

RIPENSARE IL MODO DI FARE ASSICURAZIONE

di BENIAMINO MUSTO

LO SVILUPPO DELLE CONNESSIONI SPOSTA LA CATENA DEL VALORE ECONOMICO DAL MONDO REALE A QUELLO VIRTUALE. QUESTO, SECONDO ANDREAS MOSER, AD DI MUNICH RE ITALIA, TRASFORMA PROFONDAMENTE L'INDUSTRIA ASSICURATIVA

Evoluzione della tecnologia, diffusione degli ecosistemi digitali, rischio cyber, cambiamenti nella regolamentazione, nuovi standard contabili. Sono queste le principali sfide che attualmente devono affrontare le compagnie, secondo **Andreas Moser**, amministratore delegato di **Munich Re Italia**: “tutti temi di grande rilevanza, non si tratta di teoria. Nel nostro portafoglio queste cinque sfide generano attualmente opportunità di business pari a circa il 50% del nostro volume d'affari nella riassicurazione”.

Tra questi temi, ha spiegato Moser, la tecnologia e gli ecosistemi sono i due ambiti attorno a cui c'è più preparazione. “La tecnologia ha cambiato l'interazione con gli utenti. E noi dobbiamo reinventare le modalità con cui portiamo le nostre soluzioni verso il cliente, ripensando al modo di fare assicurazione”. Servono prodotti più immediati, più snelli, più in grado di integrarsi negli ecosistemi. “A questo proposito – ha spiegato Moser – in Munich Re abbiamo sviluppato un *trend radar* in cui sono mappate le diverse tecnologie in quattro macro categorie: *user-centricity*; *connected world*, *artificial intelligence* e *disruptive technology*”.



Andreas Moser, amministratore delegato di Munich Re Italia

DAL MONDO REALE A QUELLO VIRTUALE

L'ascesa dell'Internet of things sta portando a un cambiamento paradigmatico, “spostando il valore economico dal mondo fisico a quello virtuale, verso ciò che sta dietro le cose da assicurare”, ha detto Moser. Questo implica una profonda trasformazione dell'industria assicurativa: assicurare gli oggetti fisici non è più sufficiente. “Bisognerà sviluppare soluzioni che creano protezione per le cose intangibili”. Munich Re su questo fronte si è attrezzata acquistando **Relayr**, società che sviluppa soluzioni IoT per le aziende.

2045, IL SORPASSO DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE

Ray Kurzweil, un guru in questo ambito, sostiene che nel 2045 l'intelligenza artificiale supererà quella umana. Ma già oggi il suo impatto sulla catena del valore è elevato. “Entro il 2022 – ha spiegato Moser – l'intelligenza artificiale svilupperà un volume di affari pari a 3,9 trilioni di dollari”. Gli investimenti di Munich Re in questo ambito riguardano diverse aree, tra cui la distribuzione, dove il riassicuratore sta lavorando a un sistema di cross selling in grado di apprendere in maniera autonoma, grazie a un algoritmo di *machine learning* che migliora le performance dell'intermediario.

RESTARE RILEVANTI

Per restare rilevanti le compagnie dovranno anche avere il coraggio di ripensare la propria cultura aziendale. Per l'ad di Munich Re Italia, un'impresa con una cultura di successo deve essere attrattiva, agile e decentralizzata, aperta alle partnership; non deve ragionare per compartimenti stagni, ma essere aperta alla sperimentazione. “Innovare non significa solo studiare le tecnologie e gli ecosistemi. Senza un'adeguata cultura aziendale – ha concluso Moser – non si può arrivare molto lontano”.