

COMUNICATO STAMPA

RICERCA CeTIF-EXCELLENCE CONSULTING/ Compagnie assicurative italiane, è l'ora della *Digital Transformation*. L'80% delle Compagnie intervistate investirà nel prossimo biennio per innovare la *customer experience*. Seguono i canali digitali e prodotti e servizi abbinati a *connected device* (*black box* per l'auto, *white box* per la casa e dispositivi *wearable* per la persona)

Milano, 19/09/2016 - Le principali Compagnie di assicurazione a livello globale sono impegnate da alcuni anni nella realizzazione di numerosi progetti di *digital transformation* che permettono alle aziende, da un lato, di stare al passo dei *big player* digitali e rispondere alle rinnovate esigenze della clientela, dall'altro di cogliere le opportunità offerte dalle nuove tecnologie in termini di ottimizzazione dei processi operativi, automazione e riduzione dei costi, e avanzamento nell'integrazione dei canali innovativi con le reti tradizionali.

La realtà fotografata dalla ricerca "Il governo del cambiamento verso la **Digital Insurance**" promossa da CeTIF in collaborazione con Excellence Consulting, alla quale hanno partecipato 8 realtà operanti sul mercato italiano (**Assimoco, BNP Paribas-Cardif, Groupama Assicurazioni, Helvetia Assicurazioni, ITAS Assicurazioni, Reale Mutua Assicurazioni, Sara Assicurazioni, Società Cattolica di Assicurazione**) mostra come le Compagnie siano in primo luogo interessate a innovare per semplificare ed efficientare i processi operativi. In questi anni il principale *driver* del cambiamento è stato la riduzione dei costi (dichiarato dal 100% panel), cosa che ha reso oggi l'area sinistri come una delle più evolute. Nel prossimo biennio gran parte degli investimenti si concentreranno nell'area "business" con particolare attenzione ai temi dell'omnicanalità e della "gestione della relazione" (prioritaria per l'80% delle realtà

intervistate) al fine di sviluppare *customer experience* distintive in grado di soddisfare appieno i bisogni del cliente.

Per oltre il 50% del panel, l'evoluzione del mercato passerà anche dall'innovazione dei prodotti e servizi offerti che potranno contare sull'utilizzo dei *connected device* (*black box* per l'auto, *white box* per la casa e dispositivi *wearable* per la persona). Molte Compagnie offrono già prodotti basati sull'installazione di *black/white box*, mentre sono in fase di sperimentazione le applicazioni *wearable* (il 60% guarda con interesse il ramo infortuni-malattia). Queste tecnologie svolgeranno un ruolo importante sia nel momento della sottoscrizione di un contratto (per l'attivazione di specifiche garanzie e la definizione del *pricing*), sia per l'erogazione di servizi a valore aggiunto (come il monitoraggio e l'assistenza personalizzata).

A livello nazionale le Compagnie di assicurazione presentano approcci molto differenti al digitale, con alcune imprese attualmente impegnate nell'implementazione di singole iniziative "tattiche" e altre che invece hanno approcci più strutturati, strategici, atti a governare l'innovazione a 360°.

Per un approccio olistico all'innovazione, oltre alla componente tecnologica, le Compagnie dovranno essere in grado di definire adeguati processi di *change management*, che prevedano il coinvolgimento dell'intera organizzazione nel processo di trasformazione, sia in termini di rinnovamento organizzativo (strutture, sistemi, processi), sia in termini di evoluzione della cultura aziendale e delle competenze delle risorse umane. I prossimi investimenti interesseranno anche l'area *Human Resources* come l'estensione della mappatura delle competenze digitali a tutto il personale dipendente, comprese le reti esterne.

"La sfide per le compagnie assicurative italiane si giocheranno principalmente su tre fronti – afferma **Federico Rajola, direttore di CeTIF e docente ordinario di organizzazione aziendale all'Università Cattolica di Milano**. Al primo posto l'innovazione del modello di servizio, con l'integrazione dei canali web, mobile e social ai tradizionali canali "fisici" per offrire al cliente completa autonomia e *customer journey* di assoluto valore; in secondo luogo, incrementare la conoscenza del cliente sfruttando informazioni provenienti da fonti esterne, come i *device IoT*, per offrire servizi personalizzati e migliorare l'efficacia commerciale. Infine, sarà importante riuscire a dotare le organizzazioni di strutture e

personale con skill adeguate per governare la “rivoluzione digitale” che non ha precedenti nel mercato assicurativo.”

“La partecipazione e l’interesse delle compagnie coinvolte nella ricerca – **dichiara Stefano Moroni, partner di Excellence Consulting** – dimostrano che dopo la fase della Digital Implementation, il settore ha consapevolezza di essere entrato nella fase della Digital Transformation, quella cioè che interessa i modelli di business, di servizio e quelli organizzativi. La scommessa in ultima istanza è riuscire ad assecondare tale cambiamento declinandolo in nuovi prodotti e servizi, risultato difficile da conseguire senza una visione d’insieme delle molte variabili, basti pensare per esempio alla spinta delle iniziative InsurTech e al contesto di forte confronto tra “new entrants” e “incumbents” ossia i soggetti che già presidiano il mercato.”

CeTIF Il Centro di Ricerca in Tecnologie, Innovazione e Servizi Finanziari (CeTIF) dal 1990 realizza studi e promuove ricerche sulle dinamiche di cambiamento strategico e organizzativo nei settori finanziario, bancario e assicurativo. Ogni anno attiva più di **15 Competence Centre e Osservatori**, cui possono partecipare i **20.000 professionisti** che costituiscono il network di CeTIF, e organizza oltre **10 workshop** dedicati a banche e assicurazioni, con l’obiettivo di favorire fra i partecipanti lo scambio di esperienze su temi specifici e sull’adozione di pratiche innovative. A tutto ciò si aggiungono i progetti di ricerca internazionali realizzati in collaborazione con le principali università e società di analisi e attività di ricerca presenti nel mercato. Tra i suoi partner istituzionali figurano: Banca d’Italia, ISVAP, ABI, ANBP, ANIA e CONSOB. Il CeTIF è, inoltre, socio fondatore del FIT: l’Associazione europea dei centri di ricerca sulla finanza e l’Information Technology. www.cetif.it

Excellence Consulting Excellence Consulting, fondata nel 2007 da Maurizio Primanni, attuale CEO, e da Renato Ferri Pacini, ha sede a Milano e a Roma. E’ una società di consulenza con focus principalmente sui comparti bancario, assicurativo e del risparmio gestito. A integrazione del bouquet vengono costituite nel 2014 le società Excellence Education (formazione) ed Excellence Innovation (IT). www.excellence-consulting.com