

# LA COMPAGNIA DIGITAL

di LAURA SERVIDIO

GESTIRE I PROPRI CLIENTI AGENZIALI IN MOBILITÀ. GARANTENDO OMOGENEITÀ E VELOCITÀ DI INTEGRAZIONE DEI SISTEMI INFORMATIVI SUI DIVERSI CANALI. PER RISPONDERE ALLA RIVOLUZIONE DIGITAL, RGI GROUP HA IMPLEMENTATO SISTEMI DI GESTIONE DELLA POLIZZA PAPERLESS E IN REAL TIME

Diventa sempre più strategica l'integrazione dei diversi canali distributivi nel business assicurativo. Per rispondere a questa esigenza, **Rgi Group** si è specializzata nello sviluppo e implementazione, per le compagnie, di soluzioni *Pas (Policy Administration System)*, modulari per tutti i canali distributivi e servizi tecnologici, destinando, negli ultimi due anni, il 10% dei ricavi ad attività di ricerca e sviluppo sugli asset tecnologici e annoverando più di 50 compagnie di assicurazione e circa 400 broker tra i fruitori delle sue applicazioni.

La punta di diamante dell'offering di Rgi Group – che nasce nel 1987 a Ivrea e conta, oggi, circa 50 milioni di euro di fatturato e oltre 650 addetti dislocati su sette sedi italiane e cinque estere – è *PASS\_Compagnia* e la suite assicurativa internazionale, *PASS\_Insurance*, oltre ai servizi di outsourcing, consulenza di business e organizzativa su processi e prodotti, system integration, servizi di formazione, assistenza e change management.

“Per molte compagnie italiane – conferma **Vito Rocca**, amministratore delegato Rgi Group – l'obiettivo da perseguire è l'omogeneità e soprattutto la velocità di integrazione dei sistemi informativi sui diversi canali, per

sfruttare la molteplicità di tutti i punti di contatto con l'assicurato: la rivoluzione digitale è in atto, con oltre 7,3 milioni di mobile workers in Italia e una crescita estremamente rapida della vendita di tablet – pari al 139% in più rispetto al 2011 – e di smartphone”.

Oltre a quella digitale, sono molte le sfide di business che le assicurazioni, oggi, devono affrontare, inasprite dalla crisi economica e dall'evoluzione normativa e dei rapporti tra intermediari e compagnie mandatarie. “Probabilmente andremo sempre di più verso modelli distributivi anglosassoni, dove vengono privilegiati i canali del brokeraggio e/o del plurimandatario, per i contratti *retail* più complessi e/o *corporate*, mentre verranno privilegiati i canali diretti per i contratti *retail* più semplici. Il peso delle attività amministrative in carico alle reti distributive sta ostacolando la capacità sia di fare business sia di contenere i costi. All'interno di questo scenario, le compagnie assicurative sono fortemente limitate da sistemi, infrastrutture e workflow tecnologici obsoleti, poco flessibili e inadatti”.

Le conseguenze possono diventare critiche: “lentezza nel *time-to-market* per l'avvio di nuovi prodotti, nume-

## RGI GROUP: VERSO I MERCATI INTERNAZIONALI

Un modello di successo, quello italiano, da replicare anche a livello internazionale. “La strategia di espansione di Rgi Group verso l'estero - racconta **Vito Rocca**, amministratore delegato di Rgi group - si è articolata in questi ultimi anni verso tre direzioni: in Francia, è in atto una forte strategia commerciale per capitalizzare gli investimenti nell'internazionalizzazione linguistica e normativa della suite *PASS\_Insurance*, con la valutazione di possibilità di M&A con system integrator locali; nella regione di lingua tedesca sono operative le due sedi di Francoforte e Würzburg, per la distribuzione delle soluzioni del gruppo sul mercato austriaco, tedesco e svizzero (Dach), mentre in Maghreb la regione è presidiata dalla nuova sede di Tunisi per la commercializzazione delle soluzioni del gruppo in questa regione. L'obiettivo è quello di replicare il modello di business italiano, concentrando, sulla sede di Dublino, la factory dedicata all'attività di ricerca e sviluppo sul Policy Administration System *PASS\_Insurance*. Dopo una prima fase conclusa con successo che ha segnato l'avvio di una strategia internazionale, abbiamo avviato una seconda fase di maggior spinta sui mercati internazionali. La crescita avverrà anche tramite un programma di alleanze che consentirà al gruppo di rivolgersi ai mercati internazionali insieme a partner selezionati, solidi e affidabili”.



**Vito Rocca**,  
amministratore delegato Rgi Group

rosi interventi manuali che ritardano i processi, eccesso di personale dedicato a operazioni di back office, allontanamento dalle *best practice* di settore, mancanza di governance sui processi critici, difficoltà a prevenire le frodi e identificare nuove opportunità di business, mancanza di coordinamento con gli intermediari e nell'assolvere alle nuove disposizioni di legge”.

## I PROCESSI IN DIGITALE

A fronte di queste criticità, la compagnia deve sapersi trasformare in una digital company, implementando un modello distributivo *end-to-end*, con sistemi di gestione della polizza completamente *paperless* e in *real time*. “Abbiamo lavorato in questi ultimi anni per mettere a punto una piattaforma tecnologica per un necessario e improcrastinabile recupero di efficacia ed efficienza, che incida, in modo significativo, sui processi interni delle compagnie e consenta di ottenere importanti economie di scala nella gestione di tutti i portafogli tecnici e nell'area sinistri. L'obiettivo è intervenire sul costo di esercizio e di evoluzione dei sistemi, sull'organizzazione generale, con ogni processo che nascerà in digitale, in una logica *end-to-end*, con un progressivo abbandono della carta. Le compagnie dovranno implementare delle scrivanie virtuali per gli utenti finali, front end intelligenti per migliorare sensibilmente la *user experience*, che consentiranno di guidare il processo, di definirne le priorità di esecuzione e di monitorarne le performance. La macchina definirà i diversi passaggi di un processo, le priorità e



Sede del gruppo Rgi

più in generale il governo, lasciando all'intervento umano le attività a più alto valore aggiunto”.

### OFFERTA SU TRE PILASTRI

Sono tre i pilastri su cui si fonda l'offerta Rgi Group:

**P&C e Life Digital Modernization** – Le funzionalità della suite PASS consentono di ottenere un vantaggio, non solo in termini di business, ma anche di migliorare il rapporto tra le compagnie e i propri clienti. *PASS\_Compagnia* oggi integra, in un'unica piattaforma applicativa, i rami vita, danni e sinistri e la forte componente di configurabilità del software e delle architetture permette di adattare il sistema alle esigenze organizzative delle compagnie che possono intraprendere modelli di cambiamento differenti.

**Claims transformation** – *PASS\_Sinistri* prevede la gestione, dalla preventivazione alla definizione del sinistro, della movimentazione, con dettaglio per copertura e possibilità di monitoraggio dell'evoluzione del sinistro al livello minimo di dettaglio. L'obiettivo è quello di incrementare l'efficienza della gestione dei sinistri in ottica *end-to-end*, grazie a soluzioni di Bpo; BPaaS, SaaS e piattaforme a basso costo.



**Digital Interactive add-on** – *PASS\_Mobile* è l'applicativo stand-alone in grado di soddisfare i requisiti di costante innovazione, agilità, sicurezza nell'ambito mobile assicurativo. La soluzione per l'espansione del mercato assicurativo verso la multicanalità, per innovare la modalità di vendita e cogliere nuove opportunità. *PASS\_Paperless* è una suite completa di prodotti che permettono la gestione dei processi assicurativi di una compagnia in modalità digital attraverso applicazioni di firma digitale, archiviazione e conservazione a norma dei documenti digitali e sistemi di pagamento. Infine, conclude Rocca, *PASS\_FrontEnd Multicanale* “è uno strumento tecnico-commerciale che unisce, in maniera sinergica e innovativa, i canali tradizionali con tutti i canali di vendita alternativi, quali il canale diretto (polizze online), l'*home banking*, l'*home insurance*, l'*affinity group*, i segnalatori e i call center”.

