

# COMPAGNIE DATA DRIVEN PER ESSERE PROTAGONISTE DEGLI ECOSISTEMI

di MARIA MORO

IL GOVERNO DEI DATI È FONDAMENTALE PER PASSARE DA UNA LOGICA DI PRODOTTO A UNA DI SERVIZIO E METTERSI AL CENTRO DI UN SISTEMA CHE INCLUDE TUTTI GLI ATTORI UTILI A SODDISFARE LE ESIGENZE DEI CONSUMATORI. CON QUESTO OBIETTIVO IL SETTORE ASSICURATIVO STA INVESTENDO IN MODO IMPORTANTE NELL'INSURTECH

La logica degli ecosistemi è sempre più nella strategia del settore assicurativo, ma serve un maggiore orientamento alla tecnologia e alla cultura del dato. Aumentano gli investimenti nelle insurtech e le compagnie assicurative sono tra i primi attori di questa crescita. Lo rileva la sesta edizione dell'*Insurtech Outlook* di **Ntt Data**, presentato all'Innovation Summit da **Sergio Dizza**, Svp head of insurance Italy di Ntt Data. Il 2021 è stato un anno eccezionale per gli investimenti nel settore delle insurtech che hanno raggiunto i 10 miliardi di dollari, cifra a cui vanno sommati i 4 miliardi raggiunti dalle grandi insurtech quotate in Borsa, complessivamente il mercato ha segnato un +175% rispetto al 2020.

Il settore assicurativo è il secondo più attivo negli investimenti con 3 dei 10 miliardi delle non quotate. Un attivismo che, secondo Dizza, dimostra l'interesse per la capacità di portare innovazione: "Le compagnie investono nell'insurtech relativa al settore dei *financial service* per aprirsi su nuovi mercati, ma guardano con interesse alle start up, con l'obiettivo di trovare



**Sergio Dizza**, Svp head of insurance Italy di Ntt Data

soluzioni per efficientare specifici ambiti della catena del valore". Più in dettaglio, gli investimenti si concentrano in tre cluster: al primo posto è la *distribuzione*; segue la *salute*, con particolare attenzione verso gli employee benefit e la telemedicina; il terzo cluster riguarda gli ambiti tecnologici specifici, come la *customer experience* o la gestione operativa in relazione ai sinistri o alla riduzione dei costi.

## CULTURA DEL DATO E DEL SERVIZIO

Seguendo il concetto dell'open insurance, sono quattro gli ecosistemi primari che rispondono ai bisogni dei clienti, ovvero, la salute, i servizi per la casa, la *smart mobility* e la protezione del business indirizzato alle aziende. Secondo Dizza, il valore degli ecosistemi è quello di essere "il punto di accesso per la soddisfazione di una categoria di bisogni del cliente, ma va tenuto conto anche dell'opportunità di collaborare con gli altri attori e di utilizzare la reciproca *customer base*". In questo senso, una compagnia può essere più o meno coinvolta nell'ecosistema: si va dal porsi come partner in un contesto orchestrato da altri, all'essere identificata come *champion* in un ecosistema che include terze parti, fino alla possibilità di essere *owner*, soprattutto negli ambiti di business con una maggiore marginalità. "Per avere un ruolo da protagonista la compagnia deve avere una gestione *data driven*, che implica una cultura dell'uso del dato, e deve essere *service oriented*, superando la logica del prodotto per avere il governo della relazione con il cliente. In sintesi, le compagnie che si vogliono porre come protagoniste degli ecosistemi devono aprirsi e sviluppare al proprio interno i nuovi processi, la cultura e le *capability* per governare il business del futuro".