



**Capgemini press contacts:**

**Michela Cotich**

Marketing & Communication

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

+39 347 3620244

**Community Group:**

**Michele Bon**

[michele.bon@communitygroup.it](mailto:michele.bon@communitygroup.it)

+39 338 6933868

**Carlo Carboni**

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

+39 348 9412226

## **World InsurTech Report 2020: il COVID-19 ha accelerato la digitalizzazione delle assicurazioni per rispondere ai bisogni dei clienti**

***Adottare una nuova mentalità, utilizzare processi intelligenti e collaborare con i partner dell'ecosistema sarà indispensabile per soddisfare le crescenti esigenze di aziende e privati***

**Milano, 15 settembre 2020 - Secondo il [World InsurTech Report 2020 \(WITR\)](#) pubblicato oggi da [Capgemini](#) ed [Efma](#), le compagnie assicurative devono esplorare nuove modalità per costruire competenze che permettano di soddisfare le esigenze digitali dei clienti, mentre le BigTech<sup>1</sup> e gli operatori non tradizionali si fanno spazio nel settore assicurativo.**

Secondo il report, l'incremento dell'engagement e delle aspettative dei clienti provocati dalla pandemia da COVID-19 rappresenta un'opportunità crescente per le InsurTech, dal momento che le compagnie assicurative stanno ponendo maggior attenzione sui loro sforzi di digitalizzazione. Se da un lato le BigTech si stanno facendo sempre più spazio all'interno del settore assicurativo, dall'altro le linee di demarcazione tra compagnie assicurative, InsurTech, BigTech e partner tecnologici diventano sempre più sfumate. Per rimanere competitivi, le compagnie devono migliorare nelle aree ad alto impatto, tra cui la centralità del cliente, i processi intelligenti, l'agilità dei prodotti e un ecosistema aperto.

*"Le compagnie assicurative non devono considerare solo le altre compagnie come loro competitor, ma devono includere anche BigTech e nuovi player non tradizionali che spesso offrono una customer experience di qualità superiore", ha dichiarato **Monia Ferrari, Financial Services Director** di **Capgemini in Italia**. "La creazione di relazioni scalabili con le InsurTech aiuterà le compagnie a intraprendere un percorso di digitalizzazione più rapido ed efficiente, approfondendo le relazioni con i clienti e tenendo a distanza i nuovi competitor".*

*"Le compagnie assicurative devono adottare un approccio più focalizzato sul cliente in tutto ciò che fanno", ha affermato John Berry, CEO di Efma. "La maturità e la volontà di collaborare delle InsurTech per offrire alle compagnie assicurative nuove soluzioni tecnologiche stanno aumentando rapidamente, fattore che le supporta nel soddisfare le crescenti aspettative dei clienti".*

---

<sup>1</sup> Il termine BigTech indica grandi aziende multinazionali attive nel settore tecnologico come Google, Amazon, Facebook, Apple, Alibaba, ecc.

### **L'impatto del COVID-19 sul settore**

Il COVID-19 ha avuto un impatto diverso sui sottosettori del mercato assicurativo, in quanto le coperture assicurative del ramo vita e salute hanno subito un'impennata, mentre quelle relative a viaggi e auto hanno registrato un calo. Tuttavia tutte le compagnie assicurative hanno riscontrato dei cambiamenti nel coinvolgimento dei clienti: nonostante oltre il 90% degli operatori tradizionali adesso sia pienamente in grado di lavorare da remoto, l'impatto del COVID-19 è stato avvertito in termini di acquisizione e fidelizzazione di nuovi clienti. Circa il 61% degli intervistati a luglio, rispetto al 57% registrato ad aprile, ritiene infatti che il COVID-19 abbia avuto un impatto nell'acquisizione di nuovi clienti. Al contempo, il 42% delle compagnie intervistate a luglio, rispetto al 29% di aprile, ha dichiarato che la pandemia ha avuto un impatto sulla fidelizzazione dei clienti.

### **Le BigTech focalizzate sul cliente sono le nuove stelle digitali**

Il COVID-19 non è l'unica minaccia all'acquisizione e alla fidelizzazione dei clienti. Durante la pandemia, le BigTech hanno alzato il livello di customer experience e il grado di fiducia riposta dai clienti, offrendo loro processi a prova di crisi, risposte in tempo reale e un customer care intuitivo. La disponibilità dei contraenti di rivolgersi alle BigTech per le proprie polizze assicurative è aumentata rispetto al 17% registrato nel 2016, passando per il 36% di gennaio 2020 fino al 44% riportato ad aprile di quest'anno. Per competere con le BigTech, le compagnie assicurative devono concentrarsi sulle principali priorità critiche, come una customer experience superiore (94%), processi a prova di crisi (90%), risposte in tempo reale (87%), essere un partner attento (86%) ed erogare servizi di insurance-as-a-utility (70%). Nonostante l'utilizzo del cloud e delle API aperte sia fondamentale, le compagnie non riescono a raggiungere gli obiettivi prefissati: solo il 19% degli intervistati afferma di disporre di processi touchless e il 29% di capacità di progettazione human-centered e sistemi digital-ready, mentre il 38% ha implementato API aperte e il 48% dichiara di essere un'impresa cloud-native.

### **Più concorrenza implica maggiore collaborazione**

Il report evidenzia che per migliorare le proprie competenze, le compagnie assicurative possono costruire e acquistare tecnologie oppure avviare collaborazioni dopo aver ponderato attentamente i pro e i contro secondo quattro dimensioni: tempo, investimento, autonomia e differenziazione. Collaborare è il modo più efficiente per ottenere la tecnologia necessaria a rimanere competitivi sul mercato: le partnership con gli specialisti attraverso l'accesso condiviso garantiscono agli operatori del settore assicurativo di potersi concentrare sulle proprie competenze chiave e offrire un valore migliore, essendo al contempo efficienti in termini di costi. Dal World InsurTech Report 2020 emerge che la volontà di collaborare è in aumento tra gli operatori del settore assicurativo:

- il 67% delle compagnie assicurative vuole stringere partnership con le InsurTech;
- l'85% delle InsurTech vuole collaborare con i provider tecnologici, mentre l'83% punta a collaborare con le compagnie assicurative;
- oltre il 60% delle compagnie assicurative e delle InsurTech sono interessati a collaborare con le BigTech.

Le aziende dovranno adottare una nuova mentalità per passare dalla proprietà di competenze e asset all'accesso condiviso, per promuovere l'efficienza e incoraggiare le partnership con player più specializzati. Questo permetterà alle aziende di concentrarsi sulle proprie competenze chiave e di offrire un miglior valore aggiunto attraverso l'iper-personalizzazione e una continua innovazione congiunta.



### **Metodologia di ricerca**

Il World InsurTech Report (WITR) 2020 copre tutti i tre grandi segmenti del settore assicurativo: ramo vita, danni e salute. Il report di quest'anno si basa su informazioni raccolte attraverso due fonti: sondaggi e interviste con le compagnie di assicurazione tradizionali e le InsurTech. Tale ricerca, nel suo insieme, ha raccolto le opinioni di oltre 175 dirigenti in 26 mercati: Argentina, Australia, Austria, Belgio, Brasile, Bulgaria, Canada, Croazia, Francia, Germania, Hong Kong, India, Israele, Italia, Giappone, Messico, Singapore, Sudafrica, Spagna, Svezia, Svizzera, Paesi Bassi, Turchia, Emirati Arabi Uniti, Regno Unito e Stati Uniti.

### **Capgemini**

Capgemini è leader mondiale nei servizi di consulenza, trasformazione digitale, tecnologici e per l'ingegneria. Il Gruppo è all'avanguardia nell'innovazione per consentire ai suoi clienti di orientarsi al meglio nel mondo in costante evoluzione del cloud, del digitale e delle piattaforme. Forte di oltre 50 anni di esperienza e di una profonda conoscenza degli specifici settori di mercato, Capgemini sostiene le organizzazioni nel realizzare le proprie ambizioni di business, offrendo una gamma di servizi che vanno dalla strategia alle operations. Capgemini è mossa dalla convinzione che il valore di business della tecnologia sia creato dalle e attraverso le persone ed è oggi un'organizzazione multiculturale di 270.000 dipendenti presenti in quasi 50 paesi nel mondo. Con Altran, nel 2019 il Gruppo ha registrato ricavi complessivi pari a 17 miliardi di euro.

Visita il nostro sito [www.capgemini.com](http://www.capgemini.com). *People matter, results count.*

### **Efma**

Organizzazione globale senza fini di lucro fondata nel 1971 da banche e compagnie di assicurazioni, Efma facilita l'attività di networking tra i decisori. Fornisce analisi di qualità per aiutare le banche e le compagnie di assicurazione a prendere le decisioni giuste per promuovere l'innovazione e promuovere la loro trasformazione. Oltre 3.300 brand in 130 paesi sono membri di Efma. Sede centrale a Parigi. Uffici a Londra, Bruxelles, Andorra, Milano, Stoccolma, Bratislava, Varsavia, Mosca, Istanbul, Beirut, Dubai, Tokyo, Singapore, Sydney e Montreal.

Per maggiori informazioni visita il sito [www.efma.com](http://www.efma.com)

### **Efma Press Contact:**

*Anna Quinn*

*Tel.: +33 1 47 42 6771*

*E-mail: [anna.quinn@efma.com](mailto:anna.quinn@efma.com)*