

**Capgemini contacts:**

**Raffaella Poggio**

Marketing & Communication Director

[raffaella.poggio@capgemini.com](mailto:raffaella.poggio@capgemini.com)

+39 347 4271901

**Michela Cotich**

Marketing & Communication

[michela.cotich@capgemini.com](mailto:michela.cotich@capgemini.com)

+39 347 3620244

**Community Group:**

**Anna Cavallarin**

[anna.cavallarin@communitygroup.it](mailto:anna.cavallarin@communitygroup.it)

+39 339 3985139

**Carlo Carboni**

[carlo.carboni@communitygroup.it](mailto:carlo.carboni@communitygroup.it)

+39 348 9412226

## **La sfida globale della digital disruption nel settore assicurativo**

*Il World Insurance Report sottolinea la crescente popolarità dei servizi delle 'InsurTech' tra i consumatori, e le principali opportunità per i player del settore*

Milano, 13 settembre 2017 – Il [World Insurance Report 2017 \(WIR\)](#), lanciato oggi da [Capgemini](#) ed [Efma](#), mostra l'impatto delle nuove tecnologie digitali sul settore assicurativo. Nonostante il disorientamento iniziale, le InsurTech<sup>1</sup> offrono una grande opportunità, per i player tradizionali, per fare evolvere il proprio modello di business.

Le InsurTech stanno rapidamente rivoluzionando il mercato assicurativo. Degli oltre 8,000 clienti intervistati a livello mondiale per l'edizione 2017 del WIR, circa un terzo (il 31,4%) ha affermato di aver avuto contatti con una InsurTech in via esclusiva o in combinazione con i canali esistenti per accedere a servizi assicurativi.

Gli intervistati credono che il successo delle InsurTech sia dovuto all'introduzione di servizi innovativi ed efficienti ad un ottimo rapporto qualità-prezzo.

Le InsurTech rispondono in modo diretto alle esigenze della Gen Y e dei "tech-savvy", che sono alla costante ricerca di convenienza, flessibilità e personalizzazione nei loro rapporti con le Compagnie assicurative. Questo segmento di consumatori, infatti, ha una propensione molto più alta ad acquistare i servizi complementari offerti dai propri assicuratori e rappresentano quindi una potenziale alternativa fonte di ricavi. Tuttavia, i tech-savvy e le generazioni più giovani sono generalmente anche meno fedeli, motivo

---

<sup>1</sup> Come nel settore bancario, le InsurTech si basano sull'applicazione della tecnologia l'efficienza nei modelli tradizionali nel settore assicurativo.

per cui è importante per le Compagnie sviluppare e rafforzare i propri rapporti con questi clienti offrendo quanti più punti di contatto possibili, compresi quelli digitali, in linea con le aspettative.

Nel complesso, tuttavia, i clienti non sono pronti ad abbandonare i provider tradizionali, in quanto ritenuti più affidabili su temi quali la sicurezza e la protezione contro le frodi (45,9%), il riconoscimento del brand (43,7%) e l'interazione personale (41,6%). In aggiunta, il 39,8% dei clienti afferma di aver fiducia nel proprio assicuratore, comparato con il 26,3% di chi si fida delle InsurTech.

Gli assicuratori concordano sul fatto che esista una complementarità tra InsurTech e player tradizionali, per cui sono possibili interessanti area di collaborazione. Infatti, tra gli oltre 100 Senior Executive di Compagnie intervistati in oltre 15 mercati, la grande maggioranza (il 75%) ha dichiarato che lo sviluppo delle InsurTech rappresenta un valido supporto per le Compagnie nel rispondere in modo più efficace alla domanda in continua evoluzione dei clienti. Inoltre, più della metà (il 52,7%) ha convenuto che le capabilities delle InsurTech li aiuterebbero a progettare prodotti e servizi personalizzati in modo rapido ed efficiente

**Raffaele Guerra, Executive Vice President e Head of Insurance Market di Capgemini Italia**, afferma: *«Sempre di più le partnership iniziano ad essere viste come un'opportunità di integrare i servizi innovativi delle InsurTech all'interno dell'industria assicurativa. Le InsurTech possono aiutare i player tradizionali a superare barriere quali interazioni con i clienti ormai datate, con uso estensivo di carta e di tempo impiegato a inserire dati su sistemi. Allo stesso tempo, i player tradizionali possono aiutare le InsurTech ad affrontare sfide quali gli alti costi di acquisizione dei clienti e la mancanza di esperienza nelle aree del risk management».*

**Il Segretario Generale di Efma, Vincent Bastid**, ha aggiunto: *«La crescente fiducia dei consumatori nelle tecnologie digitali che supportano le mobile app, i social network, i servizi on-demand e simili, rende chiaro che il mercato di massa è entrato in una nuova fase. L'industria assicurativa serve le masse e deve quindi adattarsi a questa nuova realtà. Collaborare con le InsurTech è un'ottima via per incubare e accelerare l'innovazione digitale».*

Tecnologie emergenti, quali l'Artificial Intelligence (AI) e la Blockchain, sono i catalizzatori di questa rivoluzione legata alle InsurTech, guidando l'innovazione in digitalizzazione, data e analytics, e insurance-as-a-utility<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> Insurance-as-a-utility si riferisce a nuovi modelli di assicurazione che permettono ai consumatori di consumare servizi assicurativi in modo più flessibile, proprio come una utility.

## World Insurance Report 2017 Methodology

Nel suo decimo anno di pubblicazione, il World Insurance Report, redatto da Capgemini ed Efma copre 21 mercati assicurativi con i dati raccolti nelle interviste di oltre 8.000 clienti assicurativi e oltre 100 Executive.

### Capgemini

Con oltre 190.000 dipendenti, Capgemini è presente in più di 40 paesi nel mondo e quest'anno celebra 50 anni dalla sua fondazione. Leader mondiale nei servizi di consulenza, information technology e outsourcing, nel 2016 il Gruppo ha registrato ricavi per 12,5 miliardi di euro. Con i propri clienti Capgemini progetta e realizza specifiche soluzioni di business, tecnologiche e digitali, per soddisfare le loro esigenze di innovazione e competitività. L'organizzazione profondamente multiculturale contraddistingue da sempre il Gruppo Capgemini, che utilizza un approccio di lavoro unico e distintivo – la [Collaborative Business Experience™](#), e un modello globale di produzione distribuita denominato [Rightshore®](#).

Per maggiori dettagli: [www.it.capgemini.com](http://www.it.capgemini.com)

*Rightshore® è un marchio appartenente a Capgemini*

Capgemini's Financial Services Business Unit offre alle banche, alle imprese del mercato dei capitali e alle Compagnie di assicurazione soluzioni di business e IT in grado di aiutarli a rispondere agevolmente ai cambiamenti del mercato, differenziandole agli occhi dei clienti, e aiutandole ad accrescere i ricavi. Un team di più di 55.000 professionisti fornisce, a livello globale, soluzioni personalizzate a più di 1.000 clienti, che rappresentano due terzi delle più grandi istituzioni finanziarie del mondo. Il rapporto con il cliente si basa sul bar-set di competenze e sulla conoscenza dei mercati sviluppate in un quarto di secolo di eccellenza nella fornitura globale.

Per saperne di più vai su [www.capgemini.com/financialservices](http://www.capgemini.com/financialservices)

### Efma

Efma è un'organizzazione globale non-profit, fondata nel 1971 da banche e compagnie assicurative, che agevola il networking tra decision-makers. Fornisce visioni di qualità che aiutano le banche e le compagnie assicurative a prendere decisioni corrette, incoraggiando ad innovare e guidando la loro trasformazione. Sono membri di Efma più di 3.300 aziende in 130 paesi. L' Headquarter è a Parigi. Uffici sono presenti a Londra, Bruxelles, Barcellona, Stoccolma, Bratislava, Dubai, Mumbai e Singapore.

Per saperne di più vai su [www.efma.com](http://www.efma.com)