

INNOVAZIONE: DALL'UTILITÀ ALLA PROFITTAZIONE

Il settore assicurativo italiano resta solido, con un utile complessivo di 10,5 miliardi di euro (in crescita rispetto agli 8 miliardi del 2023), di cui 6 miliardi ascrivibili alla gestione vita e 4,5 alla gestione danni. Ma lo scenario causato dalle turbolenze geopolitiche, dalle incertezze economiche e finanziarie a livello globale e dall'evoluzione dei rischi richiama le compagnie alla massima attenzione nell'affrontare anche i mesi a venire. Se da una parte l'invito alla prudenza e alla solidità del sistema resta una giusta e naturale sollecitazione da parte dell'Istituto di Vigilanza, così come avvenuto attraverso le parole del presidente Luigi Federico Signorini nel corso della recente assemblea dell'Ivass, dall'altra meno scontato è affiancare il concetto di solidità e profittevolezza al tema dell'innovazione. Eppure l'Insurance Connect Innovation Summit ha raccontato, attraverso le testimonianze di oltre 50 relatori, quanto sia alta l'attenzione a "mettere a terra" l'innovazione non fine a sé stessa ma fatta di progettualità diversificate che rispecchino i contenuti dei piani industriali delle compagnie, seguendo linee strategiche che dovranno portare a risultati concreti. L'impressione, a chiusura di una intensa giornata di lavori, è che tecnologia, intelligenza artificiale, utilizzo dei dati, omnicanalità, interventi su processi, operatività, produttività, prodotti, siano tutti cantieri aperti tesi a rafforzare obiettivi industriali condivisi, da raggiungere nei diversi ambiti di applicazione. Un comune denominatore, nell'approccio all'innovazione da parte delle compagnie, è che non c'è area di business che non venga coinvolta e che non richieda infrastrutture capaci di adattarsi ai cambiamenti, integrare nuove tecnologie, potenziare la relazione con il cliente in ottica omnicanale, favorire il lancio di nuovi prodotti, rispettare il rigore tecnico.



Maria Rosa Alaggio

Nei tanti progetti descritti, centrale è il tema dell'underwriting e della definizione di una tariffa che sappia combinare il profilo di rischio del cliente con la sostenibilità per la compagnia: in questo ambito l'utilizzo dei dati, il cloud o l'intelligenza artificiale hanno l'obiettivo comune di supportare le politiche di sottoscrizione generando componenti di predittività, efficienza, riduzione dei tempi e profittevolezza.

Si tratta di fattori che, in un'ottica di sinergia tra le varie aree di business, si rivelano utili anche nella customer experience, nel rapporto tra la clientela e i vari canali distributivi, consentendo di sfruttare il valore delle informazioni adattandole al modello distributivo e all'offerta da proporre.

Proprio sulla capacità di gestire i dati per migliorare l'approccio al rischio in ambito cat nat, del resto, si giocherà nei prossimi mesi il valore distintivo delle compagnie, oggi impegnate a razionalizzare la gestione dei sinistri property alla luce della legge che introduce l'obbligatorietà di polizza assicurativa per le aziende, e a intervenire su processi, sulla gestione della filiera liquidativa, sulla valutazione del rischio e anche sul design dei prodotti.

Una serie di attività che in prospettiva non potranno non tenere conto della nascita, annunciata da Signorini durante la sua relazione, del portale informatico per la comparazione delle polizze contro le calamità naturali e del relativo controllo del costo delle coperture offerte dalle compagnie.

Il "costo delle polizze" è quanto di più concreto e realistico si possa mostrare agli intermediari come frutto dei progetti di innovazione, così come a gran voce gli agenti richiedono utilità per tutti gli strumenti che possano aiutarli nell'operatività dell'agenzia e nelle attività di vendita.

Mettere gli agenti nelle condizioni di fare al meglio il loro lavoro significa, dal punto di vista di chi distribuisce i prodotti, offrire politiche tariffarie adeguate e strumenti, più o meno basati su tecnologie evolute, di cui si comprenda l'utilità e il valore concreto nella quotidianità.

Concretezza, utilità, qualità del servizio e generazione di economie di scala sono solo alcune delle parole ricorrenti che hanno caratterizzato l'edizione di quest'anno del nostro Innovation Summit e che hanno evidenziato quanto i traguardi da raggiungere passino, per tutti, attraverso la generazione di valore: un requisito che potrà poi tradursi, appunto, in sostenibilità e solidità per l'intero sistema assicurativo.