

DIVULGARE E FAR CRESCERE LA CULTURA DELL'INSURTECH

di MARIA MORO

L'INNOVAZIONE DIGITALE NEL SETTORE ASSICURATIVO PUÒ ESSERE OGGI RAPPRESENTATA COME UN INSIEME DI ESPERIENZE NON ANCORA CONSOLIDATO IN UN ECOSISTEMA DIFFUSO. DA QUI L'ESIGENZA DI FAVORIRE LO SVILUPPO DI NUOVE IDEE IN PARALLELO ALLA CREAZIONE DI PRODOTTI

Nell'attuale panorama insurtech, le società tecnologiche ricoprono anche un ruolo implicito nella creazione della cultura sulla materia, facendo sintesi tra esigenze, esperienze e soluzioni. Consapevole di questa veste, **Rga** ha partecipato e condotto iniziative con l'obiettivo di diffondere conoscenza e idee innovative per la digitalizzazione nel settore assicurativo che hanno coinvolto start up e grandi compagnie.

All'Innovation Summit 2021 **Adriano De Matteis**, managing director di Rga, ha illustrato le diverse iniziative portate avanti con enti e istituzioni finalizzate al dibattito sull'innovazione. Una di queste è il white paper realizzato nell'ambito dell'American Chamber of Commerce con il gruppo *Insurance*, di cui fanno parte le principali compagnie assicurative che operano in Italia, "un documento che raccoglie resoconti quantitativi e contributi di confronto sulle esperienze, così da realizzare un quadro sullo stato dell'arte nel settore insurtech".

Rga, ha spiegato De Matteis, "si pone come promotore e divulgatore di informazioni per far crescere e premiare le idee innovative e valide, con metodologie moderne che aiutano a mettere in evidenza il vero valore delle proposte".



Adriano De Matteis, managing director di Rga

Un esempio è *Technovate*, evento messo a punto in Italia cinque anni fa con un format che prevede lo scouting di una decina di insurtech e fintech poi invitate a presentare le proprie soluzioni ai clienti di Rga, "che in questo caso opera con un ruolo di ponte tra imprese innovative e compagnie".

È invece una competizione di idee *Big Ideas Competition*, realizzata da **RgaX** con un respiro europeo. Lo scopo della gara è presentare soluzioni per il mondo assicurativo provenienti da start up in diversi settori di attività, realtà con competenze diverse che possono portare un contributo di novità. Infine Rga si fa promotrice di *Design Sprint*, un metodo di confronto che punta a una selezione di qualità, "evitando che le idee presentate siano premature o non abbastanza strutturate".

L'ESPERIENZA NELLA SOTTOSCRIZIONE DIGITALE

La competenza di Rga nel diffondere conoscenza parte dall'esperienza sul campo. La sua soluzione più nota in ambito di innovazione tecnologica è la *suite* di prodotti per la selezione automatica del rischio, che permette ai punti vendita dei differenti canali (intermediari assicurativi, banca, ecc) di sottoscrivere una polizza vita o salute direttamente di fronte al cliente, identificando in fase di compilazione online i potenziali rischi. La suite, presentata in Italia già nel 2015, è oggi diffusa in 20 paesi con oltre 50 implementazioni.

Una soluzione disponibile sul mercato è **Vite Sicure**, *customer journey* vita interamente digitale, sviluppato con SquareLife e Bis. Si tratta di una piattaforma che segue tutto il percorso di una copertura Tcm, come - ha spiegato - De Matteis "dal marketing alla selezione del rischio, dalla presentazione delle condizioni contrattuali alla proposta dei prodotti, caratterizzata da un approccio di comunicazione digitale moderno e costruito per l'immediata comprensione del cliente".