

**Capgemini contacts:****Raffaella Poggio**

Marketing &amp; Communication Director

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

+39 347 4271901

**Michela Cotich**

Marketing &amp; 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 2018: necessario un approccio collaborativo tra le compagnie di assicurazione e le InsurTech**

***Mentre nuove forme di concorrenza si profilano e gli investimenti tecnologici raggiungono nuovi massimi, la collaborazione diventa fondamentale per assicurare una migliore customer experience***

**Milano, 2 ottobre 2018 – Il settore dell'insurance technology (InsurTech) è in espansione e apre a una nuova era di collaborazione tra vecchi e nuovi player del comparto assicurativo. È quanto emerge dalla prima edizione del [World InsurTech Report](#) pubblicato oggi da [Capgemini](#) in collaborazione con Efma.**

Dal report emerge che i Manager del settore assicurativo ritengono che il fenomeno "InsurTech" sarà un importante catalizzatore in grado di ridefinire la customer experience, garantire maggiore efficienza e creare nuovi modelli di business. L'industria si aspetta anche "contaminazioni" da altri settori, come il manufacturing, e nuovi scenari competitivi con l'ingresso delle "BigTech<sup>1</sup>". Ciò sulla scia di un settore InsurTech che ha visto aumentare gli investimenti a un tasso di crescita annuo composto del 36,5% tra il 2014 e il 2017<sup>2</sup>.

### **Il settore è in trasformazione**

È parere condiviso che le aziende InsurTech stiano avendo un effetto considerevole sul settore. Interrogati sull'impatto attuale e potenziale delle InsurTech, il 67,1% dei player tradizionali ha affermato che queste aziende hanno la capacità di "ridefinire la customer experience" (il 91,7% dei Manager di InsurTech concorda con questa affermazione), mentre il 36,7% ha indicato la possibilità di poter "introdurre nuovi modelli di business" e il 35,4% ritiene che le InsurTech "miglioreranno le competenze delle compagnie di assicurazione attualmente esistenti". Gli intervistati appartenenti al mondo dell'InsurTech si trovano d'accordo con queste affermazioni (58,3% e 33,3% rispettivamente).

### **La collaborazione è l'elemento centrale**

Quasi il 96% degli executive intervistati ha dichiarato di voler instaurare delle forme di collaborazione con le InsurTech: partnership e un approccio di tipo Solution-as-a-Service (SaaS) sono risultate le

<sup>1</sup> Il termine BigTech indica le grandi aziende multinazionali impegnate nel settore della tecnologia come Google, Amazon, Facebook, Apple, Alibaba, Tencent, ecc.

<sup>2</sup> CB Insights Quarterly InsurTech Briefing, primo trimestre 2018

soluzioni più condivise dagli intervistati. La stragrande maggioranza (77,9%) ha dichiarato di preferire un approccio basato sulla "collaborazione volta allo sviluppo di una nuova soluzione". Una maggioranza equivalente (75,8%) ha affermato di prediligere un approccio SaaS per entrare in contatto con le InsurTech. Al contrario, solo un terzo (32,6%) ha dichiarato che sta prendendo in considerazione eventuali acquisizioni.

Per quanto riguarda i vantaggi della collaborazione, il 77,2% degli intervistati ha indicato la "maggiore capacità di migliorare la customer experience", il 59,5% "un time to market più veloce", il 46,8% "nuove competenze digitali" e il 40,5% "un vantaggio competitivo". Le categorie di InsurTech che vengono prese in considerazione per la creazione di partnership di breve-medio periodo comprendono "data specialist" (per il 62% dei player tradizionali), fornitori di soluzioni di gestione dei sinistri (51,9%), provider di soluzioni di front-office (51,9%) e technology specialist (55,7%).

*"Dal report emerge con chiarezza che sia gli Assicuratori che le InsurTech vedono nella collaborazione la chiave per il successo, che farà evolvere l'attuale ecosistema assicurativo, trasformando completamente la "customer experience". Trovare la giusta alchimia tra le parti, che coniughi "business agility" e sostenibilità sarà la chiave per determinare chi saranno i futuri leader",* ha affermato **Raffaele Guerra, Insurance Sector Director, Capgemini Business Unit Italy.**

Parallelamente all'ascesa delle InsurTech, gli assicuratori tradizionali ritengono che una nuova ondata di concorrenza arriverà probabilmente da una combinazione di aziende manifatturiere e BigTech. Tra gli operatori tradizionali, l'81% ha identificato Amazon come la fonte primaria di potenziale concorrenza, mentre il 59,5% punta ad altre BigTech (come Alibaba) e produttori.

*"Il sorgere di un nuovo tipo di concorrenza si traduce nella necessità per gli assicuratori tradizionali di diventare agili e innovativi. La collaborazione con il giusto partner InsurTech faciliterà il percorso per raggiungere il giusto posizionamento, man mano che la rivoluzione del settore continua",* ha dichiarato **Vincent Bastid, Secretary General di Efma.**

## **Metodologia di ricerca**

Il *World InsurTech Report (WITR) 2018* copre tutti e tre i grandi segmenti del settore assicurativo: ramo vita, danni e malattia. Il report si basa su informazione 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 140 dirigenti in 33 mercati.

## **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 200.000 dipendenti presenti in più di 40 paesi nel mondo, nel 2017 il Gruppo Capgemini ha registrato ricavi per 12,8 miliardi di euro.

Visita il nostro sito [www.it.capgemini.com](http://www.it.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, Barcellona, Stoccolma, Bratislava, Dubai, Milano, Montreal, Istanbul, Pechino e Singapore. Per informazioni visitare il sito [www.efma.com](http://www.efma.com)