

## ECOSISTEMI ASSICURATIVI, ESPERIENZE A CONFRONTO

I CONFINI TRA I DIVERSI SETTORI INDUSTRIALI SONO SEMPRE PIÙ LABILI, ALLO STESSO MODO ANCHE LA DISTANZA TRA I DIVERSI ECOSISTEMI TENDE A RIDURSI. IN UNA TAVOLA ROTONDA, QUATTRO PROTAGONISTI DEL MERCATO HANNO DATO UN QUADRO DI COME IL SETTORE IN QUESTO MOMENTO STIA AMPLIANDO IL SUO RAGGIO DI AZIONE ATTRAVERSO TECNOLOGIE E COLLABORAZIONE, CREANDO ANCHE NUOVI MODELLI DI BUSINESS

Sempre più strutturati e organizzati, gli ecosistemi stanno rivoluzionando giorno dopo giorno il modo di proporre prodotti e servizi intorno al mondo dell'assicurazione, soprattutto negli ambiti riguardanti la salute, la mobilità e l'abitazione. Il panorama è in rapida evoluzione, con le compagnie che si trovano a doversi confrontare con competitor e partner nuovi. I protagonisti di alcune tra le principali esperienze in atto forniscono un racconto vivo di quello che si sta muovendo nel mercato. Lo hanno fatto nel corso della tavola rotonda che ha concluso la prima giornata dell'Innovation Summit 2022, con una panoramica di esperienze tra vari player, assicurativi e non. Alla discussione, moderata da **Matteo Bonati**, insurance director di **Capgemini** in Italia, hanno partecipato **Emanuele Basile**, chief sales officer di **Allianz Partners Italia**; **Giacomo Gargani**, head of strategy di **Axa Italia**; **Gianfilippo Lena**, ceo di **Telepass Assicura**; **Giacomo Lovati**, chief beyond insurance officer del gruppo **Unipol**.

### CONFINI CHE DIVENTANO PIÙ LABILI

Da un punto di vista di mercato, ha detto Giacomo Gargani, “vedo due grandi cambiamenti: il primo è che i confini tra i diversi settori industriali sono sempre più labili, il secondo è che anche la distanza tra i diversi ecosistemi tende a ridursi e in alcuni casi

a convergere”. In questo contesto, Axa ha iniziato a iniziare a muoversi da diversi anni: “mettiamo sempre al centro, come fattore critico di successo, la collaborazione con i nostri partner, che riteniamo essere un elemento indispensabile per navigare nella complessità degli ecosistemi”, ha affermato Gargani, che ha citato come esempio la partnership che Axa Italia ha sottoscritto con la business unit *e-home* di **Enel X** in ambito salute”. E proprio nel segmento *health* la compagnia ha sviluppato la principale esperienza negli ecosistemi: “abbiamo fatto la prima *vertical integration* sul mercato – ha ricordato Gargani – che ci ha portato, oggi, ad avere quattro centri diagnostici di proprietà, e che rappresenta soltanto uno degli asset del nostro ecosistema. In questi anni infatti abbiamo costruito un ecosistema di servizi grazie ad asset fisici e digitali che oggi sono pienamente integrati”.

### APRIRE NUOVI SPAZI

Anche Unipol, come ha spiegato Giacomo Lovati, è riuscita a costruire un percorso molto solido, soprattutto nella mobilità. “Non vogliamo solo essere intermediatori di servizi – ha detto – ma vogliamo gestire l'intero ecosistema”. Questo approccio si applica a tutti gli ambiti in cui il gruppo bolognese è attivo, da quello della mobilità, già ampiamente sviluppato da Unipol e ampliato con il recente lancio di **UnipolMove**, al siste-



Da sinistra: **Emanuele Basile**, chief sales officer di Allianz Partners Italia; **Matteo Bonati**, insurance director di Capgemini in Italia; **Gianfilippo Lena**, ceo di Telepass Assicura; **Giacomo Gargani**, head of strategy di Axa Italia; in video **Giacomo Lovati**, chief beyond insurance officer del gruppo Unipol

ma salute, dove “abbiamo un grande vantaggio perché riusciamo a tenere insieme domanda e offerta, anche grazie alla capacità di **UniSalute**, mentre nel property è stata creata un’azienda, **Unipol Home**, per intervenire direttamente sui sinistri relativi alla casa”. Un’altra iniziativa che Unipol si accinge a mettere in campo, riguarda l’ambito degli amministratori di condominio, “un mercato molto ricco e significativo”, ha osservato Lovati, e in cui “riteniamo che una proposta col brand Unipol possa essere molto incisiva, tanto da poter aprire un nuovo canale di vendita”, andando a creare sinergie non solo per la singola polizza ma anche per tutto quello che gravita intorno all’assicurazione.

## ORCHESTRARE ALLA PERFEZIONE LE PARTNERSHIP

Dal punto di vista di un player non assicurativo come Telepass, Gianfilippo Lena ha parlato del legame con il mondo delle polizze, che recentemente si è ulteriormente arricchito con il lancio, in partnership con **Generali Italia**, del prodotto *Next*, un dispositivo unico che dà accesso sia ai servizi offerti da Telepass, sia a quelli sviluppati da Generali Jeniot. “I risultati che abbiamo ottenuto negli anni – ha detto – ci hanno spinto a lanciare sempre nuovi servizi, che negli ultimi anni hanno coinvolto anche l’ambito assicurativo grazie alle partnership che abbiamo sottoscritto”. Oggi Tele-

pass nel suo insieme offre circa 30 servizi diversi ai clienti. Per veicolarli nel modo più opportuno “occorre un’orchestrazione che funzioni in modo efficiente e che leghi l’offerta del servizio al momento in cui sorge il bisogno”. In questo, ha osservato Lena, “è decisivo l’apporto di cultura assicurativa da parte dalle persone che abbiamo coinvolto nei nostri progetti”.

## QUANDO LA SOLUZIONE È EMBEDDED

Caratteristica indispensabile per un ecosistema, infatti, è che tutti i servizi offerti si incastrino alla perfezione. “In ogni acquisto – ha detto Emanuele Basile – ci possono essere delle esigenze assicurative latenti. Gli ecosistemi hanno come obiettivo proprio quello di far vivere ai propri clienti un’esperienza tranquilla”. All’interno del gruppo Allianz il compito di creare questa orchestrazione è oggi affidato proprio ad Allianz Partners, compagnia che, come suggerisce il nome, si occupa di lavorare con i partner e di offrire un servizio immediato. “Il nostro gruppo – ha spiegato Basile – ha trasformato una vecchia compagnia, **Mondial Partners**, rendendola più moderna e cambiando le modalità di distribuzione. In Italia abbiamo molti esempi in cui offriamo soluzioni embedded al servizio, e in questo momento ci interessa molto incidere nell’ecosistema della mobilità”. **B.M.**