Wall Street Italia

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

RAMO DANNI

UN MERCATO CHE FA GOLA A MOLTI

Nonostante il forte ricorso alla tecnologia, per le compagnie il ruolo degli agenti rimanga centrale

DI ANDREA FERRARI

Il mercato assicurativo italiano ha ancora grandi potenzialità di sviluppo. Soprattutto nel campo della protection. Secondo l'Ania (Associazione Nazionale fra le Imprese Assicuratrici) i margini di crescita sono ampi: le famiglie e le piccole e medie imprese sono sottoprotette, così come le abitazioni italiane. Il 78% delle case in Italia è esposto a un rischio medio-alto, anche a causa dei cambiamenti climatici, ma solo il 2% è assicurato.
Sempre secondo l'Ania, l'industria assicurativa sta cambiando pelle e modelli di business, mutando l'offerta di prodotti e servizi e usando la tecnologia a supporto dell'offerta. Parliamo della domotica nella casa, della telematica nell'auto, della telemedicina nella copertura della salute. L'industria sta usando i big data per meglio personalizzare una copertura o per meglio prezzare un prodotto.
Uno sforzo che le compagnie stanno realizzando indotte anche dalla nuova direttiva Idd sulla distribuzione dei prodotti assicurativi e dalla decisa sterzata dei principali gruppi bancari verso la vendita di prodotti del ramo Danni nelle filiali per fare fronte alla flessione nei tradizionali prodotti bancari.

RETI DISTRIBUTIVE SONO COMPOSTE DA AGENTI, BROKER, BANCARI E CONSULENTI FINANZIARI

I margini di crescita nel campo della protection sono elevati: le famiglie e le piccole e medie imprese sono sottoprotette, così come le abitazioni italiane

La tecnologia avvicina i clienti. Da parte degli italiani c'è una crescente apertura e un sempre maggiore interesse verso il mondo assicurativo, cui si chiede però di innovare, proponendo prodotti vicini alle persone, con un elevato contenuto tecnologico e in grado di semplificare concretamente la vita quotidiana. Secondo la ricerca Axa Episteme il 65,3% degli italiani sarebbe anche disposto ad acquistare polizze connesse a dispositivi tecnologici in auto e in casa e il 74,9% si sentirebbe più sicuro con un sistema di monitoraggio intelligente per la propria abitazione.
Le soluzioni innovative influenzano positivamente la propensione all'acquisto degli italiani. In particolare la ricerca di Axa ha evidenziato che quando viene proposta loro l'automazione dei processi di rimborso o la gestione a 360° della salute il 28,6% del campione sottoscriverebbe un contratto

Wall Street Italia

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

Quando la App diventa broker

Anche il mondo insurtech sta cogliendo le esigenze di copertura dei rischi da parte degli italiani.
In particolare Yolo è il primo broker assicurativo totalmente digitale: permette di accedere e sottoscrivere in tempo reale e pay per use i prodotti dei maggiori gruppi assicurativi italiani ed internazionali, attraverso una piattaforma per creare e gestire un'offerta assicurativa on-demand. Nel suo azionariato sono presenti numeri investitori istituzionali.C'è poi anche Poleecy che, grazie alla geolocalizzazione e alla tecnologia blockchain, permette di stipulare una polizza in qualsiasi momento. Anche in questo caso scaricando l'app è possibile acquistare micropolizze legate ai viaggi aerei, alle vacanze, allo sport, e polizze sui rischi da cyber attack ma anche micropolizze su auto e su qualsiasi oggetto importante.

se questo gli consentisse di accedere a programmi di prevenzione oltre al rimborso delle spese mediche e il 28,4% acquisterebbe una polizza che gestisse a 360° l'assistenza in caso di non autosufficienza. "Viviamo in un mondo caratterizzato da rischi emergenti, sempre più volatile e iperconnesso, che richiede risposte nuove per gestire questa complessità e proteggere meglio le persone – spiega **Patrick Cohen**, ceo del gruppo Axa Italia –.
Dalla ricerca Axa-Episteme emergono preoccupazioni importanti, soprattutto legate agli aspetti socioeconomici individuali, come la pensione, il lavoro o la salute. Questi dati rafforzano la nostra convinzione: sempre di più dobbiamo saper prevedere l'imprevedibile, facendo leva sulla nostra expertise nella prevenzione e gestione dei rischi nel lungo periodo, per diventare veri partner dei nostri clienti. "

65%

LA QUOTA DI ITALIANI DISPOSTI A COMPRARE POLIZZE CONNESSE A DISPOSITIVI TECNOLOGICI DI PREVENZIONE

Centrale il ruolo del consulente. Secondo Axa l'implementazione di prodotti tecnologici e nuovi canali non andrà a erodere l'importanza del fattore umano e la centralità delle reti distributive.
Della stessa opinione anche Generali che ha presentato il nuovo piano industriale al 2021. La compagnia del Leone ha evidenziato che i trend demografici e di riduzione della spesa pubblica guideranno lo sviluppo di servizi in ambito pensionistico, sanitario e del welfare. Mettendo al centro della strategia il cliente e non più il prodotto Generali ritiene che le reti distributive fisiche saranno rafforzate e non sostituite dalla digitalizzazione. Pertanto rimarranno un vantaggio competitivo per l'industria e grazie agli strumenti tecnologici a loro disposizione si avrà una più alta soddisfazione dei clienti, maggiore produttività ed efficienza. Insomma una sicurezza per chi è a caccia di protezione.