

CON GLI INTERMEDIARI PIÙ FORZA ALL'ONLINE

di MARIA MORO

NON DUE MODALITÀ ALTERNATIVE, MA CHE SI VALORIZZANO RECIPROCAMENTE: PER DIGITALE E VENDITA TRADIZIONALE SI STA DISEGNANDO UN FUTURO DI PIENA INTEGRAZIONE. L'ESPERIENZA DI PRIMA ASSICURAZIONI GUARDA A UNIRE SOLIDITÀ E TECNOLOGIA NEL NOME DELLA VELOCITÀ

Nella distribuzione assicurativa in Italia pare giunto il momento di superare la dicotomia tra rete agenziale e canale digitale. L'evoluzione nei fatti dimostra che la tecnologia aiuta l'intermediario, così come l'intermediario contribuisce a valorizzare il ruolo della tecnologia. È questa una via che molte compagnie hanno intrapreso per la propria rete, sviluppando sistemi digitali a supporto della vendita.

Prima Assicurazioni è un esempio di agenzia assicurativa nata per la distribuzione online che in pochi anni ha trasferito tali competenze agli intermediari. Nata nel 2015, nel 2018 ha chiuso il più grande round di finanziamento di venture capital in Italia fino a quel momento e nel 2019 inizia la collaborazione con agenti e broker con il lancio di una piattaforma e di un prodotto dedicato, un sistema che vede a oggi più del 20% dei nuovi rischi sottoscritti dalla rete, 897mila clienti e l'obiettivo di superare il milione entro la fine di quest'anno. Non solo: tra settembre 2019 e 2020 i volumi di polizze stipulate dagli intermediari partner sono aumentati del 407%.

Ma non basta la sola tecnologia a far crescere un progetto. Lo ha spiegato in un'intervista con **Maria Rosa Alaggio**, direttore di Insurance Review, **Andrea Balestrino**, direttore commerciale e *business development* di Prima Assicurazioni, che associa alla tecnologia il va-



Andrea Balestrino, direttore commerciale e business development di Prima Assicurazioni

lore della velocità e della solidità, traguardo quest'ultimo raggiunto "con il sostegno storico di **Great Lakes Insurance** del gruppo **Munich Re** e di recente anche di **IptiQ** del gruppo **Swiss Re**, che ci hanno scelto per distribuire i loro prodotti in Italia".

IN PROGRAMMA L'AMPLIAMENTO AI RAMI ELEMENTARI

Anche se dal canale puramente online oggi Prima sta costruendo una rete di collaborazioni con la distribuzione tradizionale, l'insurtech rimane il cuore del business e la chiave del rapporto con gli intermediari, grazie a una piattaforma tecnologica pensata per aumentare l'efficienza della loro attività operativa e che è stata sviluppata completamente *in house*, "fattore che ci ha permesso di progettarela appositamente per le necessità degli intermediari durante tutto il processo di vendita e fino al post-vendita". La tecnologia, in quest'ottica, va intesa come "uno strumento di lavoro che permette all'intermediario di avere un focus maggiore sugli elementi a reale valore aggiunto quali la consulenza e la relazione con il cliente".

A supporto del valore attribuito alla collaborazione, Prima ha lanciato quest'anno **Prima Black**, "un prodotto dedicato alle agenzie che si differenzia dall'offerta online per la flessibilità tariffaria garantita agli agenti, per garanzie maggiori e per la tutela del portafoglio clienti", caratteristica quest'ultima del rapporto di Prima verso gli intermediari che include il riconoscimento delle provvigioni anche se il cliente finalizza un proprio acquisto online.

Il prossimo passo, ha sottolineato Balestrino, è andare oltre la Rca "con l'ampliamento dell'offerta ai rami danni non auto, a partire dal 2021 con il prodotto casa e a seguire con un pacchetto sugli altri rami elementari di cui dobbiamo definire le priorità". Azioni, queste, che si inseriscono in parallelo al recruiting di nuove agenzie sul territorio.