INSURANCE Daily

MARTEDÌ 21 SETTEMBRE 2021 N. 2016

PRIMO PIANO

Finass Vmg vende Ara a Sompo

Finass Vmg 1857 ha annunciato la firma del contratto preliminare di cessione della controllata Ara 1857 (Assicurazioni Rischi Agricoli Vmg 1857), a Sompo International Holding (Europe) Limited, società con sede a Londra che fa capo al gruppo assicurativo giapponese Sompo. La cessione, soggetta all'ottenimento delle previste autorizzazioni delle competenti autorità di vigilanza, dovrebbe essere perfezionata entro il primo trimestre 2022.

Ara 1857 è l'erede naturale della storica Vecchia Mutua Grandine ed Eguaglianza, fondata a Milano nel 1857, ed è ancora oggi una delle principali società italiane specializzate nelle assicurazioni delle produzioni agricole contro i danni della grandine e altre calamità naturali. Come spiega una nota, la compagnia continuerà a operare con lo stesso marchio, e sarà strumentale nel rafforzamento del portafoglio di Sompo International in Europa nei rischi agricoli attraverso un'aumentata diversificazione geografica e delle esposizioni.

L'acquisizione di Ara consentirà ad AgriSompo di acquisire una posizione rilevante nell'assicurazione dei rischi agricoli in Italia. Ara fornisce protezione per sinistri causati da varie avversità atmosferiche quali grandine, vento forte, gelo e brina, eccesso di pioggia o siccità.

B.M.

RICERCHE

Insurtech, la crescita grazie all'accesso agli investimenti

Secondo l'edizione 2021 del World insurtech report, realizzato da Capgemini ed Efma, i player digitali di nuova generazione stanno offrendo servizi sempre più personalizzati e con una migliore customer experience, incrementando così il loro grado di maturità e la customer adoption

Le società insurtech e le bigtech stanno investendo significative quantità di capitale per incrementare lo sviluppo di nuove tecnologie e per promuovere l'innovazione, e lo stanno facendo mettendo sempre più sotto pressione gli operatori tradizionali. È questo, in estrema sintesi, lo scenario che emerge dall'edizione 2021 del *World insurtech report*, lo studio annuale sul tema realizzato da **Capgemini** ed **Efma**. Secondo l'indagine, i player digitali di nuova generazione stanno offrendo servizi sempre più personalizzati e con una migliore customer experience, incrementando così il loro grado di maturità e la customer adoption. Le compagnie assicurative tradizionali rispondono rafforzando le loro competenze in ambito tecnologico, stringendo partnership o acquisendo aziende insurtech, per passare da *fare digital a essere digital*.

Lo studio di Capgemini ed Efma si basa su informazioni raccolte attraverso numerose survey, tavole rotonde e interviste, e include un'analisi di oltre 900 insurtech attive negli Stati Uniti e in Europa, suddivise in tre macrocategorie: full carrier, distributor ed enabler. L'analisi raccoglie informazioni sul tasso di crescita delle insurtech tra il 2020 e il 2021 e i finanziamenti ottenuti nello stesso periodo.

È QUESTO IL TEMPO DI INVESTIRE NELLE INSURTECH

La ricerca sottolinea il fatto che i giganti della tecnologia e le società insurtech hanno ricevuto ingenti fondi in termini di capital allocation da parte degli investitori e stanno potenziando le loro competenze digitali, rafforzando così il loro ruolo di frontrunner dell'innovazione. *(continua a pag. 2)*

INSURANCE Daily

MARTEDÌ 21 SETTEMBRE 2021 N. 2016

(continua da pag. 1) Tra il 2018 e il 2020, le cinque maggiori aziende tecnologiche e una famosa casa automobilistica che offre servizi assicurativi hanno superato di quasi 2,5 volte la capitalizzazione di mercato totale delle 30 maggiori compagnie assicurative a livello globale del 2020. Entro la fine dello stesso anno, la capitalizzazione di mercato totale delle insurtech quotate ha superato i 22 miliardi di dollari. Le insurtech stanno diventando l'investimento del momento, con una serie di investitori che sostengono e abilitano questo afflusso di capitale: i venture capitalist e i partner di private equity utilizzano capitale early-stage, mentre i riassicuratori abilitano le insurtech attraverso gli investimenti e offrendo una capacità di sottoscrizione essenziale.

PRATICITÀ, CONSULENZA E PROSSIMITÀ

La pandemia di Covid-19, secondo la ricerca, è stata un catalizzatore per quanto riguarda la propensione dei clienti a sottoscrivere una polizza assicurativa (+7%), sempre più spesso rivolgendosi a compagnie che offrono una customer journey con il migliore approccio *Care* (*convenience*, *advice*, *reach*: praticità, consulenza e prossimità). "Oggi – si legge in una nota di sintesi dello studio – i clienti del comparto assicurativo non sono più titubanti quando si tratta di abbandonare una compagnia per rivolgersi a un fornitore di soluzioni Care più adatto". Per la prima volta, il 50% dei clienti è disposto a prendere in considerazione la possibilità di stipulare una polizza assicurativa presso un operatore di nuova generazione.

LE TECNOLOGIE CHE FANNO LA DIFFERENZA

A fare la differenza per gli operatori di nuova generazione saranno le tecnologie digitali. Il report spiega che le insurtech stanno sfruttando l'afflusso di capitale degli investitori per migliorare ulteriormente le loro offerte Care attraverso le tecnologie digitali, tra cui l'intelligenza artificiale, i modelli predittivi, l'advanced data analytics, l'open insurance e i dispositivi IoT connessi.

"Le insurtech – osserva lo studio – sono attente alle aspettative dei clienti e, se da un lato la praticità è stata per qualche tempo al centro delle proposte insurtech, dall'altro le priorità stanno cambiando a favore della prossimità. Anche se gli operatori tradizionali affrontano sfide evidenti in termini di data governance, tanto che solo un quarto delle compagnie assicurative dichiara di avere fiducia nelle proprie abilità di gestione dei dati, qualcosa si sta muovendo". Come segnala il report di Capgemini ed Efma, molte compagnie tradizionali stanno acquisendo e collaborando con player digitali di nuova generazione per migliorare competenze e value proposition, sempre nel quadro della formula Care ma con un'attenzione particolare alla dimensione *reach*.

DUE SCENARI EMERGENTI

Lo studio sostiene che il settore assicurativo si stia dunque spostando dalla vendita del prodotto a un approccio Care e di customer protection. Con i confini tra i vari player che diventano sempre più sfumati, il report ipotizza due scenari emergenti, favoriti dal continuo accesso al capitale.

Il primo scenario riguarda l'assicurazione integrata come valore aggiunto all'interno di ecosistemi terzi. In questo caso la copertura assicurativa è incorporata nel punto vendita o nel punto di servizio, diventando virtualmente invisibile. Questo modello di business si evolve verso una proposta B2b2c, in cui i partner dell'ecosistema controllano le relazioni con i clienti.

Il secondo scenario emergente, secondo il report, vede l'elemento del valore aggiunto al centro di offerte complesse. Le compagnie assicurative si evolvono dalla vendita di prodotti all'utilizzo della formula Care attraverso proposte di copertura assicurativa e prevenzione abilitate dall'intelligenza artificiale e dall'analisi dei dati.

MODULARITÀ, LA PAROLA CHIAVE DEL FUTURO

Secondo **Monia Ferrari**, financial services director di Capgemini in Italia, il settore assicurativo è in evoluzione, e la parola chiave per il futuro è modularità. "Le compagnie – afferma – devono prepararsi ad affrontare un'ampia varietà di scenari: offerte, sistemi e strutture organizzative modulari saranno indispensabili per dare vita a un cambiamento di valore, solido e reattivo. Nei prossimi anni – sottolinea – i player del settore saranno definiti in base alla loro forza all'interno di una value chain altamente specializzata, che li trasformerà sempre più in orchestratori".

Per **John Berry**, ceo di Efma, se da un lato le compagnie assicurative tradizionali espandono i loro ecosistemi per restare competitive, dall'altro "devono tenere sempre più in considerazione il valore che può scaturire dalla collaborazione con partner di fiducia come bigtech, insurtech o player non tradizionali, ad esempio gli *Oem* (*original equipment manufacturer*). Dai dati si evince chiaramente che la crescita esponenziale delle insurtech non è un fenomeno passeggero, quindi offrire al cliente un migliore approccio Care è fondamentale. Il successo all'interno di questo settore – conclude Berry – dipenderà dall'abilità degli operatori lungo tutta la catena del valore, dalla loro volontà di investire e dal desiderio di instaurare solide relazioni con i clienti".

Beniamino Musto

INSURANCE Daily

MARTEDÌ 21 SETTEMBRE 2021 N. 2016

GLOSSARIO

Across the board

"Su tutta la linea" è la locuzione utilizzata per indicare l'applicazione di medesime condizioni a un insieme di contratti che il riassicuratore riceve dalla stessa compagnia

"Across the board" è un'espressione in lingua inglese, utilizzata in riassicurazione per indicare l'accettazione, da parte del riassicuratore, della medesima quota di partecipazione o di determinate condizioni contrattuali, applicati al complesso dei trattati offerti dalla stessa compagnia cedente.

Testualmente, essa vuol dire "su tutta la linea", ovvero "indiscriminatamente" o "senza eccezioni".

In pratica, accettare una quota di partecipazione o una condizione *across the board* implica che un'azione o una decisione della compagnia valga allo stesso modo per tutti gli elementi che le vengono offerti all'interno di un gruppo di contratti.

È usata assai più raramente in ambito assicurativo, qualora a uno stesso assicuratore vengano offerte, da parte dell'intermediario, le medesime quote di partecipazione (o una stessa condizione) su tutti i contratti stipulati dal medesimo contraente o assicurato.

Cinzia Altomare

COMPAGNIE

Europ Assistance Italia entra nel capitale di EpiCura

Investimento da tre milioni di euro nella start up che ha creato il primo poliambulatorio digitale italiano

Europ Assistance Italia, compagnia del gruppo **Generali**, è entrata ufficialmente nel capitale di **EpiCura**. L'incontro fra le due realtà era avvenuto nel 2018, quando la start up era stata selezionata per la *Call for growth smart ageing: care for baby boomers*, promossa proprio da Europ Assistance, Generali e **growlTup**. EpiCura, nel dettaglio, è una start up torinese specializzata in servizi e assistenza alla persona che ha realizzato il primo poliambulatorio digitale italiano: attraverso la piattaforma, l'utente ha la possibilità di ricevere, ovunque ne abbia bisogno, prestazioni sanitarie e socio-assistenziali.

L'operazione prevede un investimento da tre milioni di euro, parte di un aumento di capitale del valore complessivo di cinque milioni di euro in cui Europ Assistance ha rivestito il ruolo di lead investor. L'operazione segna anche l'ingresso di **Fabio Carsenzuola** (nella foto), ceo della compagnia, nel consiglio di amministrazione di EpiCura.

"EpiCura è una realtà giovane e dinamica che possiede tutte le potenzialità per diventare un player importante", ha commentato Carsenzuola. "Per noi – ha proseguito – si tratta di un investimento chiave, che ci consentirà di migliorare i nostri servizi sul fronte del caring domiciliare". L'accordo prevede infatti anche l'avvio di una partnership industriale: i servizi di EpiCura saranno integrati all'offerta di Europ Assistance, in particolare alle prestazioni di assistenza domiciliare integrata, senior care e teleconsulenza medica.

G.C.

Insurance Daily
Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio alaggio@insuranceconnect.it
Editore e Redazione: Insurance Connect Srl – Via Montepulciano 21 – 20124 Milano
T: 02.36768000 **E-mail:** redazione@insuranceconnect.it
Per inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.it
Supplemento al 21 settembre di www.insurancetrade.it – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577

INSURANCE Daily

MARTEDÌ 21 SETTEMBRE 2021 N. 2016

INSURANCE CONNECT TV

Employee benefits, un potenziale su cui agire

In Italia l'offerta di employee benefits si è finora concentrata sulla diffusione di soluzioni basate sul rimborso di spese mediche. Serve ora colmare questo gap e riuscire a incontrare le esigenze di protezione di cittadini e lavoratori anche in ambiti di grande valenza sociale, come la grave invalidità e la non autosufficienza.

GUARDA LA VIDEO INTERVISTA
SU WWW.INSURANCECONNECT.TV

INSURANCE Daily

MARTEDÌ 21 SETTEMBRE 2021 N. 2016

INSURANCE CONNECT AWARDS

MILANO, 30 NOVEMBRE 2021
19:00 - 23:30

INSURANCE CONNECT compie 10 anni e festeggia questa ricorrenza istituendo gli ***INSURANCE CONNECT AWARDS***, l'assegnazione di premi alle eccellenze del settore assicurativo che si sono distinte nel 2021 per strategie competitive, lungimiranza e innovazione, progetti e iniziative innovative, evoluzione dell'offerta, capacità di vicinanza al cliente.

Per poter partecipare alla selezione è necessario inviare la candidatura compilando il form all'indirizzo: ***https://bit.ly/candidatura-IC***
Per info: ***awards@insuranceconnect.it***

SCARICA IL REGOLAMENTO COMPLETO

INSURANCE Daily

MARTEDÌ 21 SETTEMBRE 2021 N. 2016

Insurance Connect

LA FORZA DEGLI INTERMEDIARI

7 OTTOBRE 2021 | 9:00 - 17:00

Palazzo delle Stelline - Corso Magenta, 61 - Milano

Nella ricerca di nuovi modelli di business da parte delle compagnie, gli intermediari si confermano come referente centrale per una relazione di qualità con il cliente e per la proposizione di un'offerta assicurativa evoluta.
Il convegno ha l'obiettivo di definire il valore di un canale distributivo che, tra bisogno di efficienza, di semplificazione, di maggiori competenze e proattività commerciale, è condotto a fare leva su tutti i suoi punti di forza per distinguersi in uno scenario competitivo sempre più complesso.

Il convegno si propone di analizzare:

- *I punti di forza degli intermediari*
- *Problematiche e nodi da sciogliere per l'evoluzione della categoria*
- *Lo scenario competitivo e il contributo dei diversi canali distributivi*
- *La nuova fisionomia del cliente*
- *Normativa e tutela del cliente: l'importanza della semplificazione*
- *La collaborazione (o competizione) tra canale fisico e canale digitale*
- *Compagnie assicurative e capacità distributiva: quale contributo dagli intermediari?*
- *L'evoluzione del modello distributivo, dalla gestione dei dati alla proattività commerciale*
- *I nuovi parametri del rapporto tra compagnie e intermediari*
- *Formazione e iniziative per l'evoluzione del concetto di consulenza*
- *Tecnologia, servizio e competenze: come distinguersi dal resto del mercato*

ISCRIVITI ALL'EVENTO CLICCANDO QUI

Main sponsor

ALLEANZA ASSICURAZIONI · CGPA europe · Global Assistance · Netlevel web agency & software · prima.it · QBE · sara ti assicura · SCS CONSULTING *in partnership con* SWG

Official sponsor

ACB Associazione Categoria Brokers · AXA · DAS DIFESA LEGALE · FIRST POINT SOLUZIONI INFORMATICHE

INSURANCE Daily

MARTEDÌ 21 SETTEMBRE 2021 N. 2016

CONVEGNO

7 OTTOBRE 2021 | 9:00 - 17:00

LA FORZA DEGLI INTERMEDIARI

PROGRAMMA

09.00 – 09. 30	**REGISTRAZIONE**
09.30 – 09. 50	**QUALE RILEVANZA PER LE RETI AGENZIALI?** *- Giorgio Lolli, manager mercato finanza di Scs Consulting*
09.50 – 10. 10	**TECNOLOGIA E INTERMEDIARI: COME VINCERE LA SFIDA DEL FUTURO** *- Andrea Balestrino, direttore commerciale di Prima Assicurazioni*
10.10 – 10. 30	**STRATEGIE PER LO SVILUPPO DELLA CAPACITÀ DISTRIBUTIVA** *- Luca Filippone, direttore generale di Reale Mutua* *- Alberto Tosti, direttore generale di Sara Assicurazioni*
10.30 – 10. 50	**LA CENTRALITÀ DEGLI INTERMEDIARI NEL MODELLO DI SERVIZIO AL CLIENTE** *- Lorenzo Sapigni, direttore generale per l'Italia di Cgpa Europe rappresentanza generale per l'Italia*
10. 50 – 11.10	**CLIENTI E INTERMEDIARI ALLA RICERCA DI UN'OFFERTA ADEGUATA E COERENTE** *- Antonio Pinto, dirigente di Confconsumatori*
11.10 – 11.30	*Coffee break*
11. 30 – 12.45	**Tavola Rotonda – LA TUTELA DEL CLIENTE TRA NORMATIVA E NUOVI SCENARI COMPETITIVI** *- Vincenzo Cirasola, presidente di Anapa Rete ImpresAgenzia* *- Luca Franzi De Luca, presidente di Aiba* *- Claudio Demozzi, presidente di Sna* *- Umberto Guidoni, co-direttore generale di Ania* *- Roberto Novelli, responsabile ufficio segreteria di presidenza e del consiglio di Ivass* *- Luigi Viganotti, presidente di Acb*
12.45 – 13.00	*Q&A*
13.00 – 14.00	*Pausa pranzo*
14.00 – 14.20	**L'EVOLUZIONE DELLA COOPERAZIONE TRA COMPAGNIA E RETE AGENZIALE** *- Michele Colio, head of retail distribution di Zurich Italia* *- Enrico Ulivieri, presidente del gruppo agenti Zurich*
14.20 – 14.40	**SOLUZIONI PER NUOVI BISOGNI DI PROTEZIONE** *- Vincenzo Latorraca, amministratore delegato di Global Assistance*
14.40 – 15.20	**Tavola Rotonda – OPERATIVITÀ, GESTIONE DEI DATI, COMPETENZE: COME SONO CAMBIATI GLI INTERMEDIARI?** *- Massimo Agrò, direttore rete agenti di Axa Italia* *- Ennio Busetto, presidente dell'Associazione agenti Allianz* *- Laura Puppato, vice presidente di Agit* *- Enzo Sivori, comitato dei presidenti di Aua*
15.20 – 15.40	**PREVENDITA E RAPPORTO CON IL CLIENTE, IL SUPPORTO DELLA TECNOLOGIA INNOVATIVA** *- Matteo Tagliabracci, amministratore di Netlevel*
15.40 – 16.00	**LA GESTIONE DELLA RETE SECONDARIA** *- Dario Piana, presidente del Comitato dei gruppi agenti di Sna* *- Sebastiano Spada, presidente di Ulias*
16.00 – 16.30	**LA CONSULENZA DI VALORE** *- Michele Anzalone, direttore generale di Area Broker & QZ* *- Roberto Conforti, presidente di Uea* *- Ezio Peroni, responsabile distribution di Alleanza Assicurazioni* *- Angela Rebecchi, general manager, QBE SA/NV, Rappresentanza Generale per l'Italia*
16.30 – 16.50	**SOCIAL SELLING PER ASSICURATORI** *- Gianluigi Bonanomi, formatore*
16.50 – 17.00	*Q&A*
17.00	*Chiusura lavori*