

TRASFORMAZIONE DIGITALE, LA SFIDA DELL'ADOPTION

di FABRIZIO AURILIA

NELLA PRIMA TAVOLA ROTONDA DEL CONVEGNO, SI SONO CONFRONTATI MATTEO BEVILACQUA (WEFOX ITALIA), ROBERTO LECCISO (GRUPPO HELVETIA ITALIA) E ALBERTO TOSTI (SARA ASSICURAZIONI), IN UN DIBATTITO SULLE STRATEGIE, LE TECNOLOGIE E LE INIZIATIVE DI TRE REALTÀ MOLTO DIVERSE DEL MERCATO ITALIANO

Tre punti di vista diversi si sono confrontati durante la prima tavola rotonda della mattinata del convegno di **Insurance Connect** dedicato al settore motor. Moderata da **Maria Rosa Alaggio**, direttore di *Insurance Review*, la tavola rotonda ha visto dibattere **Matteo Bevilacqua**, ceo di **wefox Italia**; **Roberto Lecciso**, ceo del **Gruppo Helvetia Italia**; e **Alberto Tosti**, direttore generale di **Sara Assicurazioni**.

I tre top manager hanno discusso di strategie, tecnologie e iniziative per lo sviluppo in campo Rc auto: da un lato una compagnia tradizionale italiana, con una vocazione storica per il mercato auto, dall'altro un'impresa internazionale e generalista con una rete plurimandataria, e in mezzo un'insurtech da poco entrata nel mercato italiano che mette la tecnologia al servizio dell'assicurazione. I relatori hanno comunque concordato sull'idea che dopo la trasformazione digitale, ora la sfida è l'adoption, per fare ricavi e non solo aumentare l'efficienza.

CAMBIA LO SCENARIO

Convitata di pietra del dibattito è stata l'inflazione, protagonista di questa fase storica sui mercati finanziari e grande nemica delle banche centrali, che la stanno combattendo con mezzi (il rialzo dei tassi) che rischiano di accentuare la dinamica recessiva in atto in Italia ed Europa.

IMMAGINARE IL FUTURO, ACCETTARE IL CAMBIAMENTO

“ Per noi *insurtech* significa arricchire e migliorare i processi delle compagnie tradizionali. Il mercato è della rete, ed è per questo che i nuovi operatori non sfondano. Ma ora anche gli intermediari sono di fronte alla sfida del *change management*”. Secondo Alberto Tosti, direttore generale di Sara Assicurazioni, la tecnologia è soprattutto un abilitatore, un booster, per le compagnie che puntano al rinnovamento e all'ammodernamento dei processi. “Ci stiamo muovendo in questa direzione ormai da tempo - ha aggiunto - trasformando il modello operativo, lavorando sui costi e sull'efficienza”.

Per Roberto Lecciso, ceo del Gruppo Helvetia Italia, il mondo assicurativo è stato finora troppo chiuso e poco capace di attrarre competenze nuove che arrivano da altri comparti, per esempio il settore delle telefoniche o della tecnologia di largo consumo. “Le tecnologie, i dati e i sistemi sono importanti ma quello che deve migliorare è la capacità delle persone di immaginare il futuro e accettare il cambiamento”, ha concluso.



Da sinistra: **Roberto Lecciso**, ceo del Gruppo Helvetia Italia; **Matteo Bevilacqua**, ceo di wefox Italia; **Maria Rosa Alaggio**, direttore di Insurance Review e **Alberto Tosti**, direttore generale di Sara Assicurazioni

Lo ha sottolineato, in apertura, Alberto Tosti: “avevamo fatto un budget – ha detto – con una prospettiva di inflazione del 3,5% ma abbiamo subito capito che non era realistico e che stava cominciando una fase avversa dopo un ciclo favorevole con un’inflazione che di fatto ci aveva favorito”. Altro alleato delle compagnie, in questi anni, è stato il regime di *Solvency II*, che ha permesso alle imprese di mantenere alta la solvibilità, “con gli effetti sui passivi che hanno più che compensato quelli sugli attivi”.

Per quanto riguarda più specificatamente l’Rc auto, Tosti ha ricordato gli anni passati, durante i quali la frequenza è scesa e le compagnie sono riuscite ad “assecondare un percorso di avvicinamento al premio medio europeo”. Ora è il momento di fare selezione, “trattenere i contratti migliori e lasciare i peggiori”, ha spiegato Tosti. In questo clima di hard market, la tecnologia e la normativa sono le due frecce all’arco degli operatori del mercato.

DA HARDWARE A SOFTWARE

Dal punto di vista tecnologico, secondo Roberto Lecciso, la connettività è sempre più al centro del sistema. “L’industria dell’automotive è sempre stata un settore basato sull’hardware – ha argomentato il ceo del Gruppo Helvetia Italia – mentre oggi è sempre più un tema di software, valore dei dati e delle informazioni. Ci attendiamo un grande impatto sul mercato di tutte

quelle polizze basate sul comportamento di guida”. Un altro punto all’ordine del giorno, e ancora in grande evoluzione, è la guida assistita. Dall’elettronica, già esistente da molti anni sulle auto, fino alla guida autonoma, “questa innovazione porterà a una lunga serie di novità”, ha evidenziato Lecciso. Meno incidenti, da un lato, ma anche diversi (e controversi) profili di responsabilità. I rilievi normativi saranno molti e di difficile soluzione: sono già in corso, negli Stati Uniti, processi per il risarcimento dei danni, anche mortali, causati dalle auto a guida autonoma.

Ecco perché è necessario curare di più e meglio le partnership intersettoriali con i fornitori di tecnologia e di servizi: “dialogare con i partner esterni – ha detto Lecciso – vuol dire fare attenzione alla sicurezza: cautela, quindi, quando si segue quest’onda di innovazione”. In un contesto come quello attuale, in cui “non si vende solo la polizza ma anche un servizio e spesso un oggetto fisico”, le compagnie stanno virando verso “un’offerta *bundle*” da cui non si tornerà più indietro.

TECNOLOGIA AL SERVIZIO DELL’ASSICURAZIONE

E lo sa bene wefox, l’insurtech giunta in Italia da poco più di sei mesi e che è decisa a crescere soprattutto grazie alle partnership, come ha spiegato il ceo Matteo Bevilacqua. “Le nostre partnership – ha precisato – sono su due livelli: con le compagnie possiamo lavorare come Mga, oppure fornire la tecnologia per l’offerta dei loro prodotti sulla nostra piattaforma e sul nostro network. Agli intermediari, invece, diamo accesso a una piattaforma avanzata e a una serie di prodotti, ma anche a un servizio di creazione di lead. Poi abbiamo le nostre partnership nel mondo *affinity*, per esempio con le banche e le concessionarie”.

Il modello di business di wefox in Italia è diverso da quello degli altri unicorni insurtech, ed è, per certi versi, più tradizionale. “Rappresentiamo un settore in espansione – ha sottolineato Bevilacqua – ma crediamo che la tecnologia debba essere al servizio dell’assicurazione e non viceversa. Per noi, digitalizzazione non significa disintermediazione: in Italia il sistema non funziona così”. La start up si definisce “un abilitatore di business” sia per le compagnie, sia per gli intermediari: “è questo l’approccio corretto – ha chiosato – per entrare nel mercato retail del settore assicurativo”.