

**Capgemini press contacts:****Laura Muratore**Marketing & Communication Director  
[laura.muratore@capgemini.com](mailto:laura.muratore@capgemini.com)**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 Insurance Report 2019: le assicurazioni devono rispondere ai bisogni dei clienti legati alla copertura dei rischi emergenti*****I clienti vogliono prodotti assicurativi completi e personalizzati, in grado di colmare il divario di copertura delle polizze attuali e proteggerli dai rischi emergenti***

Milano, 14 maggio 2019 – Il World Insurance Report 2019, pubblicato oggi da [Capgemini](#) ed [Efma](#), rivela che i clienti delle compagnie assicurative temono sempre più che la propria copertura non sia sufficiente per i rischi emergenti, dalla sicurezza informatica alle minacce ambientali. Le compagnie assicurative, dal canto loro, sono meno pronte al cambiamento rispetto ai loro clienti, la maggior parte dei quali desidera una protezione più completa e dinamica. Allo stesso tempo, esiste un'opportunità significativa per gli assicuratori che possono sfruttare la tecnologia e le partnership per anticipare i macro-trend e diventare dei partner più propositivi per i loro clienti.

Questi i principali risultati emersi dal report:

**Gli assicuratori sono stati lenti nel rispondere ai rischi emergenti**

Il report individua cinque macro-trend che stanno generando rischi emergenti sia per i clienti delle compagnie assicurative sia per le loro attività di business: cambiamenti climatici, progressi tecnologici, tendenze sociali e demografiche in evoluzione, nuovi bisogni in ambito sanitario e cambiamenti del contesto di business. Tuttavia, la maggior parte degli assicuratori è stata lenta nel rispondere a queste tendenze e nel preparare i clienti ad affrontarle. A livello globale meno del 25% dei clienti corporate e meno del 15% di coloro che detengono un'assicurazione privata afferma di poter contare su una copertura assicurativa sufficiente a proteggerli contro uno qualsiasi dei rischi emergenti che nascono da questi macro-trend. Inoltre, meno del 40% degli assicuratori ramo vita e salute ha dichiarato di aver costituito una pipeline di nuovi prodotti per offrire una copertura completa ai rischi emergenti.

**Esistono notevoli lacune nella copertura assicurativa delle varie aree emergenti di rischio**

La lenta risposta alle minacce emergenti ha creato notevoli gap nella copertura assicurativa per i clienti esposti a tali rischi. Il report stima che l'83% dei clienti delle assicurazioni private ha un'esposizione medio/alta agli attacchi informatici e alla perdita dei propri risparmi, ma solo il 3% è ampiamente coperto da questi eventuali rischi. Tra i clienti corporate, l'81% sostiene costi sanitari crescenti per i lavoratori a fronte dei quali solo il 17% può contare su una copertura adeguata; l'87%

è a rischio di attacchi informatici e solo il 18% ha una copertura soddisfacente. Inoltre, quasi il 75% è minacciato dalle crescenti catastrofi naturali, per le quali solo il 22% è effettivamente coperto.

### **I consumatori sono più pronti al cambiamento rispetto alle assicurazioni**

Con l'evoluzione del panorama assicurativo, i clienti mostrano di essere maggiormente preparati al cambiamento rispetto alle compagnie stesse. Oltre la metà (55%) dei clienti ha dichiarato di essere pronta a esplorare nuovi modelli assicurativi, ma appena un quarto (26%) delle assicurazioni sta investendo in questo senso. Se da un lato il 37% dei clienti ha affermato di essere altamente disposto a condividere dati aggiuntivi in cambio di un migliore controllo del rischio e servizi aggiuntivi, dall'altro solo il 27% delle assicurazioni utilizza i dati in tempo reale per scopi legati ai modelli di rischio.

### **Le compagnie assicurative devono innovarsi, diventando partner e prevenendo i rischi**

Gli assicuratori devono rispondere alle nuove minacce e alle aspettative dei clienti, abbracciando nuove tecnologie e siglando nuove partnership. Le capacità di valutazione del rischio possono subire un significativo miglioramento quando machine learning, intelligenza artificiale e advanced analytics sono implementati e i player coinvolti collaborano in maniera efficace. I progressi sono stati raggiunti in modalità differenti nelle diverse aree geografiche: la maggioranza (57%) ha fatto leva su intelligenza artificiale, machine learning e advanced analytics, ma solo il 29% ha implementato l'automated risk assessment; infine, solamente il 20% ha puntato sulla tecnologia che permette di generare insight in tempo reale attraverso i dispositivi IoT.

Secondo il report, il progresso tecnologico deve essere accompagnato anche a un cambiamento di mentalità. Gli assicuratori devono fare un passo avanti nelle aree in cui svolgono tradizionalmente il ruolo di "payer", divenendo al contempo partner e prevenendo i rischi, lavorando a più stretto contatto con i clienti per ridurre i rischi e fornire servizi on demand.

*«I trend relativi ai rischi emergenti e alle crescenti aspettative dei clienti stanno cambiando drasticamente il panorama assicurativo e i provider devono essere agili nella loro risposta», ha affermato **Michele Inglese, Insurance Director, Capgemini Business Unit Italy**. «Il report mostra una lacuna nella copertura assicurativa delle aree emergenti di rischio, ma rappresenta anche un'importante opportunità per le compagnie assicurative. Coloro che sono in grado di far evolvere i propri prodotti attraverso la tecnologia, di collaborare con player innovativi innovatori, prevenendo i rischi dei clienti, ne traggono il massimo beneficio».*

*«Il report evidenzia che il futuro del settore assicurativo sarà incentrato sulle partnership», ha dichiarato **Vincent Bastid, Segretario Generale di Efma**. «Le compagnie assicurative devono collaborare con partner che offrono alti livelli di competenza in aree che vanno dall'IA all'advanced analytics. Allo stesso tempo, devono collaborare più strettamente con i loro clienti per fornire il servizio più reattivo e guidato dalla domanda che molti stanno cercando».*

### **Metodologia di ricerca**

Il World Insurance Report (WIR) 2019 copre i tre rami del settore assicurativo: sanitario, vita e danni. I dati del report di quest'anno provengono da due fonti principali, le edizioni 2019 del Global Insurance Voice of the Customer Survey e delle Global Insurance Executive Interviews, che a loro



volta hanno raccolto i dati in 28 mercati differenti: Australia, Belgio, Brasile, Canada, Cina, Emirati Arabi Uniti, Filippine, Finlandia, Francia, Germania, Giappone, Grecia, Hong Kong, India, Italia, Messico, Norvegia, Olanda, Polonia, Portogallo, Regno Unito, Singapore, Spagna, Stati Uniti, Sudafrica, Svezia, Svizzera e Turchia. Per maggiori informazioni, consultare il sito dedicato al report all'indirizzo [www.worldinsurancereport.com](http://www.worldinsurancereport.com).

### **Capgemini**

Leader mondiale nei servizi di consulenza e tecnologia e in ambito di digital transformation, Capgemini è all'avanguardia nell'innovazione per consentire ai suoi clienti di orientarsi al meglio in un mondo costantemente in evoluzione del cloud, del digitale e delle piattaforme. Forte di 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. Con un'organizzazione multiculturale di oltre 200.000 dipendenti presenti in più di 40 paesi nel mondo, nel 2018 il Gruppo Capgemini ha registrato ricavi per 13,2 miliardi di euro.

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

### **Efma**

Efma è un'organizzazione globale non-profit, fondata nel 1971 da banche e compagnie assicurative, che agevola il networking tra decision-maker. Offre insight di qualità che aiutano le banche e le compagnie assicurative a prendere decisioni corrette per incoraggiare l'innovazione e trasformarsi. Oltre 3.300 aziende in 130 paesi sono membri di Efma.

La sede centrale della società è a Parigi. Sono presenti uffici a Londra, Bruxelles, Andorra, Stoccolma, Bratislava, Dubai, Mumbai, Montreal, Istanbul, Pechino e Singapore. 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)*