italiana sarà veicolata tramite canali digitali, in linea con le

NOMINE E PROMOZIONI

Aiba, confermato Luca Franzì presidente

BY REDAZIONE WE WEALTH

ALTRI ARTICOLI DI Giorgia Pacione Di Bello



IMMOBILIARE

L'80% del Pil globale verrà prodotto nelle città del futuro

BY GIORGIA PACIONE DI BELLO



IMPRESE E STARTUP

Milano, le startup nascono tutte qua

BY GIORGIA PACIONE DI BELLO



PRIVATE INSURANCE

Gli uomini battono le donne in fatto di previdenza complementare

BY GIORGIA PACIONE DI BELLO

medie Europee, e di questo il 50% non sarà legato al mondo delle auto. Le insurtech probabilmente saranno fuse nella filiera assicurativa mentre molte verranno integrate con le compagnie. Molti prodotti saranno di natura tecnologica, legate all' IoT (Internet of Things), wearable devices, Big data, blockchain, machine learning. L'innovazione dell'offerta passerà attraverso Big data e profilazione dei bisogni e delle esigenze dell'utenza, mentre gli investimenti saranno focalizzati su tecnologie e distribuzione digitale: molti degli attuali intermediari fisici (in primis agenti e broker) saranno costretti a dotarsi di un'offerta digitale se vorranno continuare ad operare sul mercato.



GIORGIA PACIONE DI BELLO

VUOI LEGGERE ALTRI ARTICOLI SU:

PRIVATE INSURANCE

ITALIA

EUROPA

© 2019 Voices of
Wealth S.r.l.

Menu

TALENTS
VOICES[Chi siamo](#)
[Magazine](#)
[Contatti](#)
[Privacy Policy](#)
[Cookie policy](#)
[Faq](#)

Seguici su



Iscriviti alla newsletter

REGISTRATI