

ASSICURATORI ALLA RICERCA DELLA REDDITIVITÀ

di GIACOMO CORVI

IN UNO SCENARIO SEGNATO DALLA CRESCITA DELL'INFLAZIONE, TECNOLOGIA E SERVIZI POSSONO RIVELARSI VALIDI ALLEATI DEGLI INTERMEDIARI NELLA CREAZIONE DI VALORE: VINCENZO LATORRACA, AD DI GLOBAL ASSISTANCE, HA ANALIZZATO MODELLI E STRUMENTI CHE POSSONO CONTRIBUIRE AL CONTENIMENTO DEI COSTI E ALL'AUMENTO DEI RICAVI

Tutti alla ricerca della redditività. In uno scenario di mercato segnato da un'inflazione che ha già avuto modo di mettere sotto pressione le logiche di pricing e di incrementare il costo medio per sinistro, agenti e broker (ma non solo) sono oggi chiamati a sviluppare modelli e strumenti che possano contribuire all'aumento dei ricavi e al contenimento dei costi. In altre parole, come ha evidenziato **Vincenzo Latorraca**, amministratore delegato di **Global Assistance**, modelli e strumenti che sappiano "generare valore". Il manager si è soffermato su due possibili ambiti di intervento: tecnologia e servizi. Sul primo punto, Latorraca ha innanzitutto invitato la platea a "scegliere strumenti che sappiano garantire risultati concreti e generare valore nel medio e lungo periodo". Un esempio è dato dai nuovi sistemi di front end e, più nel dettaglio, dagli innovativi modelli di omnicanalità: "sono grandi alleati degli intermediari perché consentono di raggiungere il cliente su diversi punti di contatto, di ridurre i costi gestionali, di accelerare i tempi di lavoro e di gestire il rischio operativo", ha osservato.



Vincenzo Latorraca, amministratore delegato di Global Assistance

PIÙ VICINI GRAZIE A UN'APP

Grandi potenzialità, secondo Latorraca, risiedono anche nello sviluppo di app. "Guardate quello che è successo nel mondo bancario: l'utilizzo di questi strumenti è raddoppiato negli ultimi cinque anni, i clienti si sentono ora più vicini al proprio istituto di credito e si è innescato un meccanismo di fidelizzazione che nel nostro settore, in un scenario di premi in crescita, potrebbe rivelarsi fondamentale per la tenuta di business", ha commentato il manager. Altro fronte di interesse è fornito poi dai dati e, più in particolare, dal loro utilizzo nell'ambito del pricing. "Se dovessi scegliere un settore in cui investire, probabilmente sceglierei proprio questo", ha detto Latorraca. "Queste tecnologie – ha proseguito – hanno la capacità di generare un valore che poi si riverbera su tutto l'ecosistema assicurativo, toccando anche intermediari e clienti".

TRADIZIONALI, MA AL PASSO COI TEMPI

Sono tanti infine i modelli che il mercato assicurativo ha sviluppato negli ultimi anni nell'ambito dei servizi: assistenza, telematica, medicina digitale, noleggio di vetture e servizi finanziari, fino ad arrivare al traguardo della *open insurance*. In questo caso, tuttavia, il giudizio è ancora incerto. "Il modello ha senza dubbio dei vantaggi, come la crescita dei ricavi e la fidelizzazione del cliente, ma presenta comunque criticità, a cominciare dai costi elevati, che devono essere ben valutati prima di prendere una decisione definitiva", ha commentato Latorraca. Prima ancora di optare per questa scelta, è bene però che gli assicuratori abbiano ben chiaro in mente cosa vogliono essere. Anzi, per usare le parole di Latorraca, "cosa vogliono rimanere". L'auspicio del manager è infatti quello di restare "assicuratori tradizionali ma al passo con i tempi che cambiano, capaci di cogliere le opportunità del nuovo scenario di riferimento".